

ISSN 2307-2318

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

**ЕКОНОМІКА
і ОРГАНІЗАЦІЯ
УПРАВЛІННЯ**

**ECONOMICS AND
ORGANIZATION OF
MANAGEMENT**

ЖУРНАЛ

Засновано у 2007 р.

Випуск №2 (30) • 2018

Вінниця • 2018

УДК 338.24(045)

З а с н о в н и к : Донецький національний університет імені Василя Стуса, Економічний факультет
В и д а в е ц ь : Донецький національний університет імені Василя Стуса, Економічний факультет
Д р у к у є т ь с я з а р і ш е н н я м В ч е н о ї Р а д и : Донецького національного університету імені Василя Стуса (протокол № 12 від 26 червня 2018 року)

В журналі розміщено статті, в яких розглядаються актуальні питання економіки та управління. Наведено результати досліджень у сфері національної та регіональної економіки, економіки підприємств, викледно питання формування сучасного освітнього середовища, запропоновано підходи щодо управління ліквідністю банків. Вивчено глобальні аспекти поведінки споживачів, формування розподільних мереж тощо.

Наведені в журналі статті будуть корисними для наукових співробітників, викладачів вищих навчальних закладів, спеціалістів-практиків, аспірантів, докторантів та студентів.

Р е д а к ц і й н а к о л е г і я :

Шаульська Л.В. – д.е.н., професор, декан економічного факультету Донецького національного університету імені Василя Стуса – головний редактор;

Волкова В.В. – к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи Донецького національного університету імені Василя Стуса - відповідальний секретар;

Амоша О.І. – д.е.н., професор, академік НАН України, директор Інституту економіки промисловості НАН України;

Білопольський М.Г. – д.е.н., професор, віце-президент академії економічних наук України, завідувач кафедри обліку і аудиту Приазовського державного технічного університету;

Брич В.Я. – д.е.н., професор Тернопільського національного економічного університету;

Дороніна О.А. – д.е.н., професор кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Левченко О.М. – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Центральноукраїнського національного технічного університету;

Лісогор Л.С. – д.е.н., професор, завідувач відділу соціальних проблем ринку праці Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України;

Орехова Т.В. – д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Сидорова А.В. - д.е.н., професор, академік академії економічних наук України, завідувач кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Ушенко Н.В. – д.е.н., професор, професор кафедри економіки Національного авіаційного університету;

Хаджинов І.В. – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Донецького національного університету імені Василя Стуса;

Bilan Y. – PhD, викладач в університеті м. Щецин, Польща;

Narayanan S. – PhD, Нью-Йорк університет, Школа Бізнесу Штерн.

Soltes M. – PhD, декан факультету економіки Технічного університету, м. Кошице, Словаччина.

Moscardini A. – Doctor of Science, професор університету Northumbria, м. Нью Касл, Велика Британія.

Збірник наукових праць засновано у 2007 р., свідоцтво КВ № 22679-12579ПР.

Збірник наукових праць внесено до переліку наукових фахових видань України з економічних наук постановою президії ВАК України № 1-05/6 від 14.07.2007 р. (Бюлетень ВАК України № 7, 2007 р.) і перереєстровано постановою президії ВАК України № 1-05/5 від 18.11.2009 р. (Бюлетень ВАК України № 12, 2009 р.), наказом Міністерства освіти і науки України № 241 від 09.03.2016 р.

Періодичність видання: 4 рази на рік.

Адреса редакції: 21021, м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21
тел. 095-308-34-80

e-mail: ecom-an-period.div@donnu.edu.ua

Електронна копія журналу в Національній бібліотеці ім. В.І. Вернадського:

http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eiou/index.html

ЗМІСТ

<i>Фінагіна О.В., Зінченко О.А., Сапельнікова Н.Л.</i> ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ПОТЕНЦІАЛ, МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ	6
<i>Финагина О.В., Зинченко О.А., Сапельникова Н.Л.</i> ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА РЕГИОНА УКРАИНЫ: ПОТЕНЦИАЛ, МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ <i>Finagina O., Zinchenko O., Sapelnikova N.</i> BACKGROUND FORMING POSITIVE IMAGE OF UKRAINIAN REGIONS: POTENTIAL, MECHANISMS AND TOOLS FOR SERVICES DEVELOPMENT	
<i>Ахновська І.О.</i> УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ ДИВЕРГЕНЦІЇ ТА КОНВЕРГЕНЦІЇ В ОСВІТІ	14
<i>Ахновская И.А.</i> УПРАВЛЕНИЕ УРОВНЕМ ДИВЕРГЕНЦИИ И КОНВЕРГЕНЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ <i>Akhnovska I.</i> MANAGEMENT OF DIVERGENCE AND CONVERGENCE IN EDUCATION	
<i>Горбашевська М.О.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ	22
<i>Горбашевская М.А.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ <i>Gorbachevska M.</i> THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION OF THE COMPETITIVE BRAND OF THE TOURIST FIRM	
<i>Grigороva V.</i> INTERFIRM INTEGRATION AS A KEY FACTOR FOR THE EMERGENCE OF GLOBAL DISTRIBUTION NETWORKS	32
<i>Григорова В.П.</i> МІЖФІРМОВА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ВИНИКНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ РОЗПОДІЛЬЧИХ МЕРЕЖ <i>Grigороva V.П.</i> МЕЖФИРМЕННАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ВОЗНИКНОВЕНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ	

Іваненко Л.М.

СУЧАСНІ ПРОЦЕСИ РЕАГУВАННЯ РИТЕЙЛЮ НА ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ КУПВЕЛЬНОГО ПОВОДЖЕННЯ..... 38

Іваненко Л.М.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ РЕАГИРОВАНИЯ РИТЕЙЛА НА ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Ivanenko L.

MODERN PROCESSES OF THE RETAILER'S RESPONDING TO GLOBAL TENDENCIES OF THE PURCHASE BEHAVIOUR

Панкова Л.І., Потапенко Т.П.

ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ МОДЕЛЕЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК НА ЗАСАДАХ СТИМУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ..... 47

Панкова Л.І., Потапенко Т.П.

ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Pankova L., Potapenko T.

FORMATION OF THE CLUSTER MODEL OF NATIONAL ECONOMY ON THE BASIS OF REGIONAL DEVELOPMENT

Поповський Ю.Б.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ 57

Поповський Ю.Б.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Popovskiy Yu.

MANAGEMENT OF THE PROCESSES OF RESTRUCTURING IN THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Tregubov O., Ivanova N., Popova Y.

FOOD SAFETY OF UKRAINE: THEORY AND PRACTICE 66

Трегубов О.С., Іванова Н.Є., Попова Ю.М.

ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Tregubov A.S., Ivanova N.E., Popova Y.N.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ УКРАИНЫ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Кліменкова О.В.

ІНВЕСТИВАННЯ У РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ 78

Кліменкова О.В.

ИНВЕСТИРОВАНИЕ В РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА

Klimenkova O.

THE INVESTMENT IN HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT AS THE MECHANISM OF LABOR MARKET REGULATION

Солоненко Ю.В.

**ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ:
СУТНІСТЬ ПРОЦЕСУ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ..... 84**

Солоненко Ю.В.

ІНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА:
СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

Solonenko Yu.

INTERNATIONALIZATION OF FAMILY BUSINESS:
THE ESSENCE OF THE PROCESS AND THE FACTORS
OF INFLUENCE

Темербек А.О.

**ДИСПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІННОВАЦІЙНОМУ
ПРОСТОРІ..... 92**

Темербек А.О.

ДИСПОЗИЦИЯ УКРАИНЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ИННОВАЦИОННОМ
ПРОСТРАНСТВЕ

Temerbek A.

DISPOSITION OF UKRAINE IN THE GLOBAL INNOVATIVE SPACE

Руденко О.О., Волкова В.В.

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ БАНКІВ УКРАЇНИ В
УМОВАХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ НОРМАТИВУ LCR..... 103**

Руденко О.А., Волкова В.В.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКОВ УКРАИНЫ
В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕНИЕ НОРМАТИВА LCR

Rudenok O., Volkova V.

FEATURES OF LIQUIDITY MANAGEMENT OF UKRAINIAN BANKS IN
CONDITIONS OF THE IMPLEMENTATION THE LCR STANDARD

Фінагіна О.В., Захарова О.В., Сурай А.С.

**ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗНАТЬ УКРАЇНСЬКОГО
РЕГІОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ДІЛОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ..... 111**

Финагина О.В., Захарова О.В., Сурай А.С.

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ
УКРАИНСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ДЕЛОВАЯ СРЕДА

Finagina O., Zakharova O., Surai A.

THE PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE KNOWLEDGE SYSTEM
OF UKRAINIAN REGIONAL MANAGEMENT: BUSINESS ENVIRONMENT

УДК 17.022.1(1)

Фінагіна О.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування, Черкаський державний технологічний університет

Зінченко О.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу, Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара

Сапельнікова Н.Л., к.е.н., професор, кафедри економіки, Київський національний університет культури та мистецтв

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ПОТЕНЦІАЛ, МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ

В статті комплексно досліджено передумови формування позитивного іміджу регіону в контексті активізації сфери послуг. Досліджено інструменти та механізми розвитку сфери послуг та її роль у формуванні потенціалу іміджу. Доведено, що лише сфера послуг має унікальні характеристики, що є ключовими для оцінки в системі регіонального менеджменту. Визначено потенціал розвитку сфери послуг в Україні. Виявлено особливості сфери послуг, які сприяють формуванню позитивного потенціалу іміджу території. Виокремлено стратегічні пріоритети розвитку сфери послуг в регіонах України. Доведено універсальність політики формування позитивного іміджу для отримання результатів та ефектів в сфері індустрії послуг. Проаналізовано комплекс передумов, що забезпечує залучення ефективного механізму та інструментів формування позитивного іміджу регіонів. Обґрунтовано інструментарій активізації потенціалу іміджу. Особливу роль наведено туризму як найбільш перспективної сфери щодо розвитку та поширенню іміджу регіону. У якості перспектив подальших досліджень виокремлено розробку алгоритму стратегічного управління іміджем території, дослідження синергетичного ефекту від дії всіх факторів формування іміджу.

Ключові слова: сфера послуг, імідж регіону, потенціал іміджу, туризм, передумови

Рис. 1, Літ. 9

Фінагіна О.В., Зінченко О.А., Сапельнікова Н.Л.

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА РЕГИОНА УКРАИНЫ: ПОТЕНЦИАЛ, МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

В статье комплексно исследованы предпосылки формирования положительного имиджа региона в контексте активизации сферы услуг. Исследованы инструменты и механизмы развития сферы услуг и ее роль в формировании потенциала имиджа. Доказано, что только сфера услуг имеет уникальные характеристики, которые являются ключевыми для оценки в системе регионального менеджмента. Определены потенциал развития сферы услуг в Украине. Выявлены особенности сферы услуг, способствующих формированию положительного потенциала имиджа территории. Выделены стратегические приоритеты развития сферы услуг в регионах Украины. Доказано универсальность политики формирования положительного имиджа для получения результатов и эффектов в сфере индустрии услуг. Проанализированы комплекс предпосылок, обеспечивает привлечение эффективного механизма и инструментов формирования положительного имиджа регионов. Обоснованно инструментарий активизации потенциала имиджа. Особую роль приведены туризма как наиболее перспективной сферы по развитию и распространению имиджа региона. В качестве

перспектив дальніших досліджень виділені розробку алгоритма стратегічного управління іміджем території, дослідження синергетичного ефекта від діяльності всіх факторів формування іміджа.

Ключевые слова: сфера послуг, імідж регіона, потенціал іміджа, туризм, передумови

Finagina O.V., Zinchenko O.A., Sapelnikova N.L.

BACKGROUND FORMING POSITIVE IMAGE OF UKRAINIAN REGIONS: POTENTIAL, MECHANISMS AND TOOLS FOR SERVICES DEVELOPMENT

The article explores the preconditions for the formation of a positive image of the region in the context of the intensification of the service sector. The article reveals the tools and mechanisms of development of the services sphere and its role in shaping the image potential. It is proved that only the service sector has unique characteristics that are key to the assessment in the regional management system. The potential of development of the sphere of services in Ukraine is determined. The article reveals features of the services sphere that contribute to the formation of the positive image of the territory potential. It identifies the strategic priorities of the services sphere development in the regions of Ukraine. It also proves the universality of the policy of forming a positive image for obtaining results and effects in the service industry. A set of prerequisites is provided, which ensures the attraction of an effective mechanism and tools for the formation of a positive image of the regions. The article substantiates the tools of activating the image potential. A particular role is given to tourism as the most promising area for the development and dissemination of the image of the region. As prospects for further research, the article distinguishes development of the algorithm of strategic management of the image of the territory, the study of the synergistic effect from the influence of all factors of image formation.

Keywords: sphere of services, image of the region, image potential, tourism, preconditions

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Україна вийшла на новий шлях розвитку економіки та соціальної сфери відповідний до стандартів та векторів руху європейської спільноти. Відбуваються системні зміни в пріоритетах розвитку, нового наповнення набувають інструменти та механізми реформ, оновлення відбувається на регіональному та галузевому рівнях.

В інформаційному просторі такі зміни повинні мати повноцінне відображення у вигляді нарощення потенціалу іміджу та його системному, інформаційно ємному віддзеркалені в інформаційних ресурсах. Такі процеси не є неочікуваними, вони мають:

- свої історію розвитку, закономірності формування та відтворення;
- особливості змін, реформування, накопичення знань та використання інформаційних ресурсів;
- передумови формування та управлінського регулювання;
- приклади ефективного використання;
- накопичений позитивний та негативний потенціал досвіду.

В системі знань регіонального менеджменту такі процеси, явища активно накопичуються, отримують своє наукове, практичне, управлінсько орієнтоване визнання. Українські науковці все більш системно розглядають питання та проблеми формування позитивного іміджу регіонів в розрізі:

- асиметрії інформаційного віддзеркалення;

передумов накопиченого та ще не залученого потенціалу позитивного іміджу регіонів;

унікальності досвіду в контексті практики та стратегії розвитку регіональних утворень;

теоретичного забезпечення управлінських механізмів та інструментів стратегічного та тактичного бачення позитивного іміджу;

накопичення методологічних засад та цільових методик регулювання інформаційного поля регіонів в контексті формування інвестиційної та інноваційної привабливості територій;

механізми цільового спрямування та інструменти залучення управлінського досвіду, як національного так і закордонного форматів;

управлінського аналізу та діагностування ключових проблем, що стримують якісні та кількісні зрушення в інформаційних ресурсах регіонального (національного) іміджмейкінгу;

оцінок впливу іміджу на процеси та явища економічного, соціального, культурного, інноваційного, екологічного прогресу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема іміджмейкінгу території має актуальний характері серед вітчизняних авторів. Так можна виділити таких авторів, як М.В. Макаренко [1], Т.Л. Нагорняк [2], А.Ю. Панасюк [3], О.А. Семченко [4].

В цих роботах комплексно досліджено питання формування та просування національного іміджу, розроблені загальнотеоретичні засади брендингу територій в контексті державної інформаційної політики, обґрунтовано взаємозв'язок між іміджем держави та брендами її територіальних утворень, висвітлено підходи та технології формування іміджу.

Виділення невирішеної частини загальної проблеми. Незважаючи на популярність іміджевої тематики, є багато аспектів формування іміджу регіонів, які перебувають поза зоною уваги вітчизняних науковців. Серед малодосліджених аспектів іміджмейкінгу територій можна виділити дослідження формування іміджу в умовах поширення сучасних трендів регіонального менеджменту.

Мета статті полягає в аналізі передумов створення іміджу території в контексті активізації механізмів та розвитку потенціалу сфери послуг.

Виклад основного матеріалу. Структура економік регіонів України має багатоступінчасту генезу, яка відображає складний історичний шлях, пройдений країною за останнє століття. Володіючи широким спектром природних ресурсів, включаючи багатий аграрний потенціал, потужним людським капіталом та, маючи перспективне геостратегічне розташування, Україна досі не змогла належно скористатися цими можливостями для досягнення збалансованого розвитку, а фрагментарність використання наявного потенціалу супроводжувалася посиленням регіональних диспропорцій. Такі характеристики економік регіонів варто визнати як невідповідні до реального економічного, технічного, природно ресурсного потенціалів, стратегічних перспектив євроінтеграції. Ділове середовище регіонів несе на собі відбиток багатьох економічних проблем та конфліктів інтересів, що формувались не одне десятиріччя. А саме, у спадок від радянського періоду Україні залишилася значна частка «традиційних» енерго- та екологоемних промислових видів діяльності із незавершеним виробничим циклом, орієнтованих на випуск переважно низькотехнологічної продукції. Орієнтованість на динамічну індустріалізацію концентрувала економічне зростання у великих містах, прискорена урбанізація гальмувала сільський розвиток. Командно-

адміністративна економіка сформувала міцну налаштованість переважної більшості населення на соціальний патерналізм [5, с. 113].

Розвиток регіонів України на сьогодні більшість фахівців пов'язує з активним зростанням секторів аграрно-промисловий комплекс, воєнно-промисловий комплекс, ІТ-галузі. Така точка зору є обґрунтованою, вона позиціонує не лише майбутнє, що планується отримати в результаті впровадження державних, галузевих та регіональних програм, таким вже є сьогодення.

В світовому співтоваристві розвиток сфери послуг, її якість та пріоритетність в підтримці на рівні влади є визнанням економічної розвиненості, стандартом соціалізації, умовою забезпечення конкурентоспроможності територій, вектором залучення місцевих ресурсів, фактором стимулювання підприємницької активності.

Таким чином, для високорозвинених в економічному відношенні країн характерним є виникнення нової технологічної парадигми та перехід домінуючої ролі в економіці до сфери послуг. Чітко прослідковуються закономірності поглиблення диференціації та посилення персоніфікації послуг, їх проникнення в індустріальну сферу, що забезпечує нову якість економічного зростання. В Україні швидка деіндустріалізація не супроводжувалась якісними змінами, що вказує на необхідність наукового обґрунтування зміни пріоритетів розвитку та запровадження ефективних механізмів державного регулювання процесів постіндустріальних трансформацій національної економіки [6, с.19]. В доповнення такої оцінки слід наголосити на різноспрямованості процесів деіндустріалізації регіонів України, новітніх форматах галузевої структури господарських комплексів та архітектури ринків (як галузевих, так і регіональних), змінах пріоритетів розвитку з позиції активної євроінтеграції.

Серед яскравих прикладів таких змін слід назвати новітній галузевий статус Львівської області та міста Львів, як центру українського туризму та ІТ-кластерів, Київської області як центру аграрної галузі та АПК України, Черкаської області як третього за видатками ІТ-центру України. Такі зміни лише набувають свого визнання, вони ще не мають стійкого характеру. Але вони принципово змінюють імідж регіонів, формують нове бачення процесів спеціалізації, кооперації, інтеграції видів діяльності, ринків, галузевих пріоритетів розвитку територій.

Серед стратегічних пріоритетів розвитку сфери послуг в Україні слід назвати такі: інтеграція сервісної діяльності з матеріальним виробництвом, його софтизація; виконання ролі «точок» економічного зростання територій країни, у тому числі з використанням кластерного підходу, що узгоджується з принципом поляризованого розвитку державної регіональної політики; підвищення якості та доступності соціальних послуг, тим самим поліпшення якості життя населення; формування нової світоглядної ідеології в суспільстві на засадах концепції сталого розвитку. Перспективним напрямом подальших наукових досліджень насамперед є вивчення шляхів удосконалення механізмів державного управління процесами постіндустріальної трансформації національної економіки, створення адекватного інституційного середовища [6, с.23].

Пріоритетність розвитку сфери послуг, залучення її фактично неосяжного потенціалу має свої управлінські передумови. Так лише сфера послуг має такі характеристики, що є унікальними та мають ключові оцінки в системі знань менеджменту:

не потребує великого обсягу інвестицій;

покрощує інвестиційний клімат територій та формує позитивні враження для іноземних інвесторів;

має унікальний потенціал кластероутворення та інших форматів інтегрування діяльності, проектів, інвестицій, соціокультурних ініціатив;
прискорено обертає гроші, не потребує складного фінансового обслуговування;
сплачує податки в місцеві бюджети та нарощує потенціал фінансових капіталів регіонів;
підвищує якість людського капіталу, надає новітніх форматів залучення інтелектуальних продуктів, інноваційних технологій;
прискорює інформаційний прогрес та накопичує досвід активізації інформаційних ресурсів;
поліпшує якість діяльності індустріальних виробництв;
стимулює інвестування в промисловий сектор за рахунок покращення інформаційного обслуговування;
формує платформи для прискореного просування проектів з кластероутворення, інтегрування та диверсифікації бізнесу;
залучає вільну робочу силу, є трудоємною;
потребує підприємницьких талантів та креативності в розвитку;
формує унікальну культуру та спрямована на мультикультурні ефекти та результати;
формує ідентичність територій на національному та субкультурному рівні;
є іміджевоформуючою, оскільки саме через пряму взаємодію із споживачем впливає на суспільну думку;
зберігає та відтворює потенціали – культури, знань, суспільної взаємодії;
залучує інноваційні проекти та комерціалізує ідеї в прискореному форматі, значно швидше ніж в промисловості та на виробництвах;
інтегрує території за принципом єдності ділового середовища з первинним визначенням якісних параметрів оцінювання та врахування культурно-ментальних детермінант.

Україна, її владні кола, менеджмент, бізнес вже оцінили перспективність та пріоритетність стратегічного бачення іміджу, необхідність формування цільової політики іміджмейкінгу, розробку та впровадження механізмів регулювання іміджевих продуктів, включення відповідних механізмів та інструментів в стратегічні плани розвитку.

Системна впливовість позитивного іміджу України, її окремих територій на процеси та явища в регіональному господарському комплексі повинна формувати специфічне відношення регіональної влади до таких управлінських заходів як: аналіз, оцінка, діагностування, регулювання, корегування, планування, прогнозування залучення відповідного потенціалу. Передумовами такого складного управлінського процесу слід визнати низку змін, об'єктивного та суб'єктивного характеру (рис. 1).

Таке бачення передумов не є повним, це лише ключові напрями, які вже мають системне втілення, є взаємообумовленими та відповідними та прогресу знань менеджменту. Одночасно такий формат передумов надає можливості рекомендувати подальше дослідження та обґрунтування конфліктних зон та проблем управлінського характеру, що сформулюють цільове бачення подальшого залучення інструментарію управлінського та правого регулювання, інституційних змін.

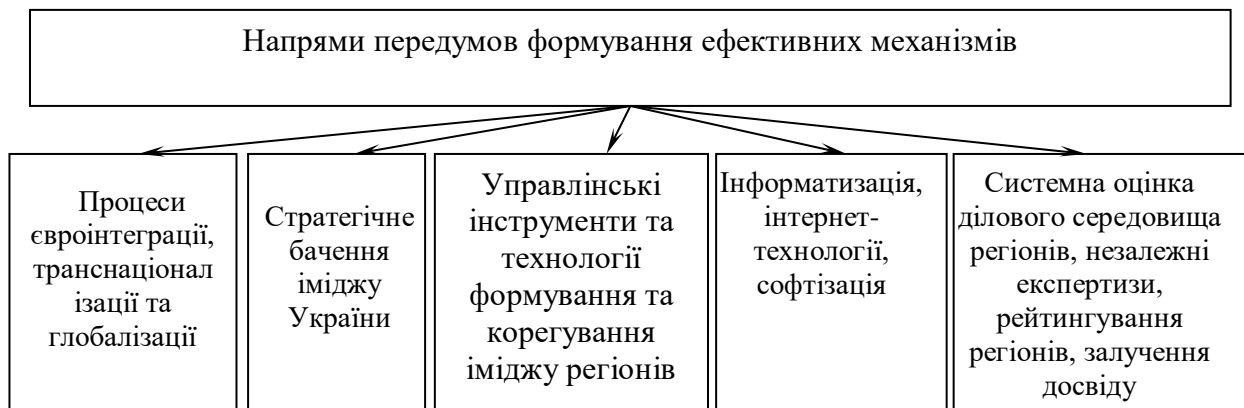


Рисунок 1 - Комплекс передумов, що забезпечує залучення ефективного механізму та інструментів формування позитивного іміджу регіонів України*

*джерело: авторська розробка

І лише після методологічного наповнення та обґрунтування передумов, факторів та зон впливу, оцінки можливих управлінських конфліктів (непогодженості зон інтересів, демотиваційних впливів) рекомендуємо приступати до обґрунтування заходів:

- методичних розробок та технологій управлінського аналізу;
- аналізу стану іміджу в комплексному оцінюванні;
- розробки основних індикаторів (показників) використання потенціалу іміджу;
- моніторингу та діагностики використання потенціалу позитивного іміджу;
- визначення ключових інтересів залучення механізмів активізації позитивного потенціалу іміджу;
- оцінки (діагностики) іміджевої привабливості території (оцінка іміджу з позиції її позитивності або негативності);
- окреслення ризиків та конфліктів в використанні потенціалу іміджу;
- обґрунтування інструментів та механізмів регуляторного впливу (корегувального впливу).

Слід позитивно оцінювати таку перспективність та векторність розвитку, але бачити майбутнє лише в таких форматах не є визнанням прогресу. В Україні є великий потенціал сфери послуг. Тут ми визнаємо наявність великої кількості можливостей, що будуть забезпечувати:

- зростання національної та регіональної економіки;
- формування якісних та кількісних змін соціальної сфери;
- прискорювати темпи наукового, інноваційного, соціального та культурного прогресу.

Сфера послуг економіки України має тенденцію до зростання, яке простежується у вдосконаленні послуг, розвитку людських ресурсів, освоєнні наукового знання. Можна виділити наступні сталі риси розвитку: поживавився розвиток наукомістких галузей сервісу, багато з яких почали спиратися на технологічно складний та інноваційний виробничий апарат. Хвиля відновлення захопила й традиційні галузі-торгівлю, транспорт, побутові послуги, рекреаційні галузі і т.п.; очікується зростання попиту на такі сфери послуг, як-роздрібний банкінг, ритейл і медицину, тобто послуги, які споживає стабільний середній клас, також можливий значний розвиток туризму – як українських курортів, таку і туроператорів, які обслуговують поїздки українців за кордон; зростають капіталовкладення до сервісного сектору України через низьку капіталомісткість і

невисоку середню вартість інвестиційних проектів та меншу ступінь інвестиційного ризику [7, с.40].

Слід окреслити та надати наголосу на таких галузях, видах діяльності що є перспективними з позиції залучення та системного використання позитивного потенціалу в регіонах України: туризм, IT-галузь, освіта, культура, охорона здоров'я.

Такі сфери та їхня діяльність унікально поєднуються в позитивному іміджі туризму, де на сьогодні отримують своє визнання і починають розвиватися нові напрями для України, які вже мають своє визнання та оцінку в світовому просторі [8]:

медичний туризм: поїздки з метою лікування як всередині країни, так і за її межі, у випадку подорожей за кордон, отримують можливість користуватися медичними послугами інших країн, які на вдома не доступні, заборонені, коштовні або законодавчо не врегульовані;

екологічний туризм: поїздки до природних недоторканих людиною та природоохоронних територій;

волонтерський туризм: подорожі в країни, де населення потребує допомоги з добровільних та альтруїстських спонукань;

спортивний туризм: відвідання визначних спортивних заходів та спортивних місць (олімпійських поселень, стадіонів, спортивних музеїв тощо);

освітній туризм: поєднує відпочинок та навчання, полягає у відвідуванні занять, екскурсій з метою розширення світогляду, задоволення цікавості і досягнення інших пізнавальних цілей.

Потенціал туризму, вектори його розвитку є не тільки важливою ланкою в національній економіці України, а й формують перспективи зростання на платформі стимулювання регіонів, залучення інвестицій в туристичний комплекс, створюючи позитивний імідж територій і принципово змінюючи в кращу сторону ділове середовище. Така спрямованість в розумінні перспектив майбутнього регіонів надає можливість поступального і ефективного вирішення конфліктів і проблем окремих територій в рамках стратегічного розвитку. Підмогою і управлінським інструментарієм в цьому науково-практичному процесі повинні стати:

аналіз і оцінка проблем розвитку;

управлінський аналіз потенціалу і його практичної складової для

діагностика асиметрії розвитку регіонів - інформаційної, культурної, підприємницької, інфраструктурної;

формування іміджевих індикаторів і оцінок, приведення їх до світових стандартів

Тільки на основі комплексного аналізу формується науково обґрунтоване бачення проблем і зон конфліктів, визначаються головні проблеми та їх альтернативні шляхи вирішення. Ключове місце у формуванні стратегічного бачення є управлінський аналіз, його науково обґрунтовані інструменти та технології.

Також позитивний вплив від регуляторних заходів слід очікувати в комплексному прояві – зрушеннях та змінах:

балансування економічних та соціокультурних інтересів;

загальних оцінок ділового середовища;

інвестиційної та інноваційної привабливості;

Науковці наголошують, що невдало сконструйований імідж, або такий, що мимовільно виник, здатний стати основою найсильніших інформаційних збоїв в комунікаційних процесах між населенням регіону та зовнішніми спільнотами, руйнування характеристик уявної спільноти і, в кінцевому підсумку, атомізації суспільства, руйнування або дестабілізації його інституціональної структури,

розмивання і руйнування соціальної ідентичності не тільки територіальної, а й соціальної ідентичності взагалі. Образ території зі знаком «мінус» формується внаслідок домінування аномальних природно-кліматичних або негативних політичних, соціально-економічних чи інших явищ, що представляють будь-яку загрозу для людини, для її життя та діяльності, для бізнесу. Так само, наприклад, військові дії, злочинність, процвітання наркобізнесу, бідність та інші фактори стають основою негативного іміджу території. Територіям, які мають позитивний імідж, потрібен не тільки активний розвиток і просування завжди наявних позитивних аспектів образу, а й одночасна робота з реабілітації іміджу, зниження актуальності негативних характеристик [9, с.177].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Питання оцінювання та використання позитивного потенціалу іміджу регіонів України лише набувають актуальності. Такі питання ще зовсім недавно не мали своєї теоретичної та методологічної бази в знаннях менеджменту. Хоча з початку 2000-років імідж та його інформаційно-управлінське використання набуває все більшого значення в механізмах, інструментах та технологіях стратегічного розвитку регіонів не залежно від їх масштабу, підлеглості, цільового спрямування. Фахівці визнають універсальність політики формування позитивного іміджу для отримання результатів та ефектів в сфері індустрії послуг; шоу-бізнесі та регіональному менеджменті. Виняткова роль сфери послуг, яка через свої специфічні характеристики, активізує потенціал позитивного іміджу.

В якості перспектив подальших досліджень, доречним є розробка алгоритму стратегічного управління іміджем території, дослідження синергетичного ефекту від дії всіх факторів формування іміджу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Макаренко М.В. Імідж регіону як головний чинник його конкурентоспроможності / М.В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2 (128). – С. 180-187
2. Нагорняк Т.Л. Брендинг території як державна та регіональна політика: моногр. / Т.Л. Нагорняк. – Донецьк: Вид-во «Ноулдж», 2013. – 367 с.
3. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю. Панасюк. – М.: Омсга-Л, 2007. – 266 с
4. Семченко О.А. Іміджева політика України: моногр. / О.А. Семченко. – К.: Знання, 2014. – 272 с.
5. Сурай А.С. Проблеми та особливості формування ділового середовища регіонів України: факторний аналіз / А.С. Сурай // Збірник наукових праць Херсонського національного технічного університету «Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції». – Вип. 27(2). – Херсон: ХНТУ, 2017. – С. 112-117
6. Янковська Л.А. Стратегічні пріоритети розвитку сфери послуг України на засадах постіндустріальної економіки / Л.А. Янковська // Ефективна економіка. – 2013. – №2. – С.18-23
7. Романків І. Я. Розвиток ринку послуг в Україні / І. Я. Романків // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 38–45
8. Мірошник Р.О., Щир І.В. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми / Р.О Мірошник, І.В. Щир // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – №754. – С.41-46
9. Зінченко О.А. Проектний підхід до створення іміджу території / О.А. Зінченко // European Journal of Management Issues. – 2017. – Вип. 25 № 3-4. – С. 176-183

УДК 33:37.01

Ахновська І.О., к.е.н., доцент, докторант Донецького національного університету імені Василя Стуса

УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ ДИВЕРГЕНЦІЇ ТА КОНВЕРГЕНЦІЇ В ОСВІТІ

У статті розглянуто сутність понять «дивергенція» та «конвергенція» в освіті. Обґрунтовано необхідність управління рівнем дивергенції та конвергенції в освіті. Доведено, що дивергенція в освіті – це є збільшення розриву між рівнями розвитку окремих об'єктів, посилення відмінностей між ними і їхніми складовими. Поняття дивергенції є протилежним поняттю конвергенції, яка означає зближення об'єктів. У реальності дивергентні та конвергентні процеси знаходяться у неперервній взаємодії, забезпечуючи поступовий рух, стабільний розвиток і функціонування усіх існуючих суспільних організмів. У статті виконано конвергентний аналіз освітніх систем різних країн світу. Виявлено ознаки альтернативної освіти: застосування авторських методів та методик навчання, ігрова діяльність, бриколаж, індивідуальний підхід. Виконано аналіз ринку альтернативної освіти України.

Ключові слова: освіта, дивергенція, конвергенція, управління, альтернативна освіта.

Рис. 4, Літ. 11.

Ахновская И.А.

УПРАВЛЕНИЕ УРОВНЕМ ДИВЕРГЕНЦИИ И КОНВЕРГЕНЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ

В статье рассмотрена сущность понятий «дивергенция» и «конвергенция» в образовании. Обоснована необходимость управления уровнем дивергенции и конвергенции в образовании. Доказано, что дивергенция в образовании - это увеличение разрыва между уровнями развития отдельных объектов, усиление различий между ними и их составляющими. Понятие дивергенции противоположно понятию конвергенции, которая означает сближение объектов. В реальности дивергентные и конвергентные процессы находятся в непрерывном взаимодействии, обеспечивая поступательное движение, стабильное развитие и функционирование всех существующих общественных организмов. В статье выполнен конвергентный анализ образовательных систем разных стран мира. Выявлены признаки альтернативного образования: применение авторских методов и методик обучения, игровая деятельность, бриколаж, индивидуальный подход. Выполнен анализ рынка альтернативного образования Украины.

Ключевые слова: образование, дивергенция, конвергенция, управление, альтернативное образование.

Akhnovska I.O.

MANAGEMENT OF DIVERGENCE AND CONVERGENCE IN EDUCATION

The article considers the essence of the concepts of "divergence" and "convergence" in education. The necessity of managing the level of divergence and convergence in education is substantiated. It is proved that divergence in education is an increase in the gap between the levels of development of individual objects, the increase of differences between them and their components. The concept of divergence is the opposite of the concept of convergence. In reality, divergent and convergent processes are in continuous interaction. This ensures the

gradual movement, the stable development and functioning of all existing social organisms. The article is a convergent analysis of educational systems from different countries of the world. Signs of alternative education are revealed: application of author's methods and teaching methods, game activity, bricolage, individual approach. The analysis of the market of alternative education of Ukraine was conducted.

Key words: education, divergence, convergence, management, alternative education.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні проблемам інновацій в освітньому процесі, а саме, в управлінні освітою, у системі ресурсного забезпечення освітньої діяльності, в галузі її нормативно-правового регулювання, контролю, оцінки, моніторингу, приділяють все більше уваги. З одного боку, певні зрушення ведуть до трансформації освітньої парадигми, з іншого боку – все більше споживачів освітніх послуг незадоволені їхньою якістю чи організацією освітнього процесу, що призводить до розповсюдження альтернативної освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. За останні роки здійснено багато досліджень, опубліковано наукові праці багатьох вчених в цьому напрямку, зокрема Т. Левченко, І. Сторонянської, С.Губик, О. Матюшкіна та інші. Питання альтернативної освіти досліджували Л.Баталія, Ж.Вихрестенко, О.Заболотна, І.Кравець, І.Мартинчук та інші. Однак, на сьогодні практично немає наукових праць, що досліджують дуальність системи освіти.

Визначення окремих питань, що не вирішені в обраній для дослідження проблемі. Нове тисячоліття тісно пов'язується з новою філософською парадигмою. Критичний підхід до сучасних теорій в галузі освіти характерний для всіх країн світу, висуває основні вимоги до освіти – збереження і збагачення людських цінностей. Сьогодні вирішується питання, як особистість, що виховується і формується, може протистояти машинній цивілізації і стандартам нового тисячоліття. Спрямованість освіти, процесу навчання тільки на накопичення знань та інформації не виправдовує себе. Людство втрачає людяність. Тому освіта XXI століття має бути спрямована на задоволення потреб вищого рівня, потреб людського духу, на створення особистісної філософії того, хто навчається і того, хто навчає. Від цих концептуальних філософських підходів залежить наше майбутнє [1].

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування необхідності управління рівнем дивергенції та конвергенції в освіті, визначення сутності категорії «дивергенція в освіті» та аналіз ринку альтернативної освіти України.

Виклад основного матеріалу статті з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Освітній процес пов'язаний з багатьма факторами суспільного життя: з характером суспільних відносин, ідеологічними орієнтирами і пріоритетами, рівнем правової, політичної, моральної культури населення. Сьогодні спостерігаємо постійні прагнення універсальності та стандартизації освіти, але слід пам'ятати, що універсальність можлива тоді, коли будуть знайдені деякі інваріанти в освіті.

Терміни «дивергенція» та «конвергенція» практично не використовувалися раніше в економічній літературі до того часу, поки зарубіжні економісти Я.Тінберген, Е.Гідденс, Дж.Сакс застосували ці терміни до аналізу явищ суспільного життя.

Аналіз літературних джерел дозволив виявити, що терміни «дивергенція» та «конвергенція» застосовуються у біології, фізиці, філології, політології, економіці та фінансах. Слово «дивергенція» походить від лат. *diverto* — «відхиляюсь». Дивергенція у біології означає розходження ознак і властивостей у спочатку близьких груп організмів в ході еволюції. У фізиці – диференціальний оператор, що відображає векторне поле на

скалярне і визначає, наскільки розходиться вхідне і вихідне з малого околу даної точки поле. У філології – фонетичний процес розщеплення одного звуку на два різних. Існує етнічна дивергенція, що полягає у діленні етнічної системної цілісності з появою нових систем такого типу і відбувається шляхом відділення від етносу будь-якої його частини, яка потім складається у незалежний етнос. На фондовому ринку це поняття вживається, коли акція формує одну вершину, за нею наступну ще вище, а індикатор весь час фіксує спад. Це трапляється через те, що рух ціни є інертним, хоча купівлі немає, ніхто не поспішає продавати. В економіці під дивергенцією розуміють вид динаміки стану ринку, коли аналіз показників ринку вказує на різні тенденції, збільшення якісного різноманіття організаційно-правових форм і схем управління на мікро- і макрорівнях, ускладнення існуючих і появу нових систем відносин. Виходячи з цих визначень, можна зробити наступні висновки, що дивергенція - це:

- Розходження ознак і властивостей, тобто школи можуть застосовувати свої підходи та методики, а також різні предмети у навчальному процесі.

- Розходження вхідного та вихідного, а це досягається в освітньому процесі завжди стосовно рівня знань, вмінь та навичок.

- Розщеплення та відділення певних частин, які потім складаються у незалежний механізм. Наприклад, створення нових альтернативних закладів освіти на базі існуючих.

- Існування одночасно різних тенденцій, збільшення якісного різноманіття організаційно-правових форм і схем управління. Тобто, створення нових закладів освіти та подальше співіснування їх у різних організаційно-правових формах і з застосуванням різних стилів та методів управління.

Розглянемо більш детально першу тезу про застосування власних підходів та методик, а також різних предметів у навчальному процесі. Коли у молодших класах вводять такі предмети, як комп'ютерна чи фінансова грамотність, це гармонійно розвиває дитину і допомагає найкращій її соціалізації у суспільстві. Але, якщо школа за власним бажанням (мається на увазі, альтернативні заклади освіти) виключить з розкладу такі дисципліни, як фізика чи хімія або об'єднає певні предмети в один – суб'єкту освітнього процесу, дитині, буде достатньо важко перейти до іншого навчального закладу, адже буде потрібно здавати академічну різницю. Звідси, необхідним є управління рівнем дивергенції та конвергенції в освіті. До того ж, вважаємо за необхідне ввести такі види дивергенції в освіті, як «сильна», «середня» та «слабка».

Таким чином, можемо зробити висновок, що термін «дивергенція» є притаманним для сучасного освітнього простору, а дивергенція в освіті – це є рух по розбіжних лініях: збільшення розриву між рівнями розвитку окремих об'єктів, посилення відмінностей між ними і їхніми складовими.

Поняття дивергенції є протилежним поняттю конвергенції, яка означає зближення об'єктів. У реальності дивергентні та конвергентні процеси знаходяться у неперервній взаємодії, забезпечуючи поступовий рух, стабільний розвиток і функціонування усіх існуючих суспільних організмів. Наприклад, в економіці ми спостерігаємо як процеси дивергенції (підсилення розриву між країнами-дебіторами та кредиторами), так і конвергенції (зближення економік різних країн).

Т. Левченко зазначає, що конвергенція спрямована на пошук одного правильного рішення, а дивергенція розглядає різні варіанти і допускає існування декілька рішень одночасно [1]. У процесі євроінтеграції різних педагогічних систем в єдиний освітянський простір важливим є конвергентний аналіз цих систем. Необхідно шукати спільне навіть при розбіжностях у сприйнятті і підходах, при різних способах мислення,

цілях, цінностях, напрямках подальшого розвитку особистості і педагогічних систем, в яких вона формується. Такими спільними рисами є наступні (рис. 1).

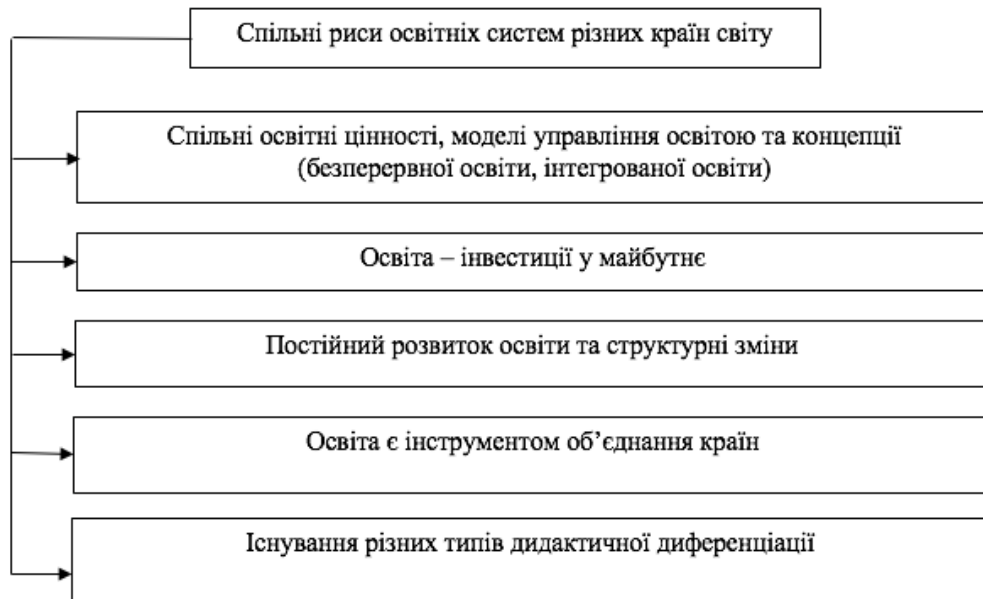


Рисунок 1 – Конвергентний аналіз освітніх систем різних країн світу

Базою для аналізу σ -конвергенції є апарат статистичних показників (варіації, концентрації, ентропії), оцінка β -конвергенції формується із використанням апарату економетрії, який містить регресійні моделі вартісних та темпових показників. Статистичний апарат аналізу σ -конвергенції дозволяє отримати статистичні оцінки даного процесу, а інструментарій аналізу β -конвергенції – динамічну [2].

Повернемось до поняття дивергенції в освіті. Якщо звучити рівень дослідження і розглядати не освітні системи різних країн світу (зрозуміло, що тут достатньо відмінностей), а лише освітній простір України, доцільним є аналіз альтернативної його складової, адже саме альтернативні школи декларують зовсім інший підхід до навчання.

Кількість предметів, які цікавлять науку, обмежена лише її парадигмою. Якщо ж виходити з теорії парадигм, то альтернативна наука - це зовсім не альтернатива науці, а лише альтернатива тому підходу, який на цей момент часу в науці за якимись певними причинами переважає. І це не означає, що такі підходи є аномальними, вони просто інші. Так само, й альтернативна школа використовує інші методи навчання, які не є традиційними для загальноосвітніх закладів. Отже, аналіз літератури з цієї проблеми [3-6] дозволяє виділити наступні ознаки, за якою альтернативна освіта відрізняється від традиційної. Перша ознака - це застосування авторських методів та методик навчання.

Друга ознака: в альтернативних школах чільне місце у переліку форм навчання займає саме ігрова діяльність. Вчитель повинен установити характер і кінцеву мету запропонованої гри, яка б розвивала певний вид діяльності. На кожному рівні розвитку учні повинні вміти спостерігати, осмислювати, уявляти, тренувати пам'ять, розробляти певні проекти та запроваджувати їх у дію. Простір, час, ситуативність — все організовується для того, щоб дитина діяла. Школа пропонує їй такий спосіб життя, який відповідає біологічним, емоційним, інтелектуальним потребам і дозволяє знайти своє місце у будь-якому шкільному середовищі. Клас і школа повинні бути облаштовані таким чином, щоб дозволити дітям численні дії, передбачені педагогікою цього рівня.

Обладнання (інструменти, картини, книги тощо) повинне відповідати розміру і баченню речей дитиною. Клас — це місце, де вона може вільно почуватися та отримувати задоволення від оточення. Усі складники цього оточення повинні відповідати поставленій меті, адже не лише матеріальний достаток та оснащення є підґрунтям педагогічного успіху. Наприклад, школа-парк чи освітній парк відкритих студій – це вільні освітні простори, де учні різного віку навчаються за власним бажанням та без обмежень у часі.

Третя ознака: в альтернативних школах широко застосовується бриколаж. Цей термін набув поширення в освітній теорії і практиці за останні роки й вживається для позначення певної освітньої стратегії. Він пов'язаний з передачею прихованих (альтернативних) культурних кодів, поширення яких активізує окремих людей і суспільство в цілому. Чеський дослідник С. Губик, який вважає бриколаж джерелом альтернативної освіти, характеризує бриколаж як процес розшифрування прихованих культурних кодів, які, зазнавши відповідне зовнішнє втручання, перетворюються на альтернативний освітній процес і можуть ініціювати бажані імпульси до соціальної та культурної мобілізації особистості, суспільства, регіону. Бриколаж передбачає: по-перше, дивергенцію; по-друге, використання будь-яких речей за різним призначенням; по-третє, у бриколажі інструментом є не термін, а знак. Четверте – запам'ятовування здійснюється через реконструкцію. П'яте – центральне місце займає не система, а гра. Шосте – окремі ігрові елементи стають ритуалом.

Четверта ознака: традиційна школа не може приділяти багато уваги тим дітям, які цього діже потребують – це неформатні альтодональні особистості, для яких найкращим вирішенням питання освіти є індивідуалізованість підходу до кожного окремого випадку. Для кожної альтодональної дитини необхідно добирати методи навчання, спираючись на її потреби, психологічні та фізіологічні характеристики. Зараз у світі загалом і в Україні зокрема простежується зростання уваги до індивідуальної освіти дітей. На думку О. М. Матюшкіна, універсалізація програм є тою слабкою ланкою, де починає створюватися феномен, який в психології називають «дискримінацією обдарованої дитини» [7]. За принципом індивідуального підходу до кожного учня функціонують, наприклад, всесвітньо відомі математична School of One та школа Big Picture, яка була створена декількома ентузіастами, а в 2015 році відкрила 90 шкіл у всьому світі.

Станом на 1.04.2018 р. в Україні існує 154 навчальні заклади, які позиціонують себе саме як альтернативні школи, при чому за регіонами країни альтернативні школи розподілені нерівномірно (рис.2).

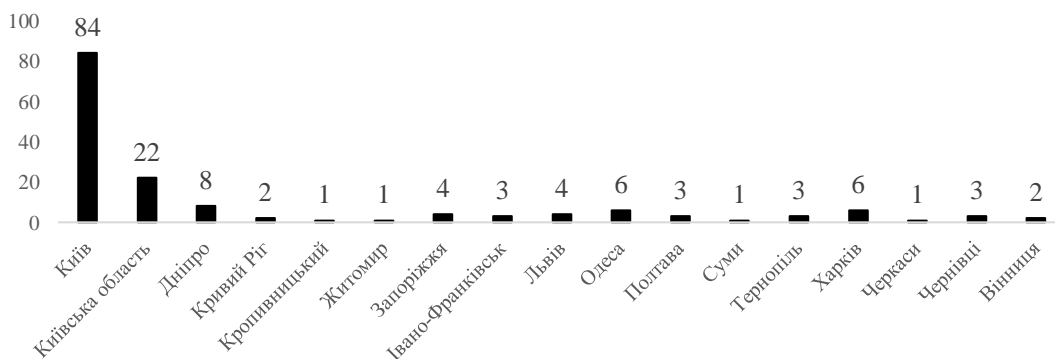


Рисунок 2 – Кількість альтернативних шкіл за регіонами України станом на 1.04.2018 р., од. [8]

Так, якщо у Києві зосереджено 84 альтернативні школи (при чому, декілька з них мають філії в різних районах міста), це складає 55 % загальної кількості альтернативних шкіл України. У Київській області зосереджено 14 % альтернативних шкіл, в інших містах країни їх середнє значення складає 3,2.

Слід зазначити, що в таких обласних центрах, як Ужгород, Луцьк, Чернівці, Рівне, Хмельницький, Херсон, Миколаїв, альтернативні школи не представлені. Цікаві спостереження маємо при аналізі кількості шкіл, які працюють з молодшою, середньою та старшою школою (рис. 3). Так, перші класи на 2017-2018 навчальний рік набрала найбільша кількість шкіл – 113 одиниць або 86,3 %.

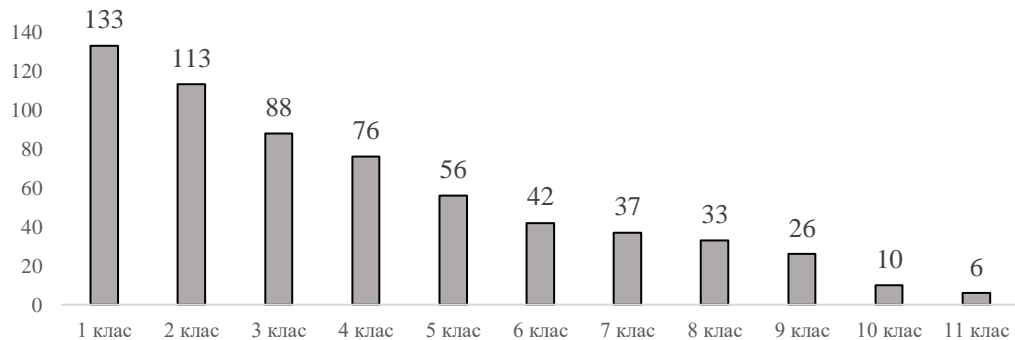


Рисунок 3 – Кількість альтернативних шкіл України, які сформували певні класи, на 2017-2018 н.р., од. [8]

Другий клас мають 73,3 % альтернативних шкіл, тоді як 11-й – лише 6 шкіл. Це пов'язано з тим, що більша кількість альтернативних шкіл є новими і працюють лише з цього навчального року.

Індивідуальний підхід найкраще реалізується через домашнє навчання. У сім'ї батьки будують свою освітньо-виховну систему. Така система формується на основі особистого досвіду батьків, отриманих у своїх родинах, збагаченого прочитаною літературою і порадами консультантів – вихователів, учителів, психологів. По своїй суті будь-яка система сімейної освіти є не що інше, як прояв суб'єктивності батьків у її розумінні і реалізації. Від системи сімейної освіти багато в чому залежить, якою дитина виросте, які цінності, норми і правила будуть передані. Якщо розглянути досвід домашнього навчання у світі, можна спостерігати наступне: домашня освіта набирає все більшої популярності у США, Канаді, Франції, Росії, Україні. Якщо у 1994 році дітей, які отримували освіту в індивідуальному порядку, в усьому світі було лише 345 тисяч, то в 2001 році – біля мільйона, зараз – практично 5 млн. осіб. Беручи свій початок у маленьких громадах 80-х, домашня освіта швидко здобула популярність у 90-х роках ХХ століття [9].

Сьогодні існує ототожнення сімейної освіти, домашнього навчання та екстернатної форми здобуття освіти. Так, в Законі України «Про освіту» зазначено, що екстернатною формою здобуття освіти є спосіб організації навчання здобувачів освіти, за яким освітня програма повністю засвоюється здобувачем самостійно, а оцінювання результатів навчання та присудження освітньої кваліфікації здійснюються відповідно до законодавства. Сімейною (домашньою) формою здобуття освіти є спосіб організації освітнього процесу дітей самостійно їхніми батьками для здобуття формальної (дошкільної, повної загальної середньої) та/або неформальної освіти. Відповідальність

за здобуття освіти дітьми на рівні не нижче стандартів освіти несуть батьки. Оцінювання результатів навчання та присудження освітніх кваліфікацій здійснюються відповідно до законодавства [10]. Згідно з цими визначеннями, різниця полягає лише у відповідальності: у випадку екстернатної форми навчання відповідальність несе здобувач, сімейної – батьки дитини.

На сайті МОН України наведено списки шкіл для екстернів (1439 шкіл) та для дистанційного навчання (100 шкіл), але ці школи приймають не всіх бажаючих, а жителів Донбасу і Криму, але деякі схвально ставляться до позаочних форм навчання. Крім того, за підрахунками автора в Україні налічується 30 шкіл, з яких 7 – державної форми власності, які мають відповідні ліцензії для атестації хоумскулерів. З загального числа таких шкіл 20 приймають учнів, інші 10 є альтернативними, що здійснюють одночасно і навчання дітей, і атестацію.

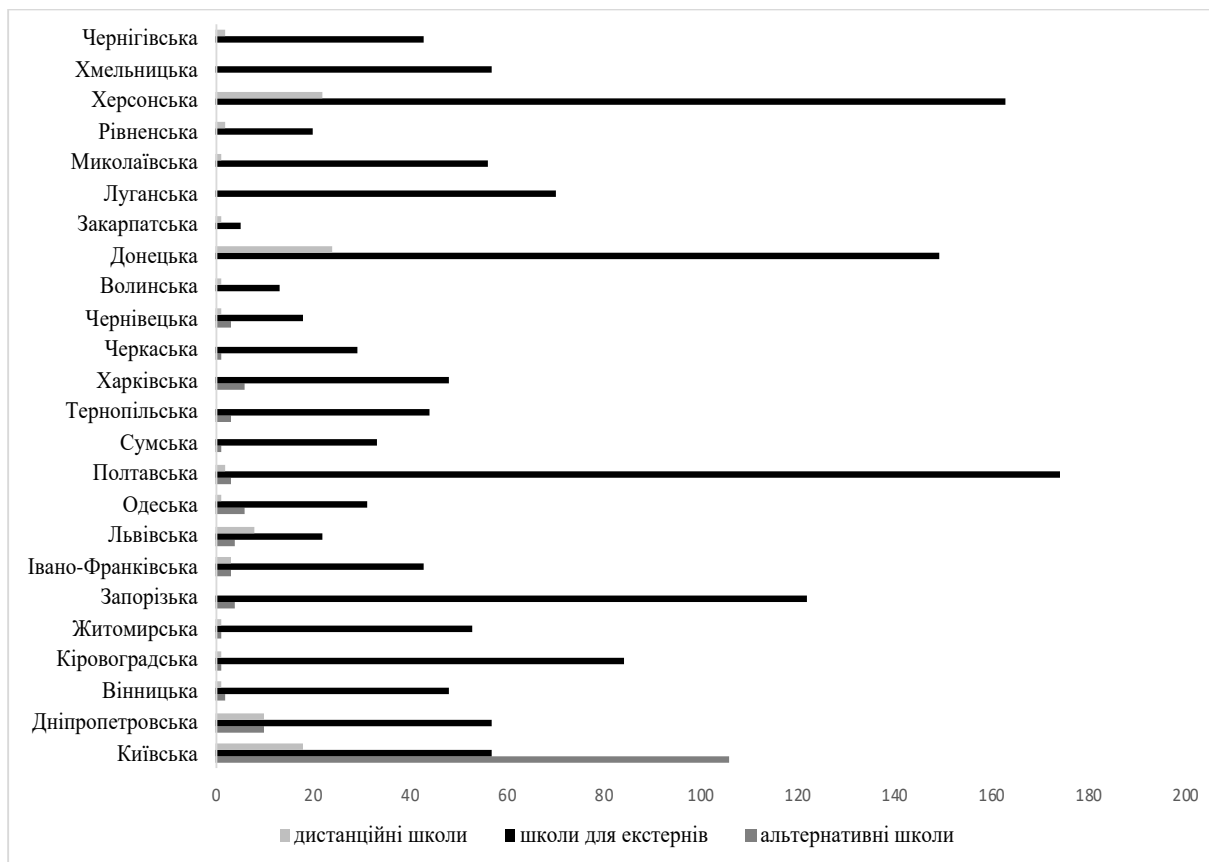


Рисунок 4 – Ринок сімейної освіти в Україні станом на 1.04.2018 р., од. за регіонами України (кількість альтернативних, дистанційних та шкіл для екстернів) [11]

Слід зазначити, що сьогодні існує певна свобода в освітньому просторі України. Так, учні та їх батьки можуть обирати, відвідувати дітям традиційну школу (обравши при цьому денну форму навчання, дистанційну чи екстернат) чи альтернативну (з атестацією на місці або атестацією у традиційній школі). Однак, якщо суб'єкти освітнього процесу обирають сімейну форму навчання, дитині все одно доводиться здавати атестацію за державними стандартами. З цього можна зробити висновок, що існуюча на сьогодні в нашій країні освітня система є дивергентною, а рівень дивергенції суттєво підвищився за останні роки.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, на сьогодні дуже важлива дивергенція (розширення) освітніх програм, впровадження інноваційних проектів навчання до повного задоволення попиту споживачів. Конвергенція в освіті виконує роль того фактору, що стабілізує, сприяє відбору найбільш ефективних елементів, апробованих у процесі попередньої педагогічної практики. Це – ідея створення освітніх стандартів, що виконують функції забезпечення обов'язкового мінімуму змісту основних освітніх програм, визначення обсягів навчального навантаження, вимог до атестації учнів. Разом з тим, необхідно надати більше можливостей для учнів в плані дистанційної, екстернатної, сімейної (домашньої) освіти. На державному рівні це – гармонізація системи освіти, зокрема, координація вимог до знань учнів, інтеграція системи освіти в Європейський простір; на регіональному рівні – інформаційна підтримка освітніх заходів з метою підвищення обізнаності громадян щодо різних форм навчання; на рівні освітніх заходів – відкритість до запозичення форм, методів та засобів організації педагогічного процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Левченко Т.І. Європейська освіта: Конвергенція та Дивергенція: Монографія / Т.І. Левченко. – Вінниця: Нова книга. – 2007. – 656с.
2. Сторонянська І.З. Процеси конвергенції / дивергенції соціально-економічного розвитку регіонів України: підходи до оцінки / І.З. Сторонянська // Регіональна економіка. - №2. – 2008. – С. 73-83.
3. Баталія Л. Порівняльний аналіз альтернативних шкіл Чехії, Польщі і Словаччини / Л. Баталія // Нова педагогічна думка: наук.журн. – 2012. - №4.
4. Заболотна О. Альтернативна освіта як предмет наукового дискусю у вітчизняному та зарубіжному педагогічному просторі / О. Заболотна. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: library.udpu.org.ua
5. Кравець І. Стан діяльності альтернативної освіти у Польщі / І. Кравець // Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету “Україна”. – 2014. - №1(9). – С. 56-61.
6. Мартинчук І. Альтернативні школи України, історія становлення і перспективи / І. Мартинчук // Історичні та політологічні дослідження. – 2017. - № 2(61). – С. 62-67.
7. Матюшкин А.М. О создании научно-практической программы по выявлению, обучению и воспитанию одаренных и талантливых детей / А.М. Матюшкин, Д.А. Сиск // Вопросы психологии. – 1988. - №4. – С. 88-97.
8. Ахновська І.О. Управління розвитком альтернативної освіти в Україні / І.О. Ахновська // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент ХХІ століття: глобалізаційні виклики»: збірник наукових праць. – Полтава: ПП «Астра», 2018. – 304 с.
9. Вихрестенко Ж. Домашня (сімейна) освіта як альтернативна форма загальної середньої освіти / Ж. Вихрестенко // Народна освіта: Електронне наукове фахове видання. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.narodnaosvita.kiev.ua
10. Про освіту: Закон України. – 5.09.2017. - №2145-VII // Відомості Верховної Ради, 2017, №38-39.
11. Ахновська І.О. Комунікативні процеси на ринку сімейної освіти України / І.О. Ахновська // Облік, аналіз і контроль в стратегії розвитку економіки України – Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 300 с.

УДК 338.487:659.126

Горбашевська М.О., к.е.н., доцент Маріупольського державного університету

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ

В даній статті досліджено теоретичні аспекти формування конкурентоспроможного бренду туристичної фірми. У процесі дослідження сформульовано поняття «конкурентоспроможність» з точки зору привабливості підприємства для інвестора. Розкрито сутність поняття бренд. На сьогоднішній день, туристичні фірми України повинні визначити для себе основні стратегії розвитку бренду саме своїх торгових марок, оцінити переваги, які вони отримують разом з брендом, створити умови для розширення свого бренду в Україні та поза її межами і стати гарантом якості для українських споживачів туристичних послуг. Саме тому важливим для туристичного підприємства є визначення стратегічного напрямку розвитку бізнесу, тобто конкурентної маркетингової стратегії. На сьогоднішній день, туристичні фірми України повинні визначити для себе основні стратегії розвитку бренду саме своїх торгових марок, оцінити переваги, які вони отримують разом з брендом, створити умови для розширення свого бренду в Україні та поза її межами і стати гарантом якості для українських споживачів туристичних послуг. Саме тому важливим для туристичного підприємства є визначення стратегічного напрямку розвитку бізнесу, тобто конкурентної маркетингової стратегії.

Ключові слова: конкурентоспроможність, бренд, маркетинг, маркетингове дослідження, туристичний ринок, туристичний продукт.

Рис.3, Табл. 5, Літ 16.

Горбашевская М.А.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БРЕНДА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ

В данной статье исследовано теоретические аспекты формирования конкурентоспособного бренда туристической фирмы. В процессе исследования сформулировано понятие «конкурентоспособность» с точки зрения привлекательности предприятия для инвестора. Раскрыта сущность понятия бренд. На сегодняшний день, туристические фирмы Украины должны определить для себя основные стратегии развития бренда именно своих торговых марок, оценить преимущества, которые они получают вместе с брендом, создать условия для расширения своего бренда в Украине и за ее пределами и стать гарантом качества для украинских потребителей туристических услуг. Именно поэтому важным для туристического предприятия является определение стратегического направления развития бизнеса, то есть конкурентной маркетинговой стратегии. На сегодняшний день, туристические фирмы Украины должны определить для себя основные стратегии развития бренда именно своих торговых марок, оценить преимущества, которые они получают вместе с брендом, создать условия для расширения своего бренда в Украине и за ее пределами и стать гарантом качества для украинских потребителей туристических услуг. Именно поэтому важным для туристического предприятия является определение стратегического направления развития бизнеса, то есть конкурентной маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: конкурентоспособность, бренд, маркетинг, маркетинговое исследование, туристический рынок, туристический продукт.

Gorbachevska M.

THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION OF THE COMPETITIVE BRAND OF THE TOURIST FIRM

The theoretical aspects of the formation of a competitive brand of a travel firm are researched in this article. In the course of the study, the concept of "competitiveness" is formulated in terms of the attractiveness of the enterprise for the investor. The essence of the concept of the brand is disclosed. Today, Ukrainian travel agencies should determine the main strategies for brand development of their own brands, assess the benefits they will get with the brand, create conditions for expanding their brand in Ukraine and beyond and become a quality guarantor for Ukrainian tourist travelers. services. That is why it is important for a tourist enterprise to determine the strategic direction of business development, that is, a competitive marketing strategy. Today, Ukrainian travel agencies should determine the main strategies for brand development of their own brands, assess the benefits they will get with the brand, create conditions for expanding their brand in Ukraine and beyond and become a quality guarantor for Ukrainian tourist travelers. services. That is why it is important for a tourist enterprise to determine the strategic direction of business development, that is, a competitive marketing strategy.

Key words: competitiveness, brand, marketing, marketing research, tourism market, tourism product.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день неможливо переоцінити роль, значення та місце туризму в житті людей, регіонів, держав і в міжнародному просторі. У постіндустріальному суспільстві сфера обслуговування стає важливим фактором його економічного розвитку, тому що туризм значно впливає на розвиток таких галузей економіки, як будівництво, транспорт, зв'язок, торгівля і виробництво товарів народного споживання, сільське господарство, виконуючи роль своєрідного каталізатора соціально-економічного розвитку країни.

Туристичні фірми функціонують в рамках зовнішнього і внутрішнього середовищ, котрі зумовлюють успішність туристичної компанії. На успішність впливає діяльність конкурентів і на ринку туристичних послуг залишаються лише конкурентоспроможні туристичні фірми, у яких рівень економічних, технічних і експлуатаційних параметрів дозволяє витримати суперництво (конкуренцію) з іншими аналогічними суб'єктами на ринку, саме тому актуалізується важливість ведення маркетингової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти аналізу маркетингового туристичного середовища та туристичних брендів відображені в працях таких відомих вчених: Котлер Ф., Асплунда К., Рейн І., Хайдер Д., Уиллер А., Мескон М., Селезньов А. та ін.

Виділення невирішеної проблеми. На сучасному етапі розвитку туристичного ринку залишається проблема підвищення ефективності маркетингової діяльності. У наукових працях і практичних рекомендаціях не знайшли відображення проблеми підвищення ефективності маркетингової діяльності туристичного підприємства, тому існує потреба в розробці конкурентоспроможного туристичного бренду, тому що бренд - це невіддільна частина маркетингу, а він - є невіддільною частиною будь-якого ринку; це корпоративна індивідуальність туристичного підприємства, по якій потенційний клієнт вирішить відвідати його в перший раз.

Мета наукової статті. Метою статті є аналіз маркетингової діяльності туристичного підприємства з урахуванням сучасних тенденцій розвитку цієї галузі,

створення туристичного бренду та визначення конкурентоспроможності його на туристичному ринку взагалі.

Результати дослідження. У науковій літературі, термін «конкурентоспроможність» має широке поширення. У своїх роботах, такі автори як М.Х. Мескон, А. Селезньов та ін., давали визначення терміну «конкурентоспроможність» (див. табл.1.).[1, с.26; 2, с. 28; 3, с.34]

Таблиця 1

Визначення терміну конкурентоспроможність

Автор	Визначення
І.В. Сергєєв	здатність підприємства виробляти конкурентоспроможну продукцію за рахунок вміння ефективно використовувати фінансовий, виробничий і трудовий потенціал
М.Х. Мескон	відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку даної фірми від ступеня задоволення своїми товарами потреби людей і по ефективності виробничої діяльності конкурентоспроможність підприємства характеризує можливості і динаміку пристосування до умов ринкової конкуренції
Д.О. Самодуров	здатність підприємства розробляти, виробляти і продавати свою продукцію на ринку за ціною, що забезпечує в повному обсязі його фінансово-економічні зобов'язання, а також кількісний та якісний ріст його потенціалу
Т. Коно	сукупність наступних характеристик: захоплена підприємством частка ринку; здатність підприємства до виробництва, збуту і розвитку; здатність вищої ланки керівництва до реалізації поставленої мети
М.О. Єрмолов	характеристика, що відображає відмінність процесу виробництва даного виробника від виробника-конкурента за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності
Н.С. Яшин	можливість і динаміка пристосування його до умов ринкової конкуренції

Виходячи з табл. 1., сформульовано наступне тлумачення поняття «конкурентоспроможність» - це властивість об'єкта, зумовлена величиною привабливості даного підприємства для інвестора, що залежить від зовнішніх, внутрішніх факторів і характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку.

Конкуренція серед туристичних фірм в нашій країні величезна. Щороку на ринок туризму виходять нові фірми, кожна зі своїми особливостями, перевагами, новинками, видами обслуговування, своїми напрацюваннями. У кожній туристичній фірмі свій рівень на ринку. У зв'язку з таким різноманіттям, споживач часто буває необізнаним, і не знає, який авторитет у фірми, але для того, щоб туристичній фірмі успішно конкурувати на ринку, треба вивчати досвід конкурентів і бачити перспективи власного розвитку.

Причини (фактори), які обумовлюють перевагу одній організації туристської сфери над іншою, можуть бути найрізноманітнішими. В якості основних прийнято виділяти цінові та нецінові фактори. Цінова конкуренція - форма конкуренції, заснована на більш низькою ціною (собівартості) пропонованого туристичного продукту. При ціновій

конкуренції продавці рухаються по кривій попиту, підвищуючи або знижуючи ціну. Це досить гнучкий інструмент маркетингу, оскільки ціни можна швидко і легко змінювати, враховуючи чинники попиту, витрат і конкуренції.

Розрізняють пряму цінову конкуренцію, коли широко проводиться відкрита реклама зниження цін на випускаються і наявні на ринку турпродукти (послуги); а також приховану цінову конкуренцію, при якій на ринок туристського бізнесу виводиться новий турпродукт (послуга) з істотно поліпшеними споживчими властивостями, ціна при цьому підвищується. Нецінова конкуренція - форма конкуренції, яка заснована на факторах, побічно пов'язаних або зовсім не залежать від ціни; вирішальну роль при цьому відіграє якість турпродукції, її новизна, дизайн, фірмовий стиль, подальший сервіс, позаринкові методи впливу на споживача [4, с.78].

При неціновій конкуренції продавці переміщують криві попиту споживачів, роблячи упор на відмінностях своєї продукції. Це дозволить фірмам збільшувати збут при даній ціні або продавати початкову кількість по більш високій ціні. На туристичному ринку основна конкуренція в даний час ведеться саме в нецінових плані на рівні конкуренції якості обслуговування туристів. Основні напрямки неціновій конкуренції:

- диференціація і сегментація туристського ринку;
- спеціалізація туристських підприємств і програм;
- чітке дотримання стандартів обслуговування;
- підвищення норм в обслуговуванні;
- різноманітність турпослуг;
- неповторність пропозиції;
- облік психологічних особливостей споживачів при обслуговуванні

Одним з головних нецінових факторів конкуренції для туристичного підприємства є бренд. Торгова марка (бренд) - це візуальний образ, ім'я, дані виробником своєю послугу, щоб покупцеві було легше відрізнити її від послуг конкурентів. В даний час в економічній літературі зустрічається використання як назви і бренду, і торговельної марки. Американська маркетингова асоціація дає таке визначення: «Бренд - це назва, термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначені для ідентифікації товарів або послуг постачальника або групи продавців і їх диференціації від товарів чи послуг конкурентів». Це визначення показує, що послуга може бути реалізована споживачеві як під торговою маркою виробника, так і під маркою продавця і що торгова марка є сигналом для споживача про джерело виникнення послуги і захищає як організацію, так і споживача від конкурентів, які реалізують ідентичні послуги.

Брендинг - це технологія створення та просування фірмових (марочних) туристських послуг, діяльність з формування довгострокової переваги до них, заснована на посиленому впливі на виділений сегмент споживачів товарного знака, торгової марки, рекламної аргументації, матеріалів і заходів стимулювання збуту; оформленні та організації місць продажу послуг, а також інших елементів і акцій в сфері рекламної діяльності, об'єднаних певною ідеєю, які виділяють послуги організації серед конкурентів, створюють її образ, підкреслюють позицію і унікальність. Завдяки брендингу продукція стає втіленням фірмовості [5, с.90]. Основним завданням брендингу є формування і подальший розвиток у споживача позитивних асоціацій, пов'язаних з її торговою маркою.

У практиці маркетингу у бренда є невід'ємні складові (табл 2).

Можна зазначити, що для просування бренду організації необхідно враховувати і розвивати всі дані особливості в комплексі. Ризиковано виділяти тільки якусь одну або

кілька особливостей і на їх основі створювати бренд. Умовно процес створення та управління брендами існує в вигляді циклічного процесу (рис. 1).

Таблиця 2

Характеристика складових бренду туристичної фірми

Складова	Характеристика
«Brand-name»	Найменування бренду – це процес розробки імені бренду. Для того, щоб якимось чином виділити нову компанію серед безлічі інших, необхідно «яскраву», вибухову назву, яка в той же час буде викликати довіру у клієнтів [6].
«Brand-image»	Створення товарного знаку, логотипу. Товарний знак - це позначення, яке призначене для індивідуалізації товарів і дозволяють відрізнити товари одних виробників від інших, і підлягає спеціальній реєстрації. Торгова марка або товарний знак - це юридичні категорії, що позначають зареєстрований логотип, тобто спосіб захисту авторських прав на знакове позначення. Логотип - оригінальне зображення, зображення повного або скороченого найменування фірми або товарів фірми. Спеціально розробляється фірмою з метою залучення уваги до неї і до її товарів [7].
Унікальна цінність бренду	1) слоган - це рекламна фраза, яка в стислому вигляді викладає основні рекламні пропозиції і в нього входять усі повідомлення в рамках рекламної кампанії туристичної послуги; 2) місія та ціль туристичної фірми - основна мета організації, сенс її існування, причина по котрій клієнти повинні вибрати її [8].

Ф. Котлер виділяє шість особливостей поняття бренд (табл. 3) [10, с.22; 11, с. 65; 12, с.58].

Таблиця 3

Особливості поняття «туристичний бренд»

Назва	Характеристика
Атрибути	бренд викликає у покупця асоціації щодо відмінних властивостей туристської послуги
Переваги і вигоди	атрибути повинні бути представлені у вигляді функціональних і емоційних переваг і вигод
Цінності	бренди відображають систему цінностей виробника
Культура	бренд може символізувати певну корпоративну культуру
Індивідуальність	бренд може викликати певні індивідуальні образи
Споживач	бренд передбачає позиціонування туристських послуг на певний тип клієнта.

Використання відомого бренду забезпечує організації індустрії туризму ряд конкурентних переваг:

- 1) зменшення витрат на маркетинг завдяки популярності бренду і лояльності покупців;
- 2) придбання організацією певної міри впливу на організації-продавців, так як покупці чекають від них туристичні послуги під конкретними брендами;
- 3) встановлення більш високих цін у порівнянні з конкурентами, що можливо, тому що бренд сприймається як показник високої якості;
- 4) спрощення здійснення стратегії розширення бренду у зв'язку з високою довірою споживачів;

- 5) певний захист в умовах жорсткої цінової конкуренції;
 б) зміцнення корпоративного іміджу, спрощення просування на ринок нових туристичних продуктів і послуг та забезпечення лояльності до них споживачів туристичних послуг.

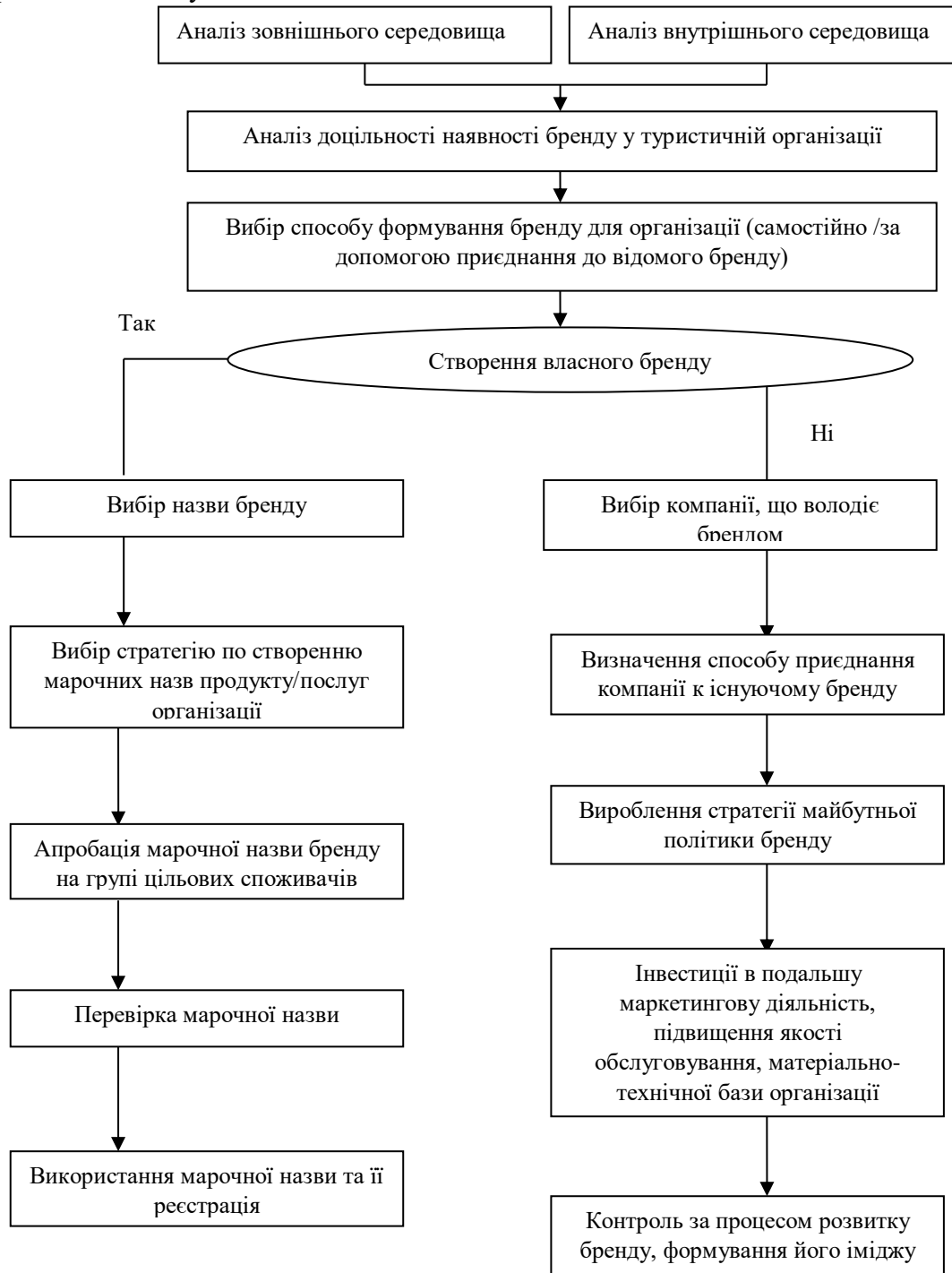


Рис. 1 - Процес управління брендами в туристичних організаціях [7, с.25; 8, с. 76; 9, с.47]

В основі управління брендами лежить процес, спрямований на збільшення періоду лояльності споживачів до торгової марки. Для цього необхідні постійні інвестиції в маркетингову діяльність, в підвищення якості обслуговування клієнтів, в матеріально-технічну базу організацій.

Отже, сьогодні туристичні фірми України повинні визначити для себе основні стратегії розвитку бренду саме своїх торгових марок, оцінити переваги, які вони отримають разом з брендом, створити умови для розширення свого бренду в Україні та поза її межами і стати гарантом якості для українських споживачів туристичних послуг.

Як би вдало не була позиціонована на ринку торгова марка, проте під впливом успіхів конкурентів на ринку або в зв'язку зі зміною споживчих переваг організації доводиться приймати рішення про репозиціонування бренду. Створення ефективного бренду туристської організації передбачає, що компанія повинна постійно працювати над зміцненням іміджу торгової марки і пов'язаних з ним асоціацій.

Важливим для туристичного підприємства є визначення стратегічного напрямку розвитку бізнесу, тобто конкурентної маркетингової стратегії. Стратегія конкуренції являє собою список дій, який здійснює компанія для отримання більш високого прибутку, ніж конкуренти.

Завдяки ефективній конкурентній стратегії компанія залучає споживачів більш швидко, несе більш низькі витрати на залучення і утримання клієнтів, отримує більш високу норму рентабельності з продажів. Провідним професіоналом в області стратегії конкуренції є Майкл Портер.

Портер виділяв 4 види базових конкурентних стратегій в галузі. Вибір типу конкурентної стратегії залежить від можливостей, ресурсів і амбіцій компанії на ринку (рис. 2)

	Тип конкурентної переваги	
	Перевага в витратах	Перевага в продукті
Широкий ринок	1. ЛІДЕРСТВО В ВИТРАТАХ	2. ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ
Вузький ринок	3. ФОКУС НА ВИТРАТАХ	4. ФОКУС НА ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ

Рис. 2 - Матриця конкурентних стратегій М. Портера [9, с.34; 10, с. 55; 11, с.76]

Відповідно до рис 3., в основу матриці конкурентних стратегій Портера закладено 2 параметра: розмір ринку і тип конкурентної переваги. Типи ринку може бути широким (великий сегмент, ціла товарна категорія, ціла галузь) або вузьким (невелика ринкова ніша, яка акумулює потреби дуже вузькою або специфічною цільовою аудиторією) [4]. Тип конкурентної переваги може бути двох варіантів: низька вартість товару (або висока рентабельність продукції) або широке розмаїття асортименту. Портер виділяє 3 основних стратегій конкурентної поведінки компанії в галузі (табл. 4.) [1, с.179; 2, с. 204; 13, с.103]

Таблиця 4

Маркетингові конкурентні стратегії М. Портера

Стратегія	Характеристика
лідерство у витратах	можливість компанії досягати найнижчого рівня витрат
диференціація	створення унікального товару в галузі;
спеціалізація	зосередження всіх зусиль компанії на певній вузькій групі споживачів

Така класифікація стратегій конкуренції Портера є дуже узагальненою і пропонує вибрати бізнесу тип конкуренції, який стане основою для прийняття рішень в області асортименту, цін, упаковки, просування і розподілу товару. Відповідно до циклу розвитку підприємства можна вибрати одну з таких базових стратегій (табл. 5.) [2, с.45; 14, с. 78].

Таблиця 5

Стратегії відповідно до циклу розвитку підприємства

Назва	Характеристика
Стратегія зростання	характеризує намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капітальних вкладень;
Стратегія стабілізації	у разі діяльності підприємства за відсутньої нестабільності обсягів продажу та прибутку;
Стратегія виживання	суто оборонна стратегія, яка застосовується при глибокій кризі підприємства

Для розробки стратегії туристичного підприємства необхідно переосмислити ключові цілі та завдання бізнесу, оцінити ресурси і можливості, пройти 3 послідовні кроки (рис. 3.) [15, с.42; 16, с. 47; 4, с.104].

У сучасних умовах конкурентоспроможність українських туристичних фірм визначається ефективністю формування та функціонування туристських брендів, метою якого є створення чіткого образу бренду і чітке формування напрямків комунікацій. Він складається з: назви туристичної фірми, товарного знаку, логотипу, слогану та ідеї.

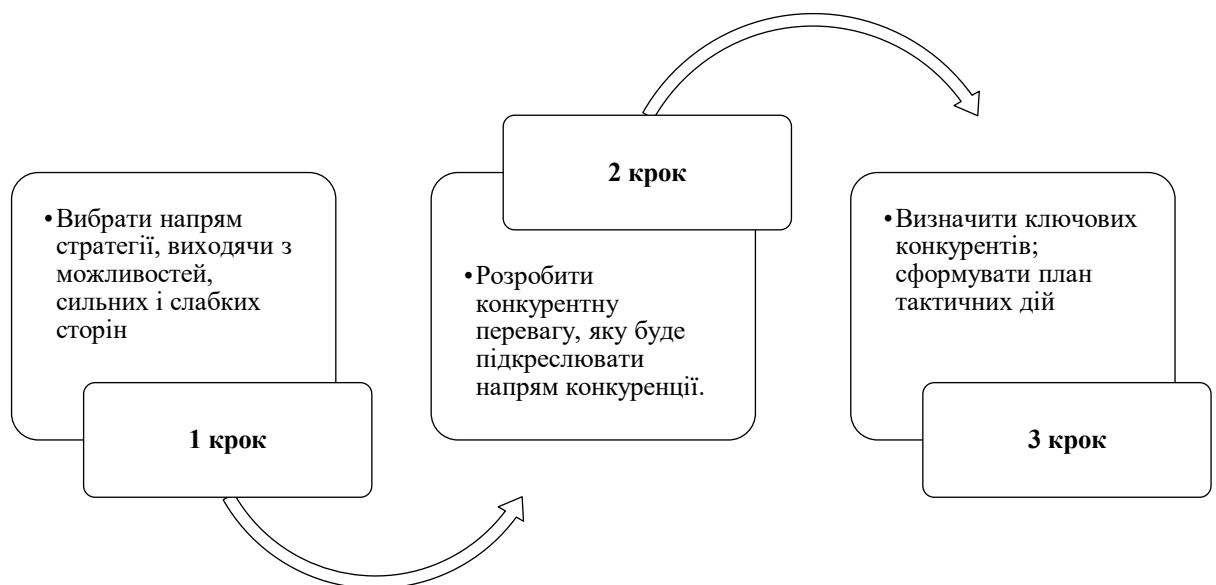


Рис. 3 - Послідовність розробки маркетингової стратегії

Висновки та пропозиції. Через задоволення потреб споживачів виробники реалізують свою кінцеву мету - одержання прибутку, саме тому впровадження маркетингової діяльності на туристичних підприємствах має велике значення. Маркетингове управління підприємством (орієнтація на ринок) засновано на сучасній маркетинговій концепції, що означає формування нового способу мислення, розвитку комунікативних зв'язків підприємства з ринком. Воно виражається через досягнення максимальної прибутковості підприємств малого бізнесу за рахунок споживчої задоволеності при сервісації їх виробництва, розподілу, обміну та споживання. Маркетингове середовище розділяється на: внутрішнє (елементи, які вбудовані в туристичне підприємство і знаходяться під його впливом: цілі структура, завдання та ін.) та зовнішнє (фактори, що можуть впливати на діяльність туристичної фірми, але знаходяться за її межами та функціонують незалежно від фірми), яке підрозділяється на макросередовище (організації, люди та групу, які мають безпосередній вплив на неї: конкуренти, споживачі, постачальники, посередники, громадськість) та мікросередовище (фактори, в яких туристична фірма здійснює свою діяльність: демографічні умови; соціально-економічні умови; науково-дослідні винаходи і відкриття; природно-кліматичні умови).

У процесі дослідження сформульовано наступне тлумачення поняття «конкурентоспроможність» - це властивість об'єкта, зумовлена величиною привабливості даного підприємства для інвестора, що залежить від зовнішніх, внутрішніх факторів і характеризується ступенем задоволення ним конкретної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку.

Одним з головних нецінових факторів конкуренції для туристичного підприємства є бренд, тобто назва, термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначені для ідентифікації товарів або послуг постачальника або групи продавців і їх диференціації від товарів чи послуг конкурентів. Основним завданням брендингу організації індустрії туризму є формування і подальший розвиток у споживача позитивних, позитивних асоціацій, пов'язаних з її торговою маркою Бренд складається з найменування; товарного знаку - для індивідуалізації товарів одних виробників від інших; торгової марки - тобто спосіб захисту авторських прав на знакове позначення; логотипу - зображення повного або скороченого найменування фірми або товарів фірми; слогану - рекламна фраза, що викладає основні рекламні пропозиції; місії та цілі туристичної фірми. Створення ефективного бренду туристської організації передбачає, що компанія повинна постійно працювати над зміцненням іміджу торгової марки і пов'язаних з ним асоціацій.

На сьогоднішній день, туристичні фірми України повинні визначити для себе основні стратегії розвитку бренду саме своїх торгових марок, оцінити переваги, які вони отримують разом з брендом, створити умови для розширення свого бренду в Україні та поза її межами і стати гарантом якості для українських споживачів туристичних послуг. Саме тому важливим для туристичного підприємства є визначення стратегічного напрямку розвитку бізнесу, тобто конкурентної маркетингової стратегії.

Майкл Портер виділяє 3 основних стратегій конкурентної поведінки компанії в галузі: лідерство у витратах, диференціація - унікальний товар в галузі; спеціалізація - зосередження підприємства на вузькій групі споживачів.

Процес розробки стратегії включає наступні етапи: вибрати напрям стратегії, виходячи з можливостей, сильних і слабких сторін; розроблення конкурентної переваги, яку буде підкреслювати напрям конкуренції; визначення ключових конкурентів; формування плану тактичних дій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление / Т. А. Гайдаенко. – М.: Эксмо, 2006. – 496 с.
2. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг / Ж.Ж. Ламбен – М.:Наука, 1996. – 490с.
3. Хлусов В.П. Основы маркетинга / В.П. Хлусов - М.:ПРИОР; Экспертное бюро, 1999. – 490с.
4. Завьялов П.С. Формула успеха: маркетинг: сто вопросов - сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке / П.С. Завьялов – М.: Международные отношения, 1998. – 290с.
5. Антипов К.В., публік рилейшнз для комерсантів: [Навчально-практичний посібник] / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. М.: Видавничий дім «Дашков і К», 2000.-237с.
6. Буторіна В.Б. Іміджеологія і рг підприємств туристичної галузі / Буторіна В.Б., Кам'янець-Подільський: Абетка, 2015. – 112с.
7. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие. / А.М. Годин - М.: Дашков и К°, 2006. - 424 с.
8. Добробабенко Д.С. Фирменный стиль: принципы разработки, использования, оценки: учебник / Д.С. Добробабенко – М.: Северо, 2008. - 170 с.
9. Парникель Ю.Л. Паблік рилейшнз / Ю.Л. Парникель. - Новгород.: Генезис, 2009. - 126 с.
10. Пеканов В.Л. Реклама и PR технологии в бизнесе, коммерции, политике: Учеб. пособие для вузов / В.Л. Пеканов. - М.: Армада-пресс, 2007. - 686 с.
11. Рева В.Є. Комунікаційний менеджмент / В.Є. Рева. - Вид-во ПГУ, 2003.-175с.
12. Шепель В. Комунікаційний менеджмент: [Навчальний посібник] / В. Шепель.- М.: Гардарики, 2004. - 328с.
13. Омельченко В.Я. Международный маркетинг / В.Я. Омельченко – Донецк: ДНУ, 2014. – 192с.
14. Стоун М. Маркетинг ориентированный на потребителя / М. Стоун. – М.: ФАИР–ПРЕСС, 2003. – 336 с.
15. Амелина А.С. Менеджмент и маркетинг / А.С. Амелина. - М.: Смарт, 2009. - 274 с.
16. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально культурного сервиса : туристические, гостинично - ресторанные и развлекательные комплекс / Богалдин–Малых В. В. – М.: МОДЭК, 2004. – 560 с.

UDC 33.012.8-045.45

Grigorova V., PhD, Chief Assistant Professor of the Department of Marketing, D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishnov, Bulgaria

INTERFIRM INTEGRATION AS A KEY FACTOR FOR THE EMERGENCE OF GLOBAL DISTRIBUTION NETWORKS

The challenges of modern economic environment stimulate the emergence and development of business alliances, some of which go beyond national markets and enter the global business space in the form of networks. In the sphere of distribution, global distribution networks are formed, which carry out business activities through partners from different countries, achieving common strategic goals and each of them benefiting. Based on the derived core features and principles of how distribution networks operate, this article presents the author's own definition of their global dimension. Besides, viewing integration processes in economy as a key factor for the formation of such interfirm networks, the article systematizes the historical stages of their distribution development. An emphasis is also placed on the various forms of manifestation of these networks and the synergistic effects for the participating partners. By clarifying the specifics of global distribution networks, the paper highlights their importance as an emanation of the modern development of integration processes in global distribution.

Keywords: distribution, distribution networks, integration, global distribution networks.
Ref. 19

Григорова В.П.

МЕЖФИРМЕННАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ВОЗНИКНОВЕНИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Вызовы современной экономической среды стимулируют возникновение и развитие объединений фирм, часть которых в виде сетей выходят за рамки национальных рынков и входят в глобальное бизнес пространство. В сфере распределения формируются глобальные распределительные сети, которые совершают хозяйственную деятельность через партнёров из различных стран, достигая общие цели и получая выгоды.

Основываясь на полученных базовых особенностях и принципах действия распределительной сети, в настоящей работе представлено определение их глобального измерения. Кроме того, учитывая интеграционные процессы в экономике как ключевой фактор в формировании таких межфирменных сетей, систематизирована история их развития в распределении. Особое внимание также уделяется различным формам проявления этих сетей и синергетическим эффектам для участвующих партнёров. Проясняя особенности глобальных распределительных сетей, их важность подчёркивается как эманация современного развития интеграционных процессов в глобальном распределении.

Ключевые слова: распределение, распределительные сети, интеграция, глобальные распределительные сети

Григорова В.П.

МІЖФІРМОВА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ВИНІКНЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ РОЗПОДІЛЬЧИХ МЕРЕЖ

Анотація: Виклики сучасного економічного середовища стимулюють виникнення і розвиток об'єднань фірм, частина яких у вигляді мереж виходять за рамки

національних ринків і входять в глобальне бізнес простір. У сфері розподілу формуються глобальні розподільні мережі, які здійснюють господарську діяльність через партнерів з різних країн, досягаючи спільні цілі і отримуючи вигоди.

Грунтуючись на отриманих базових особливостях та принципах дії розподільної мережі, в даній роботі представлено визначення їх глобального виміру. Крім того, з огляду на інтеграційні процеси в економіці як ключового фактору у формуванні таких міжфірмових мереж, систематизована історія їх розвитку в розподілі. Особлива увага також приділяється різним формам прояву цих мереж і синергетическим ефектів для партнерів, що в них беруть участь. Прояснюючи особливості глобальних розподільних мереж, їх важливість підкреслюється як еманация сучасного розвитку інтеграційних процесів в глобальному розподілі.

Ключові слова: розподіл, розподільні мережі, інтеграція, глобальні розподільні мережі

1. Specifics of the global distribution networks

The science of networks in economy views the distribution network as a type of marketing network created by business organizations – participants in distribution channels that carry out joint activities united by a common strategy or goal (Grigороva, 2017, pp. 67-68).

According to the generally accepted definition, inter-firm networks are “market formations created in different ways and often comprehensively, with varying degrees of closedness, varying structures of the strong relations within them and varying degrees of formality and informality” (Hudson, 2001). On this basis, distribution networks are built and work according to certain compulsory principles that apply to networks as a whole: trust; lack of hierarchy; freedom in relationships; volunteering; equality; independence; time division; teamwork; sharing risk, resources and conditions for distribution; presence of a focal firm; common goals; cooperation; synergy; dependence of each partner on the actions of the others.

From a functional point of view, such networks are built by integrated organizations whose purpose is to carry out distribution processes related to transportation, supply and realization of industrial and consumer goods (services). In terms of structure, they are atomistic, formed by ‘electrons’ – business organizations attached through cohesion to a ‘core’ – a focal firm. The relations between these elements represent channels in which information, investment, knowledge and personnel involved in the distribution process flow bidirectionally. Building mutual trust and acquiring shared value by all partners are the key factors for their development.

During the global economic crisis, the process of formation of distribution networks has intensified along with the spatial polarization of the ‘offeror-user’ relationships and the desire of distribution organizations to reposition in line with customization. The process of forming Global Distribution Networks (GDNs) from internationally integrated distribution organizations operating under international logistics standards is accelerated.

The essence of the **global distribution network** can be defined as *a market structure built by hierarchically integrated organizations of different countries, diverse in scale and activity, sharing market-oriented philosophy and activity, located on one or more levels along the value chain, of which one can dominate, maintaining dual relationships with one another and achieving a common distribution strategic goal*. Its dual relationships are generated by import and export processes and are expressed in two-way transactions within the national economies and the world economy. Such networks develop their product portfolio as a set of distribution and logistics services delivering finished or intermediate products so as to maximally satisfy

the demand of consumers in individual regions or the world market as a whole along with the strategic potential of these products.

GDNs are formal according to their nature; strategically or incidentally 'ad-hoc'; functionally organized; fragmentary, complete or networked; according to size: small, medium, large and hyper networks; according to topology: linear, circular, star-shaped, grid, hybrid; according to their life cycle: emerging, growing, stagnant, dying; branch and non-branch (mixed); according to the structural change: renovating, existing and new; of high or low openness for new members.

The GDN's strategic goals can be diverse: reducing operating costs; restructuring supply; optimizing distribution and service flows, transport routes, transport fleet; improving the servicing of global and regional markets; entering new markets; changing the network structure and/or strategy; increasing the added value for network participants, etc. GDNs can apply different regional strategies depending on the national specifics of the individual countries. On the one hand, they stem from the process of company integration in distribution and, on the other hand, they are introduced in new national markets with established competition or in new global network structures with various strategic goals. This means that such networks have a dual role in terms of competition – they arise as a means of combating it but at the same time they stimulate it. In general, GDNs are an emanation of the modern development of the integration processes in the global economy.

2. Development of integration in distribution and GDN

Modern integration, understood as a pooling of resources and activities of organizations, is essentially a process of restructuring through brand integration, sales channels and communication concepts (Lozanov, 2008, pp. 46-47). As a result, synergy effects arise when companies with unrealized potential and inefficient management enter into a successful management network and achieve cost reductions, profit growth and other unforeseen benefits. Distribution networks achieve the so-called trade synergy understood as a synergistic effect of several key activities (Genova & Kotsev, 2011, p. 8):

developing and maintaining a common distribution channel (common network) with shared management;

equipping and using a common warehouse;

'related' sales of the full assortment of the product line;

joint marketing activities.

The main benefits for the partners of this synergy are extracting added value, moving and supplying the right products at the right place and at the right time, production and managerial experience.

The integration process in distribution leads to the formation of vertical and horizontal network structures. Of the vertical ones the most common are clusters, subcontracting, franchising and holdings. They are based on system relationships between organizations (resources, experience, distribution channels), their geographical proximity (when they are regional), lifecycle, low operating costs, and access to partners' technologies and know-how along the value chain. Of the horizontal distribution networks the following are popular: clusters, strategic alliances, joint ventures.

Historically, the development of the integration of distribution organizations has gone through several stages (adapted after Spekman, 1996, p. 8):

- **Buying centres**. They were formed in the 1970s in companies with B2C relationships. The Purchasing Manager, as a member of such a centre, makes decisions to buy together with other employees that he/she has formal and informal relationships with. These relationships are

understood as a related influence within the buyer company and between it and the seller, and the transaction contract does not necessarily require cooperation. This issue is addressed by authors such as Sheth (Sheth, 1973), Webster and Wind (Webster & Wind, 1972) and others, who develop models of organizational behaviour when making a decision to buy. Stern and Sheer prove that in marketing channels, marketing resources can be more efficiently targeted at members of the buying centre, and the relationships between marketers and buyers are strengthened (Stern & Sheer, 1991).

- **Selling centres.** In the 1980s, the interest was directed towards the 'seller-buyer' dyadic relationships, which, affecting some other participants too, formed a network (in the automotive and aerospace industries, where very diverse companies at different levels in the production process created a network of sub-relationships of suppliers). Spekman and Johnston (Spekman & Johnston, 1986) defend the principle of equality of selling and buying centres (in 'just-in-time' systems and in B2B trade).

- **Distribution partnerships.** A flexible organizational form, originated in the 1990s, connecting seller and buyer with strong collaboration relationships. These relationships and the degree of closeness are the subject of analysis by authors such as Sriram, Krapfel, Spekman (Sriram, Krapfel & Spekman, 1992) and others. The related results of trade partnerships, such as satisfaction, profit and low costs are dealt with by Mohr and Spekman (Mohr & Spekman, 1994). There is also a growing interest in **distribution alliances** that eliminate the differences between firms and effectively manage relationships as a whole set (Spekman, 1996, p. 12). These are studied by a number of authors – Iacobucci, Hopkins (Iacobucci & Hopkins, 1992), Anderson, Hakanson, Johanson (Anderson, Hakanson & Johanson, 1994), etc.

- **Distribution networks.** At the beginning of the 21st century, networks were the focus as new organizational forms with constellations of firms bound through many relationships, great trust among the participants and challenges to management. Larson proves that they are a necessity for small start-ups (Larson, 1992). The degree of centralization, connectedness, and other indicators that describe the network structure are studied. Borch and Arthur argue that networks consist of fine, delicate relationships that are hidden behind the material aspects of exchange relationships (Borch & Arthur, 1995). Over the same period, the theories of **global distribution networks**, global supply chains, outsourcing, global selling chains, industrial clusters, buying and selling chains, trade unions, subcontractors, transnational corporations and multinational companies were launched. Authors like Bizzi and Langley (Bizzi & Langley, 2012), Berliner, Regan Greenleaf, Lake, Levi, Noveck (Berliner, Regan Greenleaf, Lake, Levi & Noveck, 2015) studied these issues. The goal of the merged companies in GDNs is to achieve positive synergistic effects for both the whole network and individual partners. This requires flexible management of the relationships between the participants, standardization of transport, logistics and other joint distribution activities, focus on key clients for the network, achieving economies of size and scale. The effectiveness of GDNs depends on national trade policies, the presence of protectionist market measures, the speed of logistics, technical standards, import tariffs and quotas, export subsidies, currency and capital flow policies, the macroeconomic environment and other barriers.

In the international space, integration is manifested in various **forms** of GDN. Such are the *subcontracting chains of suppliers* in the American post-war clothes manufacturing business. They combine sub-suppliers at three levels: (1) a core of well-trained suppliers with higher prices and a diverse user base; (2) training providers working for the leading firm and meeting its quality, flexibility and cost; (3) peripheral suppliers (Palpacuer, 2000). The eastern *keiretsu* and *chaebol*, bringing together retailers and transnational corporations on a family basis, are of this type. They represent a group of enterprises with institutionalized relationships

and unified control that operate irrespective of the industry, concentrated around a bank and incorporated into a trading company, with interacting managers, joint resources and strategies, collective actions and strong social relationships (Achrol & Kotler, 1999, 155). A successful modern form is the *international distribution outsourcing*, driven by using outsourced competences in distribution, transferring certain risks, financial savings, improving productivity and/or quality, and freeing company resources for its core activities. GDNs in tourism like large global aviation distribution systems such as Galileo International (American and European airlines), Abacus (Asian Airlines), Worldspan (Delta airlines, TWA and Abacus), Amadeus (Air France, Iberia, SAS, Lufthansa) and Sabre (American Airlines). GDNs are usually formed by multinational companies that, as a focal company, dominate through formal relations with regional and foreign distributors.

All in all, there is a process of switching from local to global distribution networks in the integration of global distributors, facilitated by the process of liberalizing trade regimes and removing trade barriers, for example within the EU. The two main criteria that encourage GDNs to enter national economies are their global strategies and the size of national markets.

Conclusion

Under the conditions of increasingly globalized markets, business organizations in the distribution sector are faced with the striving for high efficiency and achieving competitiveness at a global level. Distributors who carry out international activities in the global networks can achieve good competitive positions in the long run. Therefore, the challenge facing the national economies, including the Bulgarian one, is to develop regulatory mechanisms which are to facilitate the process of entering and operation of the large foreign capital. Conditions for attracting GDNs have to be created, which will operate on our territory, as well as for retaining them and for developing programmes that will stimulate the incorporation of Bulgarian business organizations into such networks. This will not only lead to a growth of the Bulgarian economy but also to a growth of its role as a distribution and logistics centre with high development potential at a global level.

REFERENCES

1. Achrol, R., Kotler, P. (1999). Marketing in the Network Economy. *The Journal of Marketing*, 63.
2. Anderson, J., Hakanson, H., Johanson, J. (1994). Dyadic business relationships within a business network context. *Journal of marketing*, 58, 1-15.
3. Berliner, D., Regan Greenleaf, A., Lake, M., Levi, M., Noveck, J. (2015). Governing Global Supply Chains: What We Know (and Do Not) About Improving Labor Rights and Working Conditions. *Annual Review of Law and Social Sciences*, 11, 1- 17.
4. Bizzi, L., Langley, A. (2012). Studying processes in and around networks. *Industrial Marketing Management*, 41(2), 224-234.
5. Borch, O., Arthur, M. (1995). Strategic networks among small firms: Implications for strategy research methods. *Journal of Management Studies*, 32, 420-441.
6. Genova, Zh., Kotsev, Ts. (2011). Sinergiyata i sinerghiyniyat efekt kato firmena strategiya. Ot Sinergiya i konkurentosposobnost na balgarskite predpriyatiya. Modeli na sinergiya (pp. 8-10).
7. Grigorova, V. (2017). Marketingovi mrezi ot firmi: sastoyanie i strategicheski resheniya v turisticheskiya sektor. Stopanski svyat, AI "Tsenov".
8. Hudson, R. (2001). *Producing Places*. New York: Guilford Press.

9. Iacobucci, D., Hopkins, N. (1992). Modeling dyadic interactions and networks in marketing. *Journal of marketing research*, 29(1), 5-17.
10. Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37, 761-774.
11. Lozanov, O. (2008). Mezhdunarodnite strategicheski sayuzi – efektiven otgovor na predizvikelstvata na globalniya pazar. *Ikonomicheski alternativi*, 3, 41-52.
12. Mohr, J., Spekman, R. (1994). Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communications behavior, and conflict resolution techniques. *Strategic Management Journal*, 15, 135-152.
13. Palpacuer, F. (2000). Competence-based strategies and global production networks: A discussion of current changes and their implications for employment. *The Journal of Global Business and Political Economy*, 4(4), 353-400.
14. Sheth, J. (1973). A model of industrial buyer behavior. *Journal of Marketing*, 37, 50-56.
15. Speakman, R., Johnston, W. (1986). Relationship management: Managing selling and buying centres. *Journal of Business Research*, 14, 519-531.
16. Spekman, R. (1996). A Reflection on Two Decades of Business-to-Business Marketing Research: Implications for Understanding Marketing Relationships and Networks. From D. Iacobucci, *Networks in Marketing* (pp. 8-18). Thousand Oaks: SAGE.
17. Sriram, V., Krapfel, R., Spekman, R. (1992). Antecedents to buyer seller collaboration: An analysis from the buyer's perspective. *Journal of Business Research*, 25, 303-320.
18. Stern, L., Sheer, L. (1991). Power and influence in marketing channel research: Observations on the state of the art. From G. Frazier, *Advances in distribution channel research*. (pp. 259-275). Greenwich, JAL, CT.
19. Webster, F., Wind, Y. (1972). A general model for understanding organizational buying behavior. *Journal of Marketing*, 36, 12-19.

УДК 658.87:339.162.3

Іваненко Л.М., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Донецький національний університет імені Василя Стуса

СУЧАСНІ ПРОЦЕСИ РЕАГУВАННЯ РИТЕЙЛУ НА ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ КУПІВЕЛЬНОГО ПОВОДЖЕННЯ

У статті розглянуто сучасні процеси, що відбуваються на ринку глобального ритейлу. Проведено аналіз світових тенденцій купівельного поведіння та їх розвиток у майбутній перспективі.

Запропоновано схему процесу стратегічного розвитку глобального ритейлу. Цей процес включає такі складові: планування сценарію розвитку глобального ритейлу, що здійснюється на основі дослідження рушійних сил споживача; процес воронки продажу, котрий допомагає зрозуміти та задовольнити очікування, потреби та бажання ринку споживачів; мозковий штурм для ключових ідей, що пов'язані з майбутніми сценаріями розвитку глобального ритейлу, і полягає в тому, що рушійні сили надають сильний вплив на повсякденний ритм і на купівельні особливості споживача.

Визначено основні сценарії майбутнього розвитку магазинів роздрібною торгівлі: багатоканальний та багатоформатний підходи. Встановлено фактори успіху розвитку магазину на основі системи роздрібного досвіду, до яких належать інновації на рівні продукту, збуту, технологій, а також інтуїція, кооперація та креативність роздрібною мережі.

Ключові слова: глобальний ритейл, купівельне поведіння, стратегічний розвиток, інновації, роздрібні магазини.

Рис. 2, табл. 1, літ. джерел 12

Іваненко Л.М.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ РЕАГИРОВАНИЯ РИТЕЙЛА НА ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

В статье рассмотрены современные процессы, происходящие на рынке глобального ритейла. Проведен анализ мировых тенденций покупательского поведения и рассмотрены возможности их развития в будущей перспективе..

Предложена схема процесса стратегического развития глобального ритейла. Этот процесс включает следующие составляющие: планирование сценария развития глобального ритейла, который осуществляется на основе исследования движущих сил потребителя; процесс воронки продаж, который помогает понять и удовлетворить ожидания, потребности и желания рынка потребителей; мозговой штурм для ключевых идей, связанных с будущими сценариями развития глобального ритейла, и заключается в том, что движущие силы осуществляют сильное влияние на повседневный ритм и на покупательские особенности потребителя.

Определены основные сценарии будущего развития магазинов розничной торговли - многоканальный и многоформатный подходы. Установлены факторы успеха развития магазина на основе системы розничного опыта, к которым относятся инновации на уровне продукта, сбыта, технологий, а также интуиция, кооперація и креативность розничной сети.

Ключевые слова: глобальный ритейл, покупательское поведение, стратегическое развитие, инновации, розничные магазины.

Ivanenko L.

MODERN PROCESSES OF THE RETAILER'S RESPONDING TO GLOBAL TENDENCIES OF THE PURCHASE BEHAVIOUR

The article considers the modern processes taking place in the global retail market. The analysis of the world's purchase behaviour tendencies has been conducted, and possibilities of their development in future perspective have been considered.

The scheme of the process of the global retail strategic development has been offered. This process includes the following components: planning a scenario of the global retail development, which is carried out on the basis of the study of the consumer's driving forces; the funnel process, which helps to understand and satisfy expectations, needs and desires of the consumer market; brainstorming for key ideas related to future scenarios of the global retail development and lies in the fact that the driving forces exercise the strong influence on the daily rhythm and the consumer's purchasing characteristic properties.

The main scenarios of the retail store future development have been defined – multi-channel and multi-format approaches. The factors of success for the development of the store have been established on the basis of the retail experience system, which include innovations at the level of a product, sales, technologies, as well as intuition, cooperation and creativity of the retail network.

Keywords: global retail, purchase behaviour, strategic development, innovation, retail stores

Постановка проблеми. Роздрібна торгівля стрімко розвивається в умовах сучасної світової економіки. При цьому відомі світові компанії постійно розробляють та впроваджують нові цікаві ідеї у практичну діяльність своїх роздрібних магазинів. Ці ідеї покликані не відобразити поточні тенденції та процеси купівельного поведіння, а визначити шляхи реагування ритейлу на них. Майбутній успіх торгівельної компанії залежить, перш за все, від здатності інтегрувати будь-які нові процеси в існуючі концепції або використовувати їх у якості міцної основи для розробки нових концепцій. Для цього потрібні зрозумілі процедури і ефективно сплановані стратегії розвитку.

Аналіз останніх досліджень. Проблемам розвитку глобального ритейлу та використанню інструментів торгової політики світових компаній присвячені роботи багатьох зарубіжних і вітчизняних учених: Бермана Б. [1], Кента Т., Омара О. [2], Чорної М., Кушнір Т., Волосова А. [3], Федулової Л. [4], Козлової О. [5] та інших. У роботах цих авторів розглянуто сучасний стан і тенденції змін глобального ритейлу та умови, що визначають його розвиток; світові тенденції реалізації маркетингових стратегій торговельними транснаціональними компаніями; характерні риси трансформаційних процесів в роздрібній торгівлі, які висвітлюють еволюцію торгових форматів.

Виділення невирішеної проблеми. Не зважаючи на вагомий внесок даних учених у вивчення питання глобальних тенденцій у сучасному ритейлі та особливостей купівельного поведіння, існують певні питання, що потребують більш глибокого аналізу та деталізації.

Постановка завдання. Ціль дослідження полягає у з'ясуванні сучасних тенденцій глобального ритейлу та визначенні стратегій його пріоритетного розвитку у взаємозв'язку з купівельним поведінням.

Виклад основного матеріалу. Існуючі кризові явища в середовищі функціонування торговельних підприємств, посилення конкурентної боротьби, а також важко прогнозовані дії окремих гравців на ринку ритейла зі всією гостротою зосереджують увагу практично кожного підприємства на проблемі виживання в складній

економічній ситуації. Тому в рамках вирішення насущної проблеми найбільшого інтересу набуває дослідження особливостей і тенденцій ринку ритейла.

Останні десять років зміни сучасної системи ритейлу відбувається досить стрімко. Багато дослідників прогнозують і подальші трансформації в даному секторі глобальної економіки. Поведінка споживачів та інформаційні технології стали основними факторами даних модифікацій. І в цьому ключі торгові організації повинні знайти для себе найбільш прийнятні формати в системі розподілу продукції, а також підвищення споживчої цінності товарів і послуг, що продаються.

За даними дослідження «Deloitte Global» можна виділити основні процеси, які відбуваються на сучасному глобальному ринку ритейлу [6].

По-перше, мінімальний роздрібний дохід найбільших роздрібних компаній світу протягом останніх років неухильно збільшувався. За 2006–2016 роки цей показник збільшився на 2,33 млрд. долл. (на 97%).

По-друге, Європа втрачає місце в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та деяких країнах, що розвиваються. Боротьба з європейськими економіками, вихід Великобританії з Європейського Союзу та слабкі показники деяких великих ритейлерів у Європі за останні роки, включаючи продуктивний сектор, призвели до того, що частка Європи за останні 10 років в «ТОП 250» зменшилася з 39,4% до 33,8%.

По-третє, роздрібні торговці з Китаю, Японії, а також деякі гравці з ринків, що розвиваються в Африці, на Середньому Сході, та решта країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону набирають обертів. Їх частка роздрібних доходів у «ТОП 250» (за методикою «Deloitte Global») збільшилась на 5,9 % за період з 2006 по 2016 роки (рис. 1).

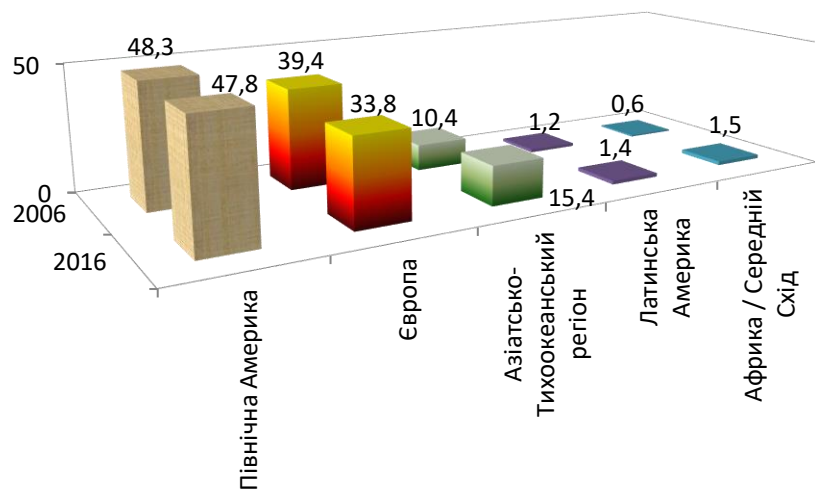


Рис. 1 - Порівняння частки роздрібних доходів по регіонах світу за 2006-2016 рр., %

Джерело: складено автором на основі [6].

По-четверте, 10 найбільших роздрібних торговців у світі продовжують створювати найбільшу частку з продажів, що становить 30,7% від загального обсягу продаж ритейлерів, що входять в «ТОП 250» [6] (табл. 1).

Таблиця 1

Роздрібні доходи «ТОП 10» ритейлерів у 2006-2016рр., млрд. дол.

Ранг у ТОП 250	Найменування компанії	Країна походження	Роздрібний дохід у 2006 р., млрд. долл.	Роздрібний дохід у 2016 р., млрд. долл.	Темп приросту, %
1	Wal-Mart Stores, Inc.	США	344,992	485,873	40,8
2	Costco Wholesale Corporation	США	58,963	118,719	101,4
3	The Kroger Co.	США	66,111	115,337	74,5
4	Schwarz Group	Німеччина	52,422	99,256	89,3
5	Walgreens Boots Alliance, Inc.	США	47,409	97,058	104,7
6	Amazon.com, Inc.	США	10,711	94,665	783,8
7	The Home Depot, Inc.	США	90,837	94,595	4,1
8	Aldi Group	Німеччина	50,010	84,923	69,8
9	Carrefour S.A.	Франція	97,861	84,131	-14,0
10	CVS Health Corporation	США	40,286	81,100	101,3

Джерело: складено автором на основі [6, 7].

Компанія «Wal-Mart» зберігає свої позиції світового лідера у рейтингу глобальних ритейлерів вже понад 20 років. Лише 4 («Wal-Mart», «Kroger», «Home Depot», «Carrefour») з 10 найкращих роздрібних торговців у 2016 році перебували у списку «ТОП 10» у 2006 році. Компанія «Amazon.com» злетіла з 70 місця у рейтингу «ТОП 250» в 2006 році на шосте місце в 2016 році. Зараз її роздрібний дохід складає близько 100 млрд. долл. Таким чином, для світової економіки настав період відносно сильного зростання та сприятливих обставин. Темпи зростання пришвидшилися в країнах Європи та в Японії, стабілізувалися в Китаї та США і відновилися для багатьох інших ринків, що розвиваються.

Зміни, що відбуваються в світі, неминуче торкаються сфери роздрібної торгівлі. Щоб вижити в конкурентній боротьбі, глобальний ритейл миттєво реагує на коливання споживчих настроїв та очікувань. Тому дуже важливо не тільки відслідковувати глобальні тенденції та процеси, але також бути здатним з максимальною швидкістю інтегрувати будь-які нові процеси в існуючі концепції або використовувати їх в якості міцної основи для розробки нових концепцій торгівлі.

Проведення аналізу тенденцій купівельного поведіння та прогноз їх розвитку у майбутній перспективі має велике значення для роздрібної торгівлі. Можна виділити наступні глобальні тенденції купівельного поведіння:

1. *Різноманітність*. Більшість стереотипів, які передавалися від покоління до покоління, руйнуються, існуючі умовності розмиваються. Це відбувається в двох напрямках. По-перше, в суспільстві все більше і більше поширюється емансипація, і, як наслідок, ролі чоловіка і жінки міняються. По-друге, багатокультурне суспільство впливає на існуючі стандарти і цінності. Взаєморозуміння і участь не завжди притаманні людству від природи, в результаті формується потреба триматися певних принципів і прагнути до безпеки. Це змінює традиції в сімейному житті і в сфері харчування, способах ведення господарства, роботі та проведенні дозвілля.

2. *Віртуальність*. «Бери від життя все» - це основний девіз більшості споживачів. Завдяки новим цифровим технологіям люди все частіше переміщують свої життєві цінності у віртуальний світ. Соціальні мережі вселяють в них почуття свободи та відсутності будь-якого контролю. Що стосується їхніх інтересів, то вони хочуть бути почутими і брати активну участь у віртуальних бесідах. Люди все частіше обмінюються інформацією зі своїми віртуальними друзями. У цих спільнотах проблеми повсякденного життя часто виносяться на обговорення. Все обертається навколо підвищеної прозорості, причому «миттєве задоволення» і «миттєве розчарування» – це дві сторони однієї медалі.

3. *Життєздатність*. Обізнаність у даній темі є центральним елементом. Люди знають більше і роблять більш усвідомлений вибір. Парадокс полягає в тому, що це ставить їх перед багатьма життєвими дилемами: залишатися здоровими, відчувати більше насолоди і комфорту, але при цьому бути відповідальними, працездатними і дисциплінованими. Люди хочуть виглядати молодше і розуміють, що втомилися від своїх соціальних ролей. Крім відмінностей в рівні доходу і освіти, буде все більше посилюватися розрив між тими, хто стоїть вище і нижче на сходах життєздатності. Складається нова ієрархія споживчих цінностей. Цей процес посилить фінансовий тиск на систему охорони здоров'я.

4. *Нова ідея роботи*. У минулому для індивідуума пропонувалися широкі можливості для просування по кар'єрних сходах при належному старанні і зусиллях. Великі компанії пропонували довічне працевлаштування. Кожне наступне покоління ставало більш успішним у фінансовому плані, ніж попереднє. В результаті економічної переорієнтації, що сталася по всьому світу, всі моделі менеджменту компаній переходять на гнучкі виробничі системи. Це несе величезні наслідки для виробничих відносин у сфері промисловості. Іншими словами, постійної довічної роботи більше не існує. Саме тому люди стали витрачати гроші більш усвідомлено.

5. *Прозорість та соціальна відповідальність*. Подальше збільшення поінформованості і прагнення пізнати навколишній світ має на увазі, що все більше людей не бажає змиритися зі своїм становищем на даний момент часу. Підвищена прозорість та соціальна відповідальність грають важливу роль у житті кожного індивідуума. І, як наслідок, «соціальний вплив» кожної людини стає частиною громадської думки. Приблизно 66% споживачів прагнуть витрачати на покупку більше, якщо компанія дотримується екологічних та етичних норм [8]. Отже, споживач не тільки задовольняє свої потреби, але й змінює світ на краще. Це істотно впливає на роль організацій, брендів і моделей ведення бізнесу.

Таким чином, в найближчі роки кожен з вищезазначених чинників певною мірою вплине на основну частину суспільства. Це ймовірно призведе до істотної зміни життєвих цінностей людини взагалі і споживача зокрема. Люди почнуть шукати нові маяки, котрі допоможуть їм вирішити дилему при прийнятті рішень. Саме тоді сильні бренди ритейла, засновані на відомих і знайомих цінностях, будуть здатні посилити свій вплив на цільові ринки покупців.

Майбутній успіх роздрібного магазину полягає в тому, щоб діяти так, як важливо для цільового ринку покупців. Для цього потрібні зрозумілі процедури і ефективно сплановані стратегії розвитку ритейлу.

У процесі стратегічного розвитку глобального ритейлу приймаються рішення, що мають суттєві наслідки для напряму розвитку роздрібною компанією. З урахуванням нестатків та потреб споживачів, тенденцій купівельного поведіння запропоновано наступну схему процесу стратегічного розвитку глобального ритейлу (рис. 2).

Цей процес включає такі складові:

- планування сценарію розвитку глобального ритейлу, що здійснюється на основі дослідження рушійних сил споживача;
- процес воронки продажу, котрий допомагає зрозуміти та задовольнити очікування, потреби та бажання ринку споживачів;
- мозковий штурм для ключових ідей, що пов'язані з майбутніми сценаріями розвитку глобального ритейлу, і полягає в тому, що рушійні сили здійснюють сильний вплив на повсякденний ритм й на купівельні особливості споживача.

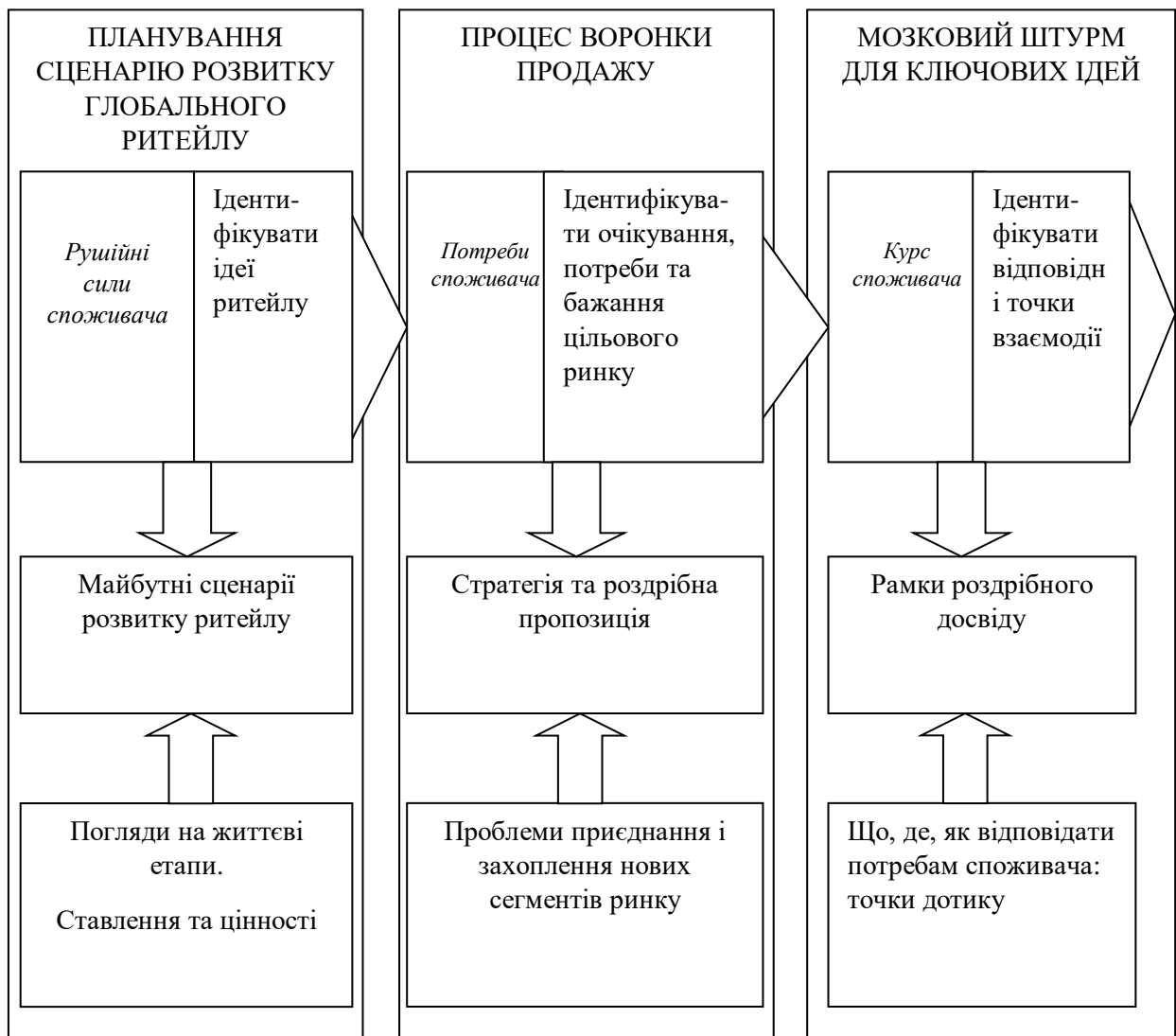


Рис. 2 - Схема процесу стратегічного розвитку глобального ритейлу

Джерело: складено автором

Досвід відвідування споживачем магазину не тільки визначає купівельну поведінку в певний момент, але також впливає на формування відповідного образу магазину у споживача. Тому найважливіше - це правильно визначити точки дотику. При цьому необхідно розуміти і знати, що це буде означати для споживача в залежності від місця і обставин, відповідно до потреб на даний момент, або ж коли, як і де здійснюється процес покупки та споживання товару чи послуги.

У процесі розробки стратегії розвитку ритейлу важливим аспектом виступає планування сценарію майбутнього розвитку магазинів роздрібною торгівлі. Можна виділити два пріоритетних сценарію розвитку: інтегрований багатоканальний та багатоформатний. Ці сценарії розвитку, як правило, розробляються та діють паралельно. Перший сценарій характеризується можливістю використання різних каналів зв'язку для встановлення контакту з клієнтами. До таких каналів відносяться: оффлайн- і онлайн-магазини, мобільні пристрої, телебачення. Їх головне призначення – максимально оптимізувати процес здійснення покупок споживачем. Для багатоканального ритейлу необхідні наступні компоненти: достатня та достовірна інформація про продукти, оновлення в реальному часі інформації про складські запаси, конкурентні ціни, продумана система повернення товару, а також ефективний зворотній зв'язок (відгуки користувачів, коментарі в соцмережах). «Багатоканальні покупці» (ті, хто роблять покупки оффлайн, онлайн і з мобільних пристроїв) витрачають на 76% більше, ніж ті, хто купує тільки у фізичних магазинах: в середньому \$ 1643 проти \$ 943 на людину за сезон різдвяних продажів [9].

Другий сценарій розвитку ритейлу, багатоформатний підхід, що заснований на певних пропозиціях в різних місцях і характеризується реагуванням на купівельні особливості та потреби конкретного місця розташування [10]. Поведінка споживачів в певних регіонах визначає процес розробки пропозиції. Ефективний форматний підхід пов'язує конкретне місце розташування з «часовим» фактором: терміном між купівлею і моментом споживання. Сучасний споживач дуже уважно відстежує ціни, однак час або його відсутність є дуже важливим аргументом для прийняття рішення про покупку. Зручність магазину крокової доступності, навіть незважаючи на те, що ціни там дещо вищі, а асортимент менше, є особливо привабливим для окремих груп споживачів. Однак, це може бути застосовано, якщо схема організації магазину і асортимент продукції адаптовані під споживчі очікування в конкретному місці. Абсолютно ясно, що для цього потрібні інвестиції для кардинальної зміни схеми організації магазину і заміни одnobрендової філософії на стратегію диференціації, що орієнтована на формат роздрібною торгівлі.

Таким чином, багатоформатний сценарій розвитку передбачає багато варіантів і можливостей. Для багатьох мереж це означає можливості використання сили роздрібного бренду, що напрацьована в минулому, для формування мережі магазинів у всіх сферах ритейлу. Отже, багатоканальний та багатоформатний сценарії розвитку глобального ритейлу надають нові можливості для росту навіть на переповненому ринку. Але необхідно враховувати, що неможливо слідувати кожній тенденції, яка існує на цільовому ринку покупців. Поведінка покупців є одночасно локальною і глобальною. Споживачів цікавить здорова низькокалорійна їжа, але в той же самий час вони вдаються до крайніх заходів, забуваючи про калорії. Вони ретельно вивчають відсоток вмісту жиру в йогурті та набирають у кошик хліб, булочки й печиво. Тому ритейлери розробляють різні напрямки роздрібною концепції в залежності від груп клієнтів та їх поведінки.

Роздрібним магазинам слід обрати одну з мега-тенденцій, визначити її ключові фактори та внести необхідні зміни в концепцію роздрібною торгівлі. А для цього необхідно чітко уявляти фактори успіху розвитку магазину. Аналіз результатів дослідження міжнародних аудиторських компаній KPMG і Deloitte [11, 6] показав, що існує не так багато насправді інноваційних факторів успіху магазину, котрі базуються на основі роздрібною досвіду. На це є декілька причин: ритейлери бояться втратити існуючих клієнтів; у них обмежений бюджет на дослідження і розробки, якими управляє відділ маркетингу; вони бояться ділитися інформацією.

Це призводить до того, що ринок ритейлу значно удосконалюється на рівні:

- *продукту*. Наприклад, новий смак батончика Twix або соуси для мікрохвильової печі Remia;

- *збуту*. Наприклад, використання інтернет-магазинів та web-сайтів для реалізації товарів та послуг компанії;

- *технології*. Наприклад, роздрібний гігант «Macy's» використовує технологію RFID у своєму філіалі «SoHo Bloomingdale». Завдяки використанню даної технології точність обробки даних про наявність товару на складі підвищилася на 97% [12].

Справжній успіх з'являється тільки тоді, коли всі три рівня поєднані. Але переваг успіху недостатньо для нововведення. Залежно від інструментарію, що використовується магазином роздрібною торгівлі, шанси на успіх оцінюються від 2% до 20%. Це означає, що мінімум 80% нової продукції не досягає мети, для якої вона була призначена. Крім того, можна виділити три складових інноваційного успіху ритейлу: інтуїція, процес кооперації та креативність.

Висновки. Визначено, що для світового ритейлу настав період відносно сильного зростання та сприятливих обставин. Темпи зростання пришвидшилися в країнах Європи та в Японії, стабілізувалися в Китаї та США і відновилися для багатьох інших ринків, що розвиваються. 10 найбільших роздрібних торговців у світі продовжують створювати найбільшу частку з продажів, що становить 30,7% від загального обсягу продаж ритейлерів, що входять в «ТОП 250».

Аналіз світових тенденцій купівельного поведіння дозволив виявити рушійні сили, які відіграють істотну роль у розвитку ринку глобального ритейлу. До таких факторів належать: різноманітність, віртуальність, життєздатність, нова ідея роботи, прозорість та соціальна відповідальність.

Запропоновано схему процесу стратегічного розвитку глобального ритейлу. Цей процес включає такі складові: планування сценарію розвитку глобального ритейлу, що здійснюється на основі дослідження рушійних сил споживача; процес воронки продажу, котрий допомагає зрозуміти та задовольнити очікування, потреби та бажання ринку споживачів; мозковий штурм для ключових ідей, що пов'язані з майбутніми сценаріями розвитку глобального ритейлу, і полягає в тому, що рушійні сили надають сильний вплив на повсякденний ритм й на купівельні особливості споживача. Досвід відвідування споживачем магазину не тільки визначає купівельну поведінку в певний момент, але також впливає на формування відповідного образу магазину у споживача.

Визначено основні сценарії майбутнього розвитку магазинів роздрібною торгівлі: багатоканальний та багатоформатний підходи. Ці сценарії розвитку, як правило, розробляються та діють паралельно. Для багатоканального ритейлу необхідні наступні компоненти: достатня і достовірна інформація про продукти, оновлення в реальному часі інформації про складські запаси, конкурентні ціни, продумана система повернення товару, а також ефективний зворотній зв'язок. Багатоформатний підхід, заснований на певних пропозиціях в різних місцях і характеризується реагуванням на купівельні особливості та потреби конкретного місця розташування. Багатоканальний та багатоформатний сценарії розвитку глобального ритейлу надають нові можливості для росту навіть на переповненому ринку.

Встановлено фактори успіху розвитку магазину на основі системи роздрібного досвіду, до яких належать інновації на рівні продукту, збуту, технологій, а також інтуїція, кооперація та креативність роздрібної мережі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический поход. М.: Изд. дом "Вильямс", 2007. 1181 с.
2. Кент Т., Омар О. Розничная торговля. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 719 с.
3. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Волосов А.М. Світовий рітейл: тенденції розвитку та конкурентні позиції. Науковий вісник Ужгородського університету. 2016. Серія Економіка. Випуск 1 (47). Т. 1. С. 293–300.
4. Федулова Л. Вплив світових технологічних трендів на формування «розумного» рітейлу. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1. С. 5–21.
5. Козлова О. А. Изменение форматов розничной торговли. Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. № S1. URL: <http://e-koncept.ru/2017/470005.htm>.
6. Global Powers of Retailing 2018: Transformative change, reinvigorated commerce. URL: <http://www.deloitte.com/globalpowersretailing.2018>.
7. Deloitte. 2008 global powers of retailing. Standing out from the crowd. URL: <http://www.deloitte.com/consumerbusiness.2008>.
8. Гаспарян С. Ритейл майбутнього: чого очікувати у 2018 році. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/serhij-hasparjan/ritejl-majbutnoho-choho-ochikuvati-u-2018-rotsi-2464924.html>.
9. Тингелстэд Дж. Многоканальный ритейл: взгляд основателей всемирной бизнес-сети для ритейлеров. URL: <https://ain.ua/2015/05/26/mnogokanalnyj-ritejl-vzglyad-osnovatelej-vsemirnoj-biznes-seti-dlya-ritejlerov>.
10. Іваненко Л.М. Багатоформатна маркетингова стратегія управління підприємством роздрібною торгівлі. Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства: наукове-періодичне видання за підсумками IV Міжнародної науково-практичної конференції викладачів, аспірантів і студентів. Вінниця. 2015. С. 21 – 24.
11. KPMG презентує звіт «Глобальні тренди ритейлу 2018». URL: <https://home.kpmg.com/ua/uk/home/media/press-releases/2018/04/kpmg-presents-retail-report-2018.html>
12. Bloomingdale's and others say RFID works. URL: <http://www.rfidjournal.com/articles/view?10673>

УДК 332.14

Панкова Л.І., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаський державний технологічний університет

Потапенко Т.П., здобувач кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаський державний технологічний університет

ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ МОДЕЛЕЙ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК НА ЗАСАДАХ СТИМУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У статті розглянуто фундаментальні напрями теорії регіональної економіки та регіонального менеджменту, що стали підґрунтям розвитку кластерної теорії. Надано авторське визначення кластерної моделі розвитку національної економіки, обґрунтовано вимоги до ефективної державної регіональної політики. Наведено схему формування кластерної моделі національної економіки, який визначає ефективний курс розвитку кластерних моделей національної економіки. Доведено, що формування кластерів шляхом інтегрування регіонів та консолідації галузей дозволить прискорити процес впровадження нових організаційних форм інтеграції та кооперації суб'єктів господарювання, які здійснюють різні види економічної діяльності. Визначено, що активізація інтеграційних процесів буде сприяти зростанню інноваційної активності і нарощування експортного потенціалу, що в кінцевому підсумку дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності національної економіки. Сформульовано ряд стратегічних задач, які держава та наукова спільнота повинні вирішити на шляху побудови ефективної кластерної моделі національної економіки.

Ключові слова: кластери, процеси кластеризації, кластерна теорія, кластерні моделі національних економік.

Рис.1, табл.1, літ. 12.

Панкова Л.И., Потапенко Т.П.

ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРНОЙ МОДЕЛИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

В статье рассмотрены фундаментальные направления теории региональной экономики и регионального менеджмента, которые стали основой развития кластерной теории. Предоставлено авторское определение кластерной модели развития национальной экономики, обоснованы требования к эффективной государственной региональной политике. Приведена схема формирования кластерной модели национальной экономики, которая определяет эффективный курс развития кластерных моделей национальной экономики. Доказано, что формирование кластеров путем интегрирования регионов и консолидации отраслей позволит ускорить процесс внедрения новых организационных форм интеграции и кооперации субъектов хозяйствования, которые осуществляют различные виды экономической деятельности. Определено, что активизация интеграционных процессов будет способствовать росту инновационной активности и наращивание экспортного потенциала, в конечном итоге позволит повысить уровень конкурентоспособности национальной экономики.

Сформулирован ряд стратегических задач, которые государство и научное сообщество должны решить на пути построения эффективной кластерной модели национальной экономики.

Ключевые слова: кластеры, процессы кластеризации, кластерная теория, кластерные модели национальных экономик.

Pankova L., Potapenko T.

FORMATION OF THE CLUSTER MODEL OF NATIONAL ECONOMY ON THE BASIS OF REGIONAL DEVELOPMENT

The article deals with the fundamental directions of the theory of regional economics and regional management, which became the basis for the development of cluster theory. Author's definition of the cluster model of development of the national economy is provided, requirements for effective state regional policy are substantiated. The scheme of forming a cluster model of the national economy, which determines the effective course of development of cluster models of the national economy, is presented. It is proved that the formation of clusters by integrating regions and consolidating the branches will accelerate the process of introducing new organizational forms of integration and cooperation of business entities that carry out various types of economic activity. It has been determined that activation of integration processes will contribute to the growth of innovation activity and the expansion of export potential, which will ultimately increase the competitiveness of the national economy. A number of strategic tasks, which the state and the scientific community should solve on the way of building an effective cluster model of the national economy, are formulated.

Постановка наукової проблеми. Розвинені країни продовжують боротися з низькими темпами економічного зростання. Макроекономічна політика вичерпала свої можливості, а політичні конфлікти перешкоджають економічному розвитку. Конкурентоспроможність національної економіки на світовій арені обумовлена високим рівнем розвитку підприємництва, інновацій та задоволеності потреб суспільного розвитку. Процеси кластеризації здатні активізувати розвиток національної економіки, особливо якщо вони узгоджені зі стратегією, розробленою за участю державних, місцевих органів влади і наукових установ та суспільства в цілому. Тому наукова спільнота продовжує пошук нових теоретичних та методологічних аспектів формування кластерних моделей на рівні територіальних економічних та соціальних систем, які дозволять вирішити завдання на шляху реформування та ефективного розвитку національної економіки.

Аналіз публікацій. Сучасний світовий досвід характеризує кластерний підхід як механізм ефективного розвитку підприємств, який знайшов своє відображення у працях зарубіжних авторів: Т. Андерссона, Т. Бреннера, М. Вебера, Н. Волкової, Я. Дранева, Л. Маркова, А. Маршалла, А. Міграняна, М. Портера, В. Прайс, М. Райсс, Ф. Рейнса, П. Санлі, С. Суїні, В. Трет'яка, Є. Дж. Фезера, І. Ферової, Г. Хасаєва, Т. Цихана, Д. Ялова та інших.

Значний внесок в адаптацію кластерного підходу до вітчизняних умов зробили українські вчені В. Г. Андрійчук, П. П. Борщевський, Н. М. Внукова, М. П. Войнаренко, П. І. Гайдучський, В. М. Геєць, В. Г. Грановська, О. І. Гуменюк, Л. В. Дейнеко, О. І.

Драган, Н.Г. Каніщенко, І. Г. Кириленко, Л. В. Левковська, Б. Й. Пасхавер, П. Т. Саблук, Г. А. Семенов, С. І. Соколенко, В. Г. Федоренко, А. В. Череп та інші.

Однак, незважаючи на дискусії, що постійно ведуться зарубіжними і українськими науковцями в цій галузі економічного знання, можна констатувати явну недостатність наукового обґрунтування теоретико-методологічних аспектів формування кластерних моделей національних економік за сучасних принципів ринкового господарювання. Многоаспектність дослідницьких підходів створює поле для наукової дискусії і робить ще більш очевидною необхідність подальшого пошуку нових досліджень в цій сфері.

Мета статті – дослідити теоретико-методологічні аспекти формування кластерних моделей національних економік.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. З метою дослідження теоретико-методологічних аспектів формування кластерних моделей національних економік доцільно розглянути фундаментальні напрями теорії регіональної економіки та регіонального менеджменту, що стали підґрунтям розвитку кластерної теорії (табл. 1).

Особливої уваги заслуговують теорії: теорія полюсів зростання, Концепція економічного районування та територіально-виробничих комплексів (ТВК) та теорія інноваційного розвитку. Так, просторова побудова територіально-виробничих комплексів подібна до побудови промислових кластерів. Однак, суттєвою відмінністю ТВК від промислових кластерів є: відсутність конкуренції; функціонування в умовах планової економіки; жорстке державне регулювання; вертикальний характер зв'язків всередині ТВК.

Теорія полюсів зростання знаходить своє відображення в умовах сьогодення, оскільки полюси конкурентоспроможності існують в сучасній Франції – кластери, які офіційно визнані державою.

Теорія інноваційного розвитку є актуальною в сучасних умовах розвитку національних економік, оскільки переважна більшість дослідників розділяють думку про те, що інноваційні ефекти кластерів реалізуються завдяки співучасті та балансуванню інтересів провідних інституціональних секторів – науки, бізнесу та влади. Цей механізм, що колись спонтанно склався у Силіконовій долині, пізніше був описаний соціологами як модель потрійної спіралі («Triple Helix Model» Іцковіца-Лейдесдорфа). Він полягає в тому, що області функціонального зчеплення трьох секторів стають універсальною інституціональною матрицею для інноваційного зростання[8].

Наведені загальні теоретико-методичні підходи, дозволяють надати авторське визначення кластерній моделі розвитку національної економіки. Кластерна модель розвитку національної економіки - концептуальний підхід, який передбачає використання кластерів як системоутворюючих елементів сучасної ринкової економіки, що дозволяють реалізувати конкурентні переваги країни в рамках міжнародного економічного простору.

Як показує світовий досвід, така модель покладена в основу стратегії розвитку економічно розвинених країн, її практичне використання дозволило забезпечити підвищення ефективності функціонування та конкурентоспроможності їх національних економік.

Розвиток кластерної теорії у фундаментальних напрямках економічної теорії (згруповано автором на основі [1])

Таблиця 1

Назва теорії	Автор теорії та послідовники	Характеристика теорії
1	2	3
Теорія розміщення продуктивних сил	І. фон Тюнен «Ізольована держава в її відношенні до сільського господарства та національної економіки» (1826 р.)	Запроваджено поняття економічного простору та сформульовано закономірності розміщення сільськогосподарського виробництва залежно від величини транспортних витрат, запропонувавши оптимальну схему розміщення сільського господарства у вигляді концентричних кілець.
Промислових дистриктив (районів)	А. Маршалл «Економіка промисловості» (1879 р.) та «Принципи економічної науки» (1890 р.).	Запроваджено поняття промислового району – скупчення підприємств, які використовують зовнішню економію від масштабів виробництва та описано переваги територіальної концентрації виробників всередині певної галузі. Продемонстровано вплив мікроекономічних взаємозв'язків підприємств на економічне зростання на мезорівні завдяки формуванню так званих «локалізованих галузей» – концентрації малих виробництв певної галузі, що спеціалізуються на окремих стадіях виробничого циклу у межах певної місцевості.
Теорія просторової економічної рівноваги	А.Льош «Просторова організація господарства» (1940 р.)	Акцентовано увагу на тому, що в гексагональній моделі розміщення продуктивних сил необхідно врахувати особливості податкової системи, конкуренції, державних кордонів, впливу технічного прогресу тощо.
Концепція економічного районування та територіально-виробничих комплексів (ТВК)	М.М. Колосовський 1960-ті рр.	Сформульовано принципи ефективного взаємодії виробничих підприємств у межах певного регіону на основі запровадження комбінованих технологічних процесів перероблення сировини, використання робочої сили та обладнання, спільного використання інфраструктури, що призводять до створення регіональних ТВК та отримання синергетичного ефекту.
Теорія кумулятивного зростання.	Г. Мюрдаль «Економічна теорія і слаборозвинені регіони» (1957 р.); А.Хіршман «Стратегія економічного розвитку» (1958р.)	Відзначено, що дія ринкових сил призводить до поглиблення регіональних диспропорцій економічного розвитку, що пов'язано, насамперед, з привабливістю агломерацій для розміщення продуктивних сил завдяки істотній економії на виробничих та трансакційних витратах [3, с. 9-11].

Продовження таблиця 1

1	2	3
Теорія полюсів зростання	Ф. Перру «Економіка XX століття» (1961 р.) та Ж.- Р. Будвіля	Базується на нерівності як основоположному принципі господарського життя, що спричиняє деформації економічного простору внаслідок формування домінуючих та підлеглих макроодиниць. Домінуюча макроодиниця (фірма, галузь, галузевий комплекс) є полюсом зростання, що створює потужний стимул розвитку у регіоні або в країні загалом завдяки поширенню ефекту на суміжні макроодиниці та створенню мультиплікативного ефекту. Важливим висновком теорії є посилення ролі державної економічної політики у зменшенні регіональної неоднорідності економічного зростання шляхом запровадження індикативного планування та забезпечення гармонізованого зростання [4, с. 96-98].
Теорія організацій та економічної соціології	Х. Уайт, М. Піоре та Ч. Сейбл «Другий індустріальний розкол: перспективи економічного добробуту»; М.Кастельс «Інформаційна епоха: економіка, суспільство, культура» (1996-1998 рр.)	Описано мережеву форму організації бізнесу. Визначено як специфічні особливості мережевих структур їхню високу здатність генерувати знання й ефективно обробляти інформацію; адаптуватися до змін ринкового середовища; швидко змінювати організаційно-економічні інструменти під дією культурних, технологічних та інституційних змін; запроваджувати інновації як головну перевагу у конкурентній боротьбі [5].
Теорія конкуренції	М. Портер «Конкуренція» (1998р.)	Розглянуто кластери з позицій теорії конкуренції та визначено їх як сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їхньою діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств зі стандартизації, торговельних об'єднань) у визначеній сфері, які конкурують, але при цьому здійснюють спільну діяльність [7, с. 256].
Теорія інноваційного розвитку	Й.Шумпетер	Уперше вжито терміни «інновація», «інноваційний процес» і висловлено гіпотезу про те, що інновації з'являються в економічній системі не рівномірно, а у вигляді більш-менш одночасно освоєваних послідовних новаций - кластерів. Кластер інновацій - сукупність базисних нововведень, що визначають технологічний устрій економіки протягом тривалого часу.

Для реалізації євроінтеграційного курсу та інноваційної політики держави доцільно впровадити в існуючу практику господарювання і управління нових організаційних форм інтеграції та кооперації науки, освіти, виробництва, бізнесу та суспільства. Однією з найбільш ефективних форм такої інтеграції і кооперації є кластери. Цей процес охопив більше половини економік провідних країн світу. В ЄС налічується понад 2 тис. кластерів, в яких зайнято 38% його робочої сили. У Китаї сьогодні існує більше 60 особливих зон-кластерів, в яких знаходиться близько 30 тис. фірм з чисельністю співробітників 3,5 млн. чол. і обсягом продажів близько 200 млрд. дол. на рік [9].

Однак, система господарювання та управління в Україні обмежує можливості використання кластерної моделі розвитку національної економіки. Кластери, як їх розумів М. Портер, є одним з інструментів ринкової економіки, і найбільш ефективно вони працюють, якщо створюються «знизу-вгору» - з ініціативи приватного бізнесу. При цьому державі відводиться роль регулятора, що визначає правила взаємодії між ним самим, бізнесом і науково-освітніми структурами, а також гаранта збереження і розвитку сприятливих умов для інвестицій, інновацій та розвитку горизонтально-орієнтованих мережевих бізнес-співтовариств і підприємств. Існуючий в Україні механізм господарювання і управління характеризується низьким рівнем конкурентного середовища, високим ступенем концентрації та монополізації виробництва, наявністю жорсткої ієрархічної системи господарського управління, переважанням вертикальних зв'язків над горизонтальними, значним державним сектором [10, с.53].

Дійсно, кластеризація для України є новим процесом, однак для надання йому ефективності необхідно максимально зосередити акцент на наданні популяризації кластерним ініціативам. В іншому випадку такий досвід неминуче призведе до критичних непорозумінь, невірних трактувань, спричинених браком досвіду кластеризації. Збалансоване поєднання малих і середніх підприємств та великих регіоноутворюючих компаній забезпечуватиме міцну основу функціонування кластерів. Зусилля, спрямовані на підтримку кластерів, в яких сконцентровані переважно великі державні компанії та відсутня достатня кількість інноваційно-орієнтованих малих та середніх підприємств, або ж на підприємства галузі, які територіально розпорошені, не матимуть очікуваного впливу [10, с.53].

На думку автора, спрощена схема формування кластерної моделі національної економіки повинна мати вигляд (рис.1). Таким чином, формування ефективної кластерної моделі розвитку національної економіки можливе за умови:

зміни інституційного середовища, включаючи послідовне реформування відносин власності;

формування значного сектора малого і середнього підприємництва та, як наслідок, сприятливого конкурентного середовища;

ефективне та системне втручання держави на рівні регуляторної політики (підтримки малого та середнього бізнесу; кластерної політики).

Це передбачає інвестиційно-структурну перебудову економіки з поступовим заміщенням традиційних галузей на більш високотехнологічні та інноваційні, чітке розмежування функцій державного регулювання та господарського управління. Для цього потрібна підготовка і прийняття відповідних управлінських рішень високого рівня, які стануть основою необхідної нормативно-правової бази, і здійснення організаційно-методичного та планово-прогностичного забезпечення державних органів щодо формування та розвитку кластерних утворень, що створюватимуться як в рамках державних та підприємницьких ініціатив інноваційного розвитку.

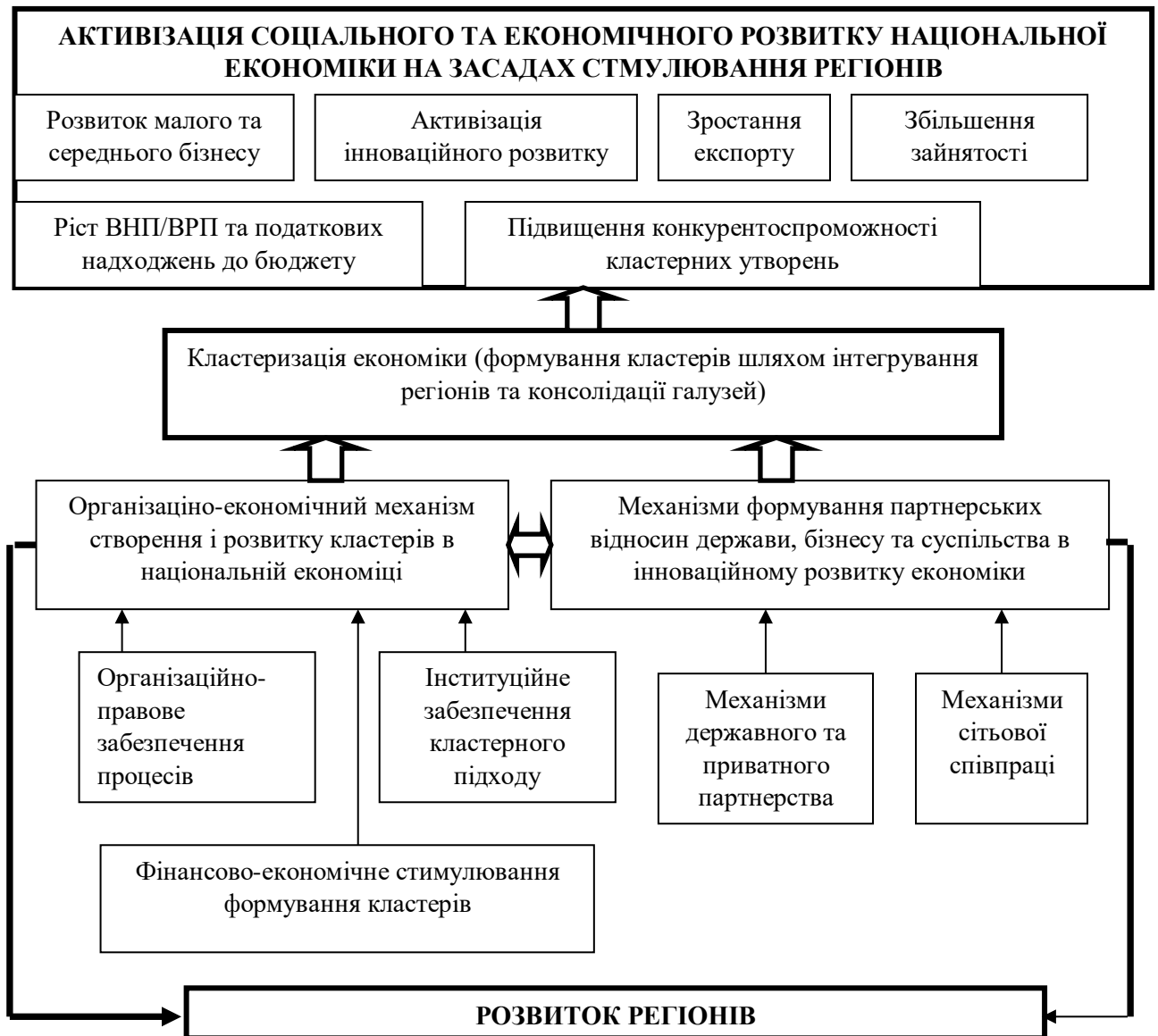


Рисунок 1 – Схема формування кластерної моделі національної економіки

На думку автора, ці заходи мають визначити ефективний курс розвитку кластерних моделей національної економіки. Це дозволить прискорити процес впровадження нових організаційних форм інтеграції та кооперації суб'єктів господарювання, які здійснюють різні види економічної діяльності, і буде сприяти зростанню інноваційної активності і нарощування експортного потенціалу, що в кінцевому підсумку дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності національної економіки.

Слід зауважити, що державна політика в області підтримки процесів кластеризації повинна визначатися національними особливостями розвитку економіки та суспільними потребами. Така підтримка може здійснюватися за допомогою:

- Концепції державної кластерної політики (за галузевим принципом);
- стратегії формування кластерної моделі та виділеним бюджетом;

політики, сфокусованої на деяких аспектах розвитку кластерів (сітьової взаємодії між суб'єктами розвитку процесів кластеризації);

реалізації стратегічних напрямків економічного розвитку, що впливають на розвиток кластерних утворень;

цільових принципів кластерної політики та узагальнених підходів до кластероутворення.

Нині очевидно, що за останнє десятиріччя почав стрімко зростати інтерес до кластерів у країнах Європи, оскільки в умовах ринкового господарства вони стали справжньою рушійною силою виробництва в компаніях, які є їх учасниками. Україні, як одній з великих європейських держав, потрібно у програмах розвитку враховувати той факт, що всі країни Європи вже мають і здійснюють свої національні програми кластеризації [11, с.5].

Всі країни – члени Європейського Союзу у рамках рішення Європейського Саміту, що відбувся у Лісабоні у 2000 році, орієнтовані, спираючись на формування та розвиток кластерів, на забезпечення створення в Європі найбільш конкурентоспроможної та динамічної економіки знань, здатної наздогнати і навіть перегнати США та Японію за показниками постійного економічного зростання. Протягом 1990-х років спостерігалось постійне збільшення кількості промислових кластерів у різних кутках планети. Від Шотландії до Бангалора (науковий центр в Індії), від Сінгапуру до Ізраїлю формула успіху проявляється в інтенсивному розвитку інноваційних промислових кластерів. Про значущість розвитку промислових кластерів свідчить той факт, що на форумі Європалат у липні 2006 році був прийнятий Маніфест про розвиток кластерів у країнах Європи. У цьому документі, до речі, говориться про позитивний досвід розвитку кластерів у деяких регіонах України, у тому числі на Поділлі, Поліссі, Прикарпатті та в Севастополі. У своєму Зверненні до Ради від 13 вересня 2006 року Європейська комісія наголосила, що бути частиною кластера – важлива конкурентна перевага бізнесу. Кластери допомагають заповнити прогалини між бізнесом, дослідженням та ресурсами і, таким чином, швидше видають знання на ринок. Потрібно зазначити, що успішні кластери пропагують інтенсивну конкуренцію одночасно із співпрацею. Вони збільшують продуктивність, залучають інвестиції, пропагують дослідження, посилюють промислову базу, розробляють спеціальні продукти і послуги, стають основою для розвитку навичок. Нове покоління програм Європейської регіональної політики на 2007 – 2013 роки пропонує використати підхід, що базується на регіональних інноваційних кластерах, не тільки в розвинутих міських центрах, але і в бідніших сільських регіонах [11, с.7].

Важливе значення у реалізації державної підтримки розвитку кластерів за кордоном має формування спеціальної інфраструктури. Як правило, реалізація кластерних стратегій передбачає наявність грантоутворюючих фондів (інститутів, агентств), які підтримують кластерні ініціативи: наприклад [12]:

Національне агентство планування DATAR (Франція),

Інформаційна система пошуку та класифікації кластерів CASSIS (Люксембург),

Національна рада з конкурентоспроможності (США),

програма кооперації LINK (Великобританія) [12].

Формування ефективної кластерної моделі процес складний та унікальний він залежить від системної та цілеспрямованої державної кластерної політики. Цей процес доцільно охарактеризувати як перехід:

від набуття певних специфічних рис національними економіками до їх функціональної означеності в рамках формування як соціальних та економічних відносин в країні, так, і економіко-політичних відносин на міжнародній арені;

системного стимулювання регіонального розвитку за цільовими моделями (регіони – точки зростання; кумулятивного зростання та ін.).

Враховуючи сучасну масштабність глобалізації та соціально-економічних процесів, що виявляється у кластеризації світової економіки, відбувається взаємна інтеграція соціальних, політичних, економічних, регіональних, галузевих і культурних ознак країн, які обумовлюють синергетичний прояв їх впливу. Таким чином, участь у міжнародних процесах обумовлює неможливість уникнення країною загальносвітових тенденцій та вимагає певних стратегічних урядових дій щодо активізації та побудови ефективної кластерної моделі економіки з цільовим вектором – стимулювання розвитку регіонів.

Досвід свідчить, що найчастіше регіональний поділ формується історично протягом тривалого часу, однак він не завжди враховує усі економічні, технологічні, географічні особливості. Сьогодні існують нові теоретичні та практичні знання, управлінські механізми, за допомогою яких різні галузі спрямовують та поєднують технічний та технологічний, економічний та соціальний прогрес. Одним з напрямів такого прогресу слід визнати регіональну та галузеву кластеризацію. Такий рух формує значні вигоди та перспективи розвитку – регіонів, підприємств, галузей, національних економік. На практиці можливе не лише економічне чи регіональне застосування відповідних технологій. Будь-які об'єкти чи явища, що мають ознаки однотипності, співрозмірності, типовості можуть бути згруповані в кластерні об'єднання та формувати низку синергетичних ефектів в процесі активної, інноваційної взаємодії [10, с.59].

Так, державна політика та наукова спільнота повинні вирішити ряд стратегічних задач на шляху побудови кластерної моделі національної економіки. Серед яких:

1. Визначити методичний інструментарій щодо точного визначення меж кластеру. В умовах формування міжнародного кластерного утворення специфіка економічної структури країн, що входять до кластеру, свідчитиме про спеціалізацію та відповідну політико-економічну роль країни в межах світової спільноти.

2. Забезпечити процес збалансованості складу економічних секторів в кластерній моделі національної економіки з урахуванням їх взаємозалежності.

Потреба у переході від визнання домінуючої ролі того чи іншого сектору економіки до обґрунтування економічної структури країни (кластеру) вимагає з'ясування ролі кожного сектору економіки в кластерній моделі національної економіки. Необґрунтоване зростання будь-якого з секторів економіки свідчить про дисбаланс, який може виникати внаслідок неефективної державної політики, що не враховує соціальні та економічні потреби суспільства.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Таким чином, ідея формування кластерних моделей національних економік не нова. Але за сучасних умов розвитку економіки, що супроводжується пошуком шляхів виходу з кризи, натиском глобальної конкуренції використання кластерної моделі організації бізнесу є тим інструментом модернізації економіки, що дозволить активізувати процеси інноваційної діяльності та відповідати вимогам національного й регіонального розвитку у відповідності до європейських стандартів.

На сьогодні існує ряд невирішених проблем, що заважають побудові ефективної кластерної моделі національної економіки, а саме: не визначено специфіку процесів кластеризації в українській економіці, що стосується інституційних та соціальних

особливостей; не виявлено найбільш перспективні сфери кластеризації в реаліях української економіки; не окреслено проблеми балансу інтересів учасників кластеризації; не визначено методологію соціальних інновацій та процесів кластеризації, тощо. Все це окреслює коло подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кластерні об'єднання: міжнародний досвід та українські реалії / М. Войнаренко, А. Береза // Економіст. - 2013. - № 10. - С. 27-30
2. Пилипенко И. В. Принципиальные различия в концепции промышленных кластеров и территориально-производственных комплексов. // Вестник Московского Университета. Серия 5. География. – 2004, №5. – С. 3-9.
3. Мельников Р. М. Проблемы теории и практики государственного регулирования экономического развития регионов: Монография. – М.: Изд-во РАГС, 2006. – 209 с.
4. Глух Н. А. Институционально-социологическая традиция во Франции. Ф. Перру История экономических учений: (современный этап). Под ред. А. Г. Худокормова. М.: Инфра-М. 1998. – 733 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/03.php
6. Корчагина, Н. А. Кластерная политика – технология повышения эффективности управления компаниями [Текст] : монография / Н. А. Корчагина. – Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2009. – 117 с.
7. Портер Майкл Конкуренция: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. — 608 с.
8. Smorodinskaja N. (2013) “Regional Innovation Clusters: Global Guidelines and Russian Realities”, [Online], available at:<http://regconf.hse.ru/uploads/ede481990d3d34e296401e66fdf53518aa7e6ce6.pdf>
9. Synopsis of Policy Options for Creating a Supportive Environment for Innovative Development. ECE/CECI/2008/3, Geneva, 9 September 2008
10. Гулак Д.В. Розвиток електроенергетичного ринку України на засадах регіональної кластеризації: монографія. Черкаси: видавець Пономаренко Р.В., 2018. – 286 с.
11. Оскольський В. Кластеризація – вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України. Економіка України. 2014. № 11. С. 4–16.
12. Solvell O., Lindqvist G., Ketels Ch. The Cluster Initiative Greenbook. The Competitiveness Institute / VINNOVA, Gothenburg, 2003.

УДК:378.1

Поповський Ю.Б., к.п.н., доцент Донецького національного університету імені Василя Стуса

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У роботі проаналізовано теоретичні основи управління процесами реструктуризації в освітньому середовищі. Охарактеризовано поняття «реструктуризації», «видів реструктуризації», «інформаційна технологій», «інновацій у інформаційних середовищах», розкрито сутність поєднання та взаємодії реструктуризації та інформаційних інноваційних технологій. Охарактеризовано структурні складові процесів реструктуризації у освітніх середовищах на основі можливостей обчислювальних систем з технічних, економічних та інших точок зору та обґрунтовано використання сучасних науково-технічних засобів і методів реструктуризації. Описано наукові здобутки фахівців технічного, економічного, педагогічного напрямку щодо проблематики реструктуризації існуючих загальноприйнятих методів реструктуризації. Висвітлено основні напрями реструктуризації в освітніх закладах на різних етапах навчальної діяльності, суспільної роботи та інноваційних творчих процесів.

Соціально-економічна ситуація сьогодення така, що конкурентоздатні лише висококваліфіковані енергійні фахівці. Теперішній технічний прогрес стрімко озброює різноманітними технологіями сучасні підприємства і, відповідно, вимагає від фахівців знання, яке має бути на відповідному рівні.

Професійне володіння функціями фахівців економічного профілю (економістів, системних аналітиків, управлінців вищих рівнів) складні, різнопланові, потребують глибоких і різноманітних знань, умінь, здібностей, чітко визначеної системи ключових та професійних знань і утворює ґрунт для майбутньої реструктуризації.

Ключові слова: процеси реструктуризації, високотехнологічні послуги, інформаційна система, інформатизація, фактори розвитку інновацій.

Рис. 1. Літ 11

Ю.Б.Поповский

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

В работе проанализированы теоретические основы управления процессами реструктуризации в образовательной среде. Охарактеризованы понятие «реструктуризации», «видов реструктуризации», «информационная технологий», «инноваций в информационных средах», раскрыта сущность сочетание и взаимодействия реструктуризации и информационных инновационных технологий. Охарактеризованы структурные составляющие процессов реструктуризации в образовательных средах на основе возможностей вычислительных систем по техническим, экономическим и других точек зрения и обосновано использование современных научно-технических средств и методов реструктуризации. Описаны научные достижения специалистов технического, экономического, педагогического направления по проблематике реструктуризации существующих общепринятых методов реструктуризации. Освещены основные направления реструктуризации в образовательных учреждениях на разных этапах учебной деятельности, общественной работе и инновационных творческих процессов.

Социально-экономическая ситуация настоящее такова, что конкурентоспособные только высококвалифицированные энергичные специалисты. Нынешний технический

прогресс стремительно вооружает разнообразными технологиями современные предприятия и, соответственно, требует от специалистов знания, которое должно быть на соответствующем уровне.

Профессиональное владение функциями специалистов экономического профиля (экономистов, системных аналитиков, управленцев высших уровней) сложные, разноплановые, требуют глубоких и разнообразных знаний, умений, способностей, четко определенной системы ключевых и профессиональных знаний и образует почву для будущей реструктуризации.

Ключевые слова: процессы реструктуризации, высокотехнологичные услуги, информационная система, информатизация, факторы развития инноваций.

Yu. Popovskiy

INNOVATION IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS: FACTORS AND TOOLS DEVELOPMENT PROCESSES OF HIGH-TECHNOLOGY SERVICES

In the work the theoretical bases of management of restructuring processes in the educational environment are analyzed. The notion of "restructuring", "types of restructuring", "information technologies", "innovations in information environments" is described, the essence of combination and interaction of restructuring and information innovative technologies is disclosed. The structural components of restructuring processes in educational environments based on the capabilities of computer systems from technical, economic and other points of view are characterized and the use of modern scientific and technical means and restructuring methods is grounded. The scientific achievements of specialists of technical, economic, and pedagogical direction concerning the restructuring of existing generally accepted methods of restructuring are described. The main directions of restructuring in educational institutions at different stages of educational activity, social work and innovative creative processes are highlighted.

The socio-economic situation of today is such that only highly skilled energetic specialists are competitive. Current technological progress is rapidly arranged by modern technologies by modern enterprises and, accordingly, requires knowledge of the specialists which should be at the appropriate level.

Professional skills of the specialists of the economic profile (economists, system analysts, managers of higher levels) are complex, diverse, require a deep and varied knowledge, skills, abilities, a well-defined system of key and professional knowledge and forms the basis for future restructuring.

Key words: restructuring processes, high-tech services, information system, informatization, factors of innovation development.

Постановка задачі. Розвиток навчальних закладів безперечно повзаний з економічними процесами вітчизняної та зарубіжної економіки. Інтеграція науково-економічних процесів між навчальними закладами, економічними структурами, досягненнями науки і техніки є основним фактором розвитку економіки. Сучасні тенденції глобалізації вимагають нової політики з урахуванням багатьох чинників які спрямовані на конкурентоспроможності освітніх закладів та економічних структур.

Боротьба за покращення результатів освітніх процесів та особистості спонукає освітні заклади шукати і змінювати форми накопичення знань і впроваджувати їх у наукові дослідження. Реформування освітніх процесів у більшості випадків розпочинаються владою держави, які виникли в результаті певної необхідності.

Навчальні заклади вимушені пристосовуватися до постійно змінюваних умов в економічному середовищі країни. Такий підхід створює зв'язок Клієнти, Конкуренція, Корінні зміни або реструктуризація навчального закладу, який призначений для подальшої ефективної і рентабельної діяльності та стійкої технічної, економічної та фінансової життєздатності освітніх процесів.

Отже зняття суперечностей між вимогами ринку і застарілою логікою дій раніше напрацьованих економічних підходів вимагають реструктуризації не тільки методики, а й визначення інших форм та методів економічних процесів. Визначення нових наукових підходів у освітній діяльності вимагає чіткого управління реструктуризації освітніх процесів, що мають на меті створення повноцінних суб'єктів підприємницької діяльності, здатних ефективно функціонувати за умов ринкової трансформації економіки та виробництва. Отже, це свідчить про актуальність та необхідність дослідження сутності реструктуризації поняття процесами в освітньому середовищі.

Актуальність теми. Сучасні інформаційні технології суттєво вносять зміни у економічні процеси ринкових відносин. Автоматизація роботи економічних процесів, системи підтримки прийняття рішень, об'єднання економічних процесів у єдині бази змінюють світогляди на раніше загальноприйняті способі економічного спілкування.

Ці процеси переплітаються з розвитком механізмів конкуренції, що потребує постійної адаптації навчальних закладів, підприємств до зміни умов функціонування та підтримування конкурентних переваг у освітнього-економічному середовищі.

Як засобом підвищення конкурентоспроможності підприємств можуть виступати процеси реструктуризації. Основними вимогами напрямів підготовки фахівців є: запровадження ефективних методик навчання, які будуть виступати інструментами в руках викладачів. Процес навчання базується на методичному забезпеченні оцінювання знань студентів, самостійному опрацюванні завдань та контролю набутих знань.

Проходження практик студентами на підприємствах, спонукає до запровадження раніше набутих знань та методик у своїй роботі. Такий підхід ефективно відображається на науковій діяльності студентів, які в свою чергу пропонують зміни у навчальних матеріалах.

Вивчення наукових праць з цієї проблематики дозволило зробити висновок про не системність теоретичного підґрунтя для виявлення необхідності проведення структурних перетворень на рівні підприємств у напрямі їхньої адаптації до ринкового середовища. Нинішній стан підприємств окреслює перед вітчизняною наукою проблему формування механізмів реструктуризації та управління нею з урахуванням новітніх реалій конкурентної боротьби та можливостей реалізації інноваційної моделі розвитку. Отже процеси вдосконалення освітніх закладів та економічних процесів є важливими і необхідними для подальшого розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблему реструктуризації у економічних напрямках було висвітлено в багатьох як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Зокрема, в працях А. Алпатової, М.Д. Аістової, Е. Короткова, Л.П. Белих, І. Мазура, О.О. Терещенка, А.. Поддєрьогіна, В.П. Мартиненка, Н. Москаленко, Френк Ч. Еванс, Патрік А. Гохан, Джинні Д. Дак та інших.

Метою дослідження є вивчення теоретичних основ обґрунтування управління процесом реструктуризації в освітніх закладах. Дослідження етапів виникнення інновацій, що спонукають побудові ґрунту для творчості та необхідності економічних, технічних та інших інновацій з метою дослідження методичного забезпечення щодо її реалізації.

Результати дослідження. Від якості підготовки фахівців, розкриття їхнього

потенціалу, вміння застосовувати обчислювальні системи залежить добробут будь-якого суспільства.

Одна з головних ролей у цьому процесі належить модернізації системи контролю навчальних досягнень, вміння застосовувати отримані знання та саме головне будувати бачення економічних процесів.

У числі загальних вимог серед основних напрямів підготовки фахівців є: запровадження ефективних методик навчання, які будуть виступати інструментами в руках викладачів.

Аналіз стану проблеми реструктуризації освітніх процесів дозволив виявити низку суперечностей у системі економічної освіти між:

- сучасними вимогами до впровадження в навчальний процес новітніх засобів і технологій опитування і фактичним станом матеріально-технічного та інформаційного забезпечення ВНЗ;

- потребою у автоматизації моніторингу дійсного стану знань, рівня оволодіння студентами фахових навичок і обмеженими існуючими технічними можливостями щодо комплексного й оперативного отримання такої інформації в умовах діючої технології контролю;

- технічними можливостями автоматизованого контролю і недостатньою розробленістю науково-методичного забезпечення щодо конструювання завдань для спеціальних дисциплін (економічного напрямку);

- між швидкозмінюваними економічними процесами та можливістю адаптації системи автоматизації опитування до нових нормативно законодавчих даних.

У наш вік інформатизації, коли викладачі та їхні студенти практично на кожному кроці використовують обчислювальну техніку, новітні технології, способи обробки інформації, буде ефективним та доцільним створити ефективну, економічну, реструктуровану систему.

Поняття «реструктуризація» в економічному розумінні є відносно новим, хоча економісти та менеджери приймали рішення щодо проведення даного процесу у себе на підприємствах і доводили його доцільність і економічну ефективність, значно раніше до обґрунтування терміна Дж. Велчем.

Реструктуризація базується на тім, що існування тісної залежності між станом зовнішнього середовища, поведінкою підприємств та їх внутрішнім середовищем приводить до необхідності вчасної адаптації мети, завдань та стратегії підприємств, їх організаційних характеристик, структури та функцій до нових ринкових умов [1. С. 214-217].

Освітні заклади намагаються запозичувати ефективний досвід реструктуризації у освітніх установах закордонних країн, навчальні заклади яких досягли висот в організації навчання. Педагогічні працівники, в свою чергу, оволодіваючи новими знаннями і вміннями, адаптують, удосконалюють і розвивають освітні технології, тим самим формуючи нові погляди і стандарти. Відповідно усі нововведення потребують чітко спланованих і прогнозованих управлінських рішень та методик використання.

Одним із процесів реструктуризації є дослідження в умовах постійного удосконалення інформаційних технологій та розвитку взаємозв'язку між навчальним закладам та виробництвом та пошуку шляхів їх застосування, моделювання навчального напрямку. Виокремлюють такі їх види:

- віртуальні лабораторії;
- мультимедійні середовища;
- програми-тренажери;

- програми контролю знань;
- засоби з елементами штучного інтелекту, до яких можна віднести, наприклад, "інтелектуальні" системи контролю знань; "інтелектуальні" тренажери; навчальні бази знань [2].

Поняття "віртуальна лабораторія" (також використовується поняття "віртуальна реальність") у навчальному процесі ще немає остаточного визначення і різними дослідниками може розглядатися по-різному[3]. Так, Т.Кірик вказує, що сучасний стан досліджень феномену віртуальної реальності не дає чіткого і повного онтологічного опису цього феномену та його сутнісних особливостей, а також типології віртуальних дійсностей [4]. Тим не менше, останнім часом в освітньому просторі феномен "віртуальної лабораторії" набуває поширення, що, виходячи з публікацій, присвячених даній проблемі, виправдовує себе у вищій школі [5]. Спостерігається тенденція поступового розширення поля використання "віртуальних лабораторій" на систему загальної середньої освіти не тільки як процесу наочного моделювання, але й як результат виконання завдання та оцінки якості набутих знань [6].

На таку особливість знань, отриманих у комп'ютерному середовищі, звертає увагу і лауреат Нобелівської премії Г.Беккер, який у своїй роботі наголошує на раціональній спрямованості поведінки людини в процесі навчання. Раціональність, на думку Г.Беккера, пов'язана з відношенням людини до знань (результату навчальної діяльності) як до власного капіталу. Такий "економічний" підхід до розгляду процесу і результату навчання відповідає сучасній парадигмі суб'єктно-орієнтованої освіти: результати навчання мають бути особистісно значущими для суб'єкта навчання. У випадку незберігання "придбаного капіталу" навчання втрачає сенс для особистості [7].

Системоутворюючим чинником у визначенні можливості використання предметних і "віртуальних" лабораторних робіт має бути результат навчання у формі "придбаного капіталу". Саме рівень складності (рівень узагальнення, глибина розуміння тощо) навчальної інформації, яка має бути вербалізована суб'єктом навчання у формі висновків із результатів навчальної діяльності, можливість її кращого засвоєння і довгого зберігання в пам'яті студента повинна стати критерієм визначення того, яка саме лабораторна робота може бути здійснена у "віртуальній лабораторії", а яка потребує навчальної діяльності у предметному середовищі.

Мультимедійні середовища. Поняття "мультимедія" є багатограним і посідає важливе місце в процесі інформатизації як суспільства в цілому, так і освіти зокрема. "Мультимедія" (від англ. multi – багато і від лат. media – носій, засіб, середовище, посередник) часто вживається як синонім поняття "засоби масової інформації" [8]. У електронних тлумачниках визначення "мультимедія" відрізняються. Це і "взаємодія візуальних і аудіо ефектів під керуванням інтерактивного програмного забезпечення" [6], і "дані, які включають в себе різні форми природної для людини інформації (звук і відео)" [3] або "одночасне використання різних форм представлення інформації та її обробка в єдиному об'єкті-контейнері"[8]. В загальноприйнятому же визначенні "мультимедія" – це спеціальні інтерактивні технології, які за допомогою технічних і програмних засобів забезпечують роботу з комп'ютерною графікою, текстом, мовленнєвим супроводом, високоякісним звуком, статичними зображеннями й відео [3].

Сучасне мультимедія-середовище володіє значним освітнім потенціалом, що дозволяє підвищувати ефективність професійної підготовки майбутніх менеджерів організації в контексті активізації їх навчальної діяльності та творчого розвитку особистості, визначають можливість внутрішньої системної упорядкованості освітнього

процесу, узгоджену взаємодію всіх його компонентів в межах виконуваних функцій мультимедіа-технологій в освітній системі.

Педагогічні умови організаційно-методичного забезпечення використання мультимедіа-середовища в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців економічного профілю являють собою систему взаємопов'язаних компонентів, що забезпечує необхідну цілісність і ефективність освітнього процесу. У педагогічній діяльності серед інформаційних технологій мультимедіа виступає як базовий елемент мультимедійного середовища. Основною формою діяльності в мультимедійному навчальному середовищі є діалог студентів з навчальними ресурсами [5, с. 311-332.]. У межах такого діалогу особливе значення мають мінімальні цілі навчання, а також рівень впливу студента на середовище в результаті своєї діяльності, оберненою величиною до якого є рівень знань, що і виступає оцінюванням знань студента. Якщо розглядати процес навчання та оцінювання як певну послідовність елементів, які наповнюють навчання і є його змістом, то окремі дії студента (власне, взаємодія з такими елементами) завжди обумовлені та обмежені середовищем, де вони відбуваються, і тематикою навчального матеріалу.

Сучасні мультимедійні програмні засоби мають більші можливості у відображенні інформації і безпосередньо впливають на мотивацію студентів, швидкість сприйняття матеріалу і, таким чином, на ефективність навчального процесу в цілому. Методи навчання і оцінювання мають тісний зв'язок з характером подачі і сприйняття інформації, тому створення мультимедійного середовища істотно впливає на характер подачі інформації, а, отже, і на методи навчання.

Програми-тренажери. Такі програми найбільш перспективні і вважаються найкращими при вивченні та засвоєнні наукового матеріалу. Основне їх призначення - придбання умінь і тренування навичок в управлінні тією чи іншою стратегією, особливо для фахівців економічного профілю, оскільки передбачають майбутні ризики фінансових операцій та забезпечують засвоєння алгоритмів роботи в економічних галузях і їх алгоритмів обробки інформації. Подібний тип програм є високоефективним, економічним для практичного навчання студентів [2].

Вирізняють такі види програм-тренажерів – навчальні, контролюючі, розвиваючі. Основною загальною рисою таких програм є те, що вони не потребують втручання викладача, роль якого – організаційно-методична, тобто зводиться до відбору та придбання готових тренажерів або до підготовки сценаріїв програми-тренажера з подальшим створенням самої програми студентами в якості творчого завдання на навчальних заняттях по інформаційно-орієнтованих дисциплін [3].

На даний період, програми-тренажери є та сама ніша в навчальному процесі, заповнити яку покликаний комп'ютер. В.Байбаков зазначає, що логічний, психологічний та математичний аналіз учбового матеріалу, проведений в рамках програмованого навчання, є кроком вперед в педагогіці. Педагогіка від емпіричного накопичення фактів і вибору найбільш ефективних методів з низки існуючих, вперше перейшла до кількісного аналізу досліджуваного матеріалу. Друга відмінна риса програмованого навчання полягає в тому, що воно дає викладачеві значно більшу інформацію про хід засвоєння учнями матеріалу, ніж традиційні методи [2, с. 93-98].

Визнаючи за програмованим навчанням низку безперечних переваг, ми вважаємо за необхідність висловити і зауваження. Можна стверджувати, що програмоване навчання не є універсальним методом навчання з можливістю заміни ним всіх інших методів і його застосування в тій чи іншій навчальній ситуації визначається суто педагогічними міркуваннями.

Програми контролю знань. Це програмні засоби, призначені для підтримки процесів здійснення контролю рівня знань того, кого навчають, діагностики помилок, надання рекомендацій стосовно їх виправлення, оцінювання результатів повторних опитувань, коригування рівня складності запитань залежно від етапу навчання, на якому знаходиться студент [7, с. 214–221].

Найпоширенішим методом контролю за допомогою обчислювальної техніки є тестування. Тестовий контроль приваблює все більшу увагу педагогів у різних сферах універсальністю форми контролю знань, яка може застосовуватися як у вищій, так і в середній школі. Перевагу тестового контролю складає те, що він є науково-обґрунтованим методом емпіричного дослідження. На відміну від звичайних задач тестові завдання мають чітку однозначну відповідь і оцінюються стандартно на основі цінника – у найпростішому випадку оцінкою студента є сума балів за правильно виконані завдання. Правильно складені тестові завдання є стислими, чіткими і коректними, що не припускають двозначності. Самий же тест являє собою систему завдань зростаючої складності. Тестовий контроль може застосовуватися як засіб усіх видів контролю: базового (початкового), поточного (тематичного), рубіжного (залікового), підсумкового (екзаменаційного) та самоконтролю.

Найбільшого поширення в світі набули дві форми для оцінки якості засвоєння навчального матеріалу, тісно пов'язані з моделями програмованого навчання: відповіді, що конструюються для лінійної моделі Б. Скінера та вибіркова (multiple choice) форма – для розгалуженої Н.Краудера. В першому випадку студент повинен доповнити текст завдання недостаючим словом або словами, в другому – вибрати правильну відповідь з ряду запропонованих. В пропонованому наборі відповідей одна правильна, а інші помилкові. За можливістю в число неправильних відповідей включаються типові відомі з практики навчання помилки. Саме вибіркового типу відповіді на сьогоднішній день найбільш часто використовують при автоматизованому контролі, оскільки його легше реалізувати в порівнянні з іншими типами [9, с. 31-34.].

Світова практика багата досвідом розвитку, реструктуризації, реформування освітньої системи. Однак кожен випадок в тому або іншому проміжку часу, в тій або іншій країні, суспільстві є особливим.

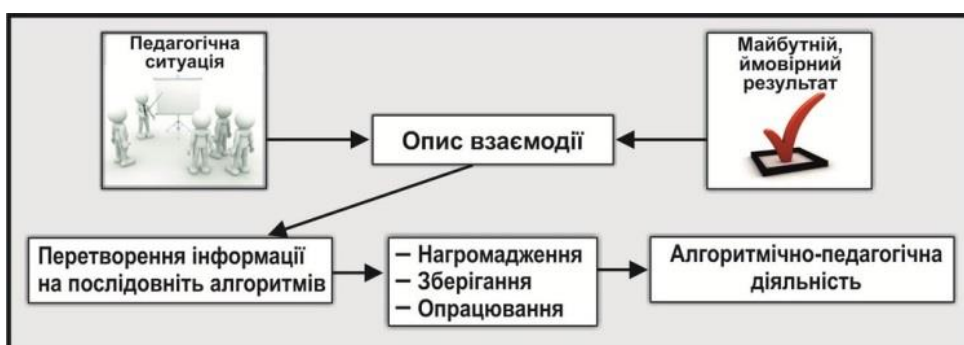


Рис.1 - Алгоритм перетворення освітніх ситуацій у інформаційну реструктуризацію діяльності фахівців

Організація такого роду системи інноваційної генерації повинна формуватися і здійснюватися на основі: безперервного розвитку інноваційного потенціалу організації; комплексного здійснення інновацій, при якому всі види інновацій тісно взаємозв'язані між собою і взаємно просувають один одного; мобілізації персоналу, максимального використання фінансових, матеріальних та інтелектуальних ресурсів для реалізації

інновації; матеріального, морального і соціального стимулювання інноваційної активності.

С. Пехарева, зазначає, що на практичному рівні основним засобом модернізаційних перетворень у освіті є інноваційна діяльність педагогічних колективів [10].

Отже другим важливим фактором процесу реструктуризації є інноваційна діяльність.

У працях Хитра О.В. інновації поділяються на наступні типи:

- Технічні інновації - це поява нових інвестиційних та споживчих виробів, нових технологій, нових матеріалів тощо.
- Організаційні інновації включають у себе новітні форми й методи організації всіх видів людської діяльності у будь-якій ланці суспільного життя: соціальній, економічній, політичній, науковій та ін.
- Економічні інновації - це практичне застосування нових економічних методів управління будь-якою ланкою суспільного життя. Економічні інновації з'являються у системі планування, фінансування, ціноутворення, оподаткування, організації заробітної плати тощо.
- Соціальні інновації - це поява нових чинників, практичне застосування яких сприятливо впливає на психологічний та фізіологічний стан людини, активізує її діяльність, в результаті чого підвищується її особиста продуктивність. Соціальні інноваційні чинники - це передусім забезпечення необхідного рівня безпеки праці, оптимізація санітарно-гігієнічних умов, високий рівень охорони здоров'я тощо.
- Екологічні інновації - це все нове, впровадження якого у виробничу практику сприятливо впливає на навколишнє середовище, сприяє збереженню природи, її флори та фауни. Прикладом екологічних інновацій може бути розробка та впровадження у практику японськими та європейськими фірмами двигуна внутрішнього згорання на водневому паливі [11].

Враховуючи досвід освітніх закладів, підприємств, організацій саме інновації забезпечують на підприємствах найбільший приріст продуктивності. Автоматизація робіт, нові інформаційні технології порівняно з використанням неавтоматизованого устаткування веде до зменшення частки оплати праці в розрахунку на одну деталь на 25-30 %, накладних витрат - більше ніж на 80 %.

Висновки. Узагальнення результатів дослідження дозволило дійти таких висновків із проблеми управління процесами реструктуризації в освітньому середовищі. З'ясовано значення сутності поняття "реструктуризація", досліджено та опрацьовано заходи щодо проведення реструктуризації. Розглянуто та узагальнено основну класифікацію видів, типів та форм проведення реструктуризації підприємств, як необхідної умови для підвищення рівня конкурентоспроможності. Запропоновано класифікацію заходів щодо проведення реструктуризації згідно з напрямом її здійснення.

Разом із знаннями економіки, майбутнім фахівцям економічного профілю необхідно освоїти прогресивні комп'ютерні технології, глибокими знаннями основних принципів природничих та суспільних наук, математичними методами моделювання, методами прийняття ефективних рішень в умовах ризику, що стимулює уяву та підказує цікаві аналогії, що і надає автоматизована система опитування.

Серед сукупності професійних знань, що необхідно формувати при підготовці фахівців економічного профілю, значне місце посідає особистісна здатність майбутнього фахівця з економічної кібернетики вирішувати певний клас професійних задач з використанням логічних міркувань, вміння проводити збір, систематизацію,

інтерпретацію та аналіз кон'юнктурної інформації, складати огляди та прогнози, виявляти суттєві зв'язки та відносини.

Складність і багатогранність функціонування сучасного суспільства як динамічного соціального організму, зростання темпів його трансформації обумовлюють гостру потребу розвитку потенціалу аналітичних здібностей задля ефективної соціальної адаптації та продуктивної самореалізації. Розвинена здатність фахівця грамотно застосовувати сприйняту інформацію ефективно відображається на самостійному творчому мисленні, розгляданні пропонуваніх ідей з різних точок зору, вірних висновків про точність і цінність інформації, що надійшла.

У сучасному суспільстві цінуються такі риси, як здібність до вирішення суперечностей, пошук неадекватних способів їх вирішення, аналіз через рефлексію результатів власної розумової діяльності та її наслідків, відкритість для нових ідей, повага до опонента, толерантність, пошук компромісу.

Пропонуємо використовувати прийоми, що сприяють активізації розумової діяльності студентів, усвідомленню матеріалу, що вивчається, вирішенню проблемних завдань, виробленню власної думки під час розв'язування творчих завдань і ситуаційних вправ за допомогою системи опитування знань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушкін Б. До теоретичних основ організації управління реструктуризацією підприємств в умовах суспільних трансформацій (Аспекти регламентації фінансово-економічної діяльності господарських формувань Економічною Конституцією України / Б.Андрушкін, Н. Кирич, О. Погайдак// *Економіка Крима*. - 2012. - №3(41).
2. Дем'яненко В. М. Методичні рекомендації з оцінювання якості електронних засобів і ресурсів у навчально-виховному процесі [Електронний ресурс] / В. М. Дем'яненко, М. П. Шишкіна // *Інформаційні технології і засоби навчання*. – 2011. – №6 (26). – Режим доступу до журналу: <http://www.journal.iitta.gov.ua>.
3. Башмаков М. И. Информационная среда обучения / М. И. Башмаков, С. Н. Поздняков, Н. А. Резник. – Пб. : СВЕТ, 1997. – 400 с.
4. Воронов А. И. Философский анализ понятия «виртуальная реальность»: дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.08 / Воронов Андрей Игоревич. – СПб., 1999. – 197 с.
5. Говорухин В. Компьютер в математическом исследовании / В. Говорухин, В. Цибулин. –М.: Питер, 2011. – 619с.
6. Маснева М. Ф. Технология организации профессиональной подготовки менеджера в условиях виртуального учебно-тренировочного центра: дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Маснева Марина Федоровна. – Тамбов, 2015. – 196 с.
7. Коротков А. М. Теоретико-методическая система подготовки учащихся к обучению в компьютерной среде: дисс. ... доктора пед. наук : 13.00.01 / Коротков Александр Михайлович. – Волгоград, 2004. – 361 с.
8. Казаков Ю.М. Педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. ... пед. наук. : 13.00.04 / Ю. М. Казаков. – Луганськ, 2007. – 20 с.
9. Santostefano S. Cognitive Controls, Metaphors and Contexts. An Approach to Cognition and Emotion // Bearson D.J., et al. (Eds.) / *Developmental Perspectives*. — 1986. — 162 p.
10. Пехарева С. В. Управління інноваційним розвитком дошкільного навчального закладу : автореф. дис ... канд. Пед. Наук
11. Хитра О.В. Менеджмент продуктивності. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0155&T=03_3&lng=1&st=0

UDC 658.788:338.439

Tregubov O., PhD, Assoc. Prof., Vasyl` Stus Donetsk National University, Vinnitsa, Ukraine
Ivanova N., PhD in state administration, Analyst Limited Liability Company "Silpo-Food", Kyiv, Ukraine

Popova Y., PhD, Assoc. Prof., State University of Information Technology and Technology, Kyiv, Ukraine

FOOD SAFETY OF UKRAINE: THEORY AND PRACTICE

Organizational and legal mechanism of state governance of food safety in Ukraine is analyzed. Basic elements are identified. The problems of formation of a single mechanism of state governance of the given field are considered. The problems of reforming land relations and the development of the agro-food complex, export and import of food products, the entry and use of genetically modified commodities and raw materials, the lack of full-fledged organizational, regulatory and regulatory regulation and mechanisms of state food safety management - point to the importance of improving the state management of food security in country. Suggestions for their improvement were made. The priority of increasing the level of development of the agro-industrial complex, at the state level, encourages the use of other tools of management such as logistics, but which cooperate with the main traditional methods and means. The existence of an effective organizational and legal mechanism of state food safety management will create conditions for the development of the agro-food complex, which include functioning of the state control system for imported goods and control over the use of genetically modified commodities and raw materials.

Key words: food safety, state governance, regulatory basis, bioengineering crops, integrated approach.

Ref. 16

Трегубов О.С., Іванова Н.Є., Попова Ю.М.

ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Проаналізовано організаційно-правовий механізм державного управління безпекою харчових продуктів в Україні. Базові елементи ідентифікуються. Розглянуто проблеми формування єдиного механізму державного управління даної галузі. Зроблено пропозиції щодо їх вдосконалення. Пріоритет підвищення рівня розвитку агропромислового комплексу на державному рівні стимулює використання інших інструментів управління, таких як логістика, але які співпрацюють з основними традиційними методами та засобами.

Ключові слова: продовольча безпека, державне управління, нормативно-правова база, біотехнологічні культури, комплексний підхід.

Трегубов А.С., Іванова Н.Е., Попова Ю.Н.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ УКРАИНЫ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Проанализированы организационно – правовые механизмы государственного управления продовольственной безопасностью в Украине. Определены основные элементы и рассмотрены наиболее проблемные участки в формировании единого механизма государственного управления данной сферой. Сделаны предложения по их усовершенствованию. Приоритетность повышения уровня развития агропромышленного комплекса, на государственном уровне, побуждает к использованию еще таких инструментариев хозяйствования, как логистика, но сотрудничающих с основными традиционными методами и средствами.

Ключевые слова: Продовольственная безопасность, государственное управление; нормативно-правовая база; биотехнологические культуры; комплексный подход.

Problem statement and its connection with important scientific or practical tasks.

Development of Ukraine as the state and creation of new mechanisms for creation of the state requires improvement of methods and principles of governance. State orientation to new standards and forms of cooperation in the context of active European integration, and at the same time, in terms of social and economic crisis, need more drastic and effective changes. The need to identify key elements and components, conditions of implementation of state governance mechanisms in the field of food safety is determined by the complexity of the existing factors.

Food safety is one of the urgent problems of improvement of living standards and social protection of the population and it takes one of the most important places among the present problems of humanity. The range of the problems relating to provision of people with food of required quantity and quality, and forms the essence of the state food policy. Problems of reforming of land relations and development of agricultural and food sector, export and import of food products, supply and use of genetically modified products and raw materials, lack of proper institutional, regulatory and legal mechanisms of governance of food safety point to the importance of improvement of the state governance of food safety in the country.

Analysis of existing governing mechanisms reveals a number of disadvantages and problems that need improvement. And experience of other countries helps to identify and focus on more important areas of work related to the formation of competent level of state governance in the field of food safety of contemporary society.

The issues of identifying basic directions, namely, so-called components aimed at improving organizational and legal mechanism of state governance in food safety in Ukraine, are quite urgent. The importance of this issue is caused by the necessity to create an effective step-by-step mechanism for improving the food safety of the country just at the state level.

Analysis of recent research and publications on the problem under consideration.

Analysis of scientific publications concerning food safety shows that the main works of domestic scientists form views on improving economic and political governing mechanisms. Significant attention is paid to the identifying food safety in the system of ensuring economic security of Ukraine. Most of the works of domestic and foreign scientists indicate the importance of the problem of food safety from the standpoint of ensuring agricultural and food policy and regional security. In particular the works of A. A. Babenko, O. V. Berezin, V. I. Vlasov, A. I. Goychuk, V. A. Ilyashenko, V. P. Roikovskiy, P. T. Sabluk, E. G. Sergunin, A. V. Shubravskaya, V. P. Shcherban [1-16] and others should be mentioned.

However, despite the wide range of studies, there are a lot of unsolved problems concerning the improvement of organizational and legal mechanism of state governance food safety in Ukraine, which requires evaluation of the level of social security of food safety, analysis of regulatory and legal mechanisms, features of the state governance of genetically modified products etc.

Identification of certain issues that are not resolved in the chosen problem for research. Study of food safety problems in the context of state governing and ensuring its sufficient level in the current economic conditions cannot be considered exhaustive, because of the need for constant adjustment, improvement and adaptation to modern conditions.

Many different scientists and authors describe in their works economic aspects of the problems of food safety, food supply of regions, state regulation of agricultural complex. But there are no integrated studies of the problems of state governance of the safety and development considering this sector as a complex mechanism of state governance, namely, organizational and legal mechanism [15].

Formulating the goals of the article. The objective of the study is to review and to identify basic components and to form an integrated approach for improvement of organizational and legal mechanism of state governance of food safety.

An outline of the main material of the article with the justification of the scientific results obtained. The given stage of state development of food safety takes a significant place in the process of social and economic development of the nation. Conditions are created and mechanisms to oppose the economic threats, development of renewable processes in agriculture as a production base and increase of self-sufficiency of regions with food are formed in the system of food safety [6]. These aspects point to the increase of importance and urgency of the safety both at the state and the government level. When considering the problem of food safety, it should be noted that it is an important component of national security of Ukraine, namely, economic and environmental safety. High competition in the market is the main criterion of effective government policy in improving quality and ecological compatibility of consumer products. Implementation of these directions not only meets the needs and requirements of domestic consumers but also creates competitiveness in the foreign markets.

It is necessary to create an integrated approach to the improvement of organizational and legal mechanism of state governance. All components of the approach should be interrelated and interdependent; they should correspond to each other and to be consistent in time and space. Modernization of various sectors of state activity must work as a system, including various components (innovations, investments, institutions, infrastructure) and, as a result, favour the growth of food safety level.

Urgent problems, which are intensified by orientation of Ukraine to Europe, should be considered as strategic directions of integrated approach. As consequence, there is a need to ensure that both quality and level of food safety meet the global and domestic requirements.

One of the important phases of governance is identifying the current state, i.e. the state of development of the state governing mechanism. The results of the analysis of the system involving the study of the strengths and weaknesses of its activity can give the answer to this question. Analysis of the current situation of our country and identification of the ways of improving the state governing mechanism are the basis for determining structural components of the integrated approach.

An integrated approach is formed according to the blocks and lines of action. They reflect the main problems and ways of improvement of organizational and legal mechanism of state governance of food safety in our country. These integrated components are the stimuli for development of key directions of actions requiring the phased consideration.

The first block in the formation of the integrated state approach is reorganization in the system of Executive bodies and creation of the full-fledged authority, whose main task will become the development and implementation of the system of governance of food security of our country.

On the basis of the existing structure of public authorities, the introduction of several changes is proposed.

At present, the Central Executive body (Ministry) in the food supply system is the Ministry of agrarian policy and food of Ukraine.

Among the sub-legal acts those acts, which determine the legal status and competence of state regulation bodies in the field of food safety are separately picked out. First of all, we must mention here the Decree of the President of Ukraine "On the Ministry of agricultural policy and food of Ukraine".

According to the Regulations approved by the Decree, the Ministry of agricultural policy and food of Ukraine is the Central Executive body, whose work is directed and coordinated by

the Cabinet of Ministers of Ukraine. Ministry of agricultural policy of Ukraine is the main body in the system of Central bodies of Executive power in forming and ensuring implementation of the state agricultural policy, as well as in the field of agriculture and food safety of the state.

In our opinion, the field of food supply in the activities of the body is only determined in the objectives; implementation of food policy is not included in the scope of activities and powers. But, at the same time, creation of the additional central body would be irrational and economically inefficient.

To optimize the system of Central Executive bodies, to eliminate duplication of their powers, to ensure the reduction of administrative machine and cost for its maintenance, improvement of the efficiency of state governance, it is proposed to reorganize the Ministry of agricultural policy and supply of Ukraine into the Ministry of agricultural policy and food safety of Ukraine.

The enlargement of the functions of the authority in the system of Central bodies of Executive power is caused by the fact that just the activity of this body and its area of responsibility are directly related to the formation of food safety of the state. It is the authority, which is the most competent in the problems of the given policy.

Renewed Ministry receives additional direct responsibilities for food safety, namely:

carrying out the unified state policy in the field of food safety;

organizing of monitoring the state of food safety and control over the implementation of measures for its supply; taking measures to achieve and maintain the threshold values for food safety according to the main types of agricultural and fishery products and food;

taking responsibility for development and adoption of normative and legal acts on the problems of food safety;

implementing the established order of actions in case of emergency;

coordinating activities of Executive bodies in the field of ensuring food safety.

Creation of Executive body on the basis of the existing system of government should become the next step in the improvement of organizational and legal mechanism of state governance. In our opinion, this body will become the tool of the government structure, which can control the policy of food safety.

New Executive body will be responsible for monitoring the implementation of the state policy in the field of food safety.

State inspection of food safety of Ukraine should become a new Executive body. It should be created additionally and be a part of the Ministry of agricultural policy. This body should be a separate structure. It is caused by the fact that it will monitor the implementation of the state policy in the field of food safety.

Taking into account the fact that most of the functions of the Central Executive body are considered to be control and supervision over the compliance of state bodies and local self-government, their officials, legal entities and individuals of legislative act, the Central body of Executive power is formed just as an inspectorate [14].

Tasks and powers of this body do not overlap with already existing bodies of Executive power in the structure of the Ministry of agricultural policy. As it has already been noted in this paper, none of the bodies has powers and tasks of the direct food safety of the country, although their activities have an influence on food safety of the country. The main proposals in the regulation on State inspection of food safety of Ukraine are given in Annex E.

State inspection on food safety of Ukraine should work in a single system under the leadership of the Minister in the structure of the Ministry of agricultural policy, because this Ministry is given responsibility and authority regarding the policy of food safety of Ukraine in general.

Inspectorate interacts and supervises activities of other Executive bodies in the field of food safety in the structure of the Ministry, as they also have an impact and contribute to the creation and development of food safety.

Central Executive bodies interact at the horizontal level to each other. As they exist in the structure of the same Ministry, they supplement the work and sphere of each other.

The next block in the integrated state approach to the improvement of organizational and legal mechanism of state governance of food safety after the reorganization of the authorities is to improve normative legal support of food safety.

It is the matter of creating a complete, single and integrated normative legal document and improving the existing normative legal basis.

The attempts in creating a unified law in the field of food safety were made more than once in the country. The adoption of the given law did not take place because of the number of faults and the own views of the competent authorities. The main arguments are considered to be the following: a significant number of faults in the submitted bills, unnecessary of this document, and reasonability of implementing the “Unified integrated strategy for the development of agriculture and rural territories for the years 2015-2020”.

In the developed countries effective national food safety strategy is introduced, the laws are adopted. The U.S. Congress passed such law in 1985, having brought the problem of food safety to the major strategic tasks of economic and social policy of the country. In accordance with the law and additional regulations, the subsidies to farmers were increased, some protective measures for domestic manufacturers were determined, the program of export promotion was proposed, and the high degree of autonomy and preservation of arable lands were provided. Similar laws were adopted by other developed countries.

The main argument for adoption of the given bill in our country is the fact of the poor security of the Ukrainian food market. The state, in our opinion, does not impact the market enough. Specific mechanisms to ensure stability in the food market are needed. First of all, market demonopolization, the revival of consumer cooperation and more active work of state and private companies are important. Therefore, it is necessary to adopt Law on food safety.

But it must be emphasized that the Law should not oppose to the already existing strategy of agricultural development for the years 2015-2020. The strategy must be one of the basic parts of the Law; it will increase its action. This Law should describe responsibilities of each branch of government, at different levels of the state structure. It establishes responsibility of each body. The Law should be applied to the industry, ensuring production of agricultural and fishery products, their laying-out, storage, processing and selling; it should be also applied to agricultural science and education, solution of food and social problems.

Making the full-fledged Law “On food safety”, the reorganization in the system of public authorities, namely the Ministry of agricultural policy and food of Ukraine and establishment of the state inspectorate of food safety are the primary steps in formation of full-fledged organizational and legal mechanism of state governance of food safety.

The given problems are very urgent for any country. Focusing on improvement and increase of the level of food supply is a necessary requirement for modern level of living conditions. And that is the state that should create the fundamental basis for further development.

The next step in creating the integrated state approach to ensuring food safety should be the streamlining the problems of biosafety of Ukraine. Improving the quality and quantity of laboratories, creation of information database of products and manufacturers to track the movement of goods and raw materials containing GMO are the main directions of the work.

In most cases it is practically impossible to prevent the bringing both products and goods containing GMO to the country, so it is necessary to establish an efficient control system for maximum minimization of these organisms supply in the state.

When forming the integrated approach to the food safety, it is also necessary to consider the system of control over genetically modified organisms, namely:

inclusion of the authorized body of power: responsibility for control system use, development and testing the products and raw materials containing GMO; transparency of policy and prevention of faults appearance in the system of biological safety;

introduction of the corresponding system of control and accounting of the use of GMO at the state level at every stage: cultivation, harvesting, storage, transportation, processing, etc., both imported and domestic products;

increase of existing quantity and quality of laboratories work for determination of the content of GM organisms in the products or raw materials;

creation of the database of products and manufacturers using GMO.

In our view, just these stages and their full implementation will be able to improve the system of state regulation of biotechnology and the mechanism of state governance of food safety.

Genetically modified organisms have a significant influence on the level of food safety. Although there is a control and a number of legal documents to regulate this problem in our country, but it is still necessary to consolidate the duties and responsibilities in this course of action. Of course, it should be noted that the problem of ban on use of genetically modified organisms is very important for our country; it is an integral part of the total food supply of any state. Therefore, we believe it is proper to consider the given problem to be in the system of food safety. Today in Ukraine there isn't officially any strain of GMO, in accordance with existing regulations there should not be any product or raw material containing these organisms in our country. But as you know, the situation has much the worst result. Such products are not only freely available for population; some types of genetically modified plants have been grown on the territory of our state for a long time.

In our opinion, it is caused by the poor quality control system and poor funding the existing services to identify GMO in the country.

By the reason of lack of funds and lack of adequate state control system over GMO content in products in our country, laboratories do not check manufacturers on the subject of presence of biotech crops in the product. Checking is carried out at the expense of manufacturers, on their own free will. In most cases, such checks are done before selling products to the countries of the EU. Both the economy of the state and health of the population suffer from the use of low quality of goods and raw materials, the imperfection of the system of control of GMO content due to the large number of gaps in the existing regulatory system, lack of responsibility and presence of corruption schemes. It is necessary to increase financial support on the side of the state, bringing to an appropriate level of monitoring and improving the level of specialists training. As for the introduction of the corresponding system of control and accounting of GMO use at the state level at every stage: cultivation, harvesting, storage, transportation, processing, etc., for both domestic and imported goods, this experience exists in many countries of the world. So, Europe obliged all organizations using transgenic crops in their activities and relating to their production or use, to have and keep the related documentation for at least 5 years.

It should be noted that it is a very important experience, which must be introduced in our country, because just this information, if necessary, helps to monitor the ways of distribution of transgenic crops and their movement. However, we believe that not only tracking is

necessary at all stages: cultivation, harvest, storage, transportation, processing, etc., but also sharing this information with other states on the principle of information database. This base in our country should have full information about the product, raw materials, manufacturers, areas of cultivation and use, ways of using and moving the biotech crops. It is necessary to control the spread of GMO. It is just the control system not only within its own borders, but also other states, that will allow you to exchange necessary information. And although the system itself is not able to stop the penetration of GMO in the country, it will become an additional key factor of the state control system in prevention and informational support. The information base is quite relevant solution to improve the system of GMO use control, but this requires the approval of the state standards.

Our country needs not only implementation but also an effective system for monitoring the import, movement and production of GM products on the territory of our country. Taking into account the foreign experience, hard limit regarding the manufacture, import and labeling is more correct and acceptable position on genetically modified food raw materials and products of its processing [7]. Only through such tactics it will be possible to regulate completely and control over the movement of GM raw materials and goods in order to avoid possible negative effects of GMO use by present and future generations. The proposed methods help to implement consumer rights regarding free access to information about the state of the environment, food quality and right to information dissemination and, what is most importantly, help to lead the Ukrainian legislation to the regulations of the European Union.

It is the definition of mechanisms of state regulation on the use of GMO in the country, connected with the need for determining the impact of biotechnology on food safety of Ukraine that is an important issue, because solving the problem of food safety in our country is impossible without quality assurance and safety of food. Food safety must satisfy not only physiological needs of the population in food, but also create conditions to meet the needs for safe and healthy food. This product must comply with medical recommendations, the needs for full-fledged nutrition and individual state of the person. To solve these issues and problems it is necessary to create the system of safety that allows to avoid the risk of getting poor quality products using biotech crops. For proper use and operation of existing state laws and establishment of the work in this field of food safety it is necessary to take more decisive actions.

Next, and rather important part, are the issues of development of agricultural sector. As it is known, this sector of economy has undergone a significant decline. The complete modernization of the industry is required. But due to financial difficulties and lack of interest, both from the state and government, it is quite impossible to implement.

Having studied the practice and experience of other countries and having analyzed their results, we come to the conclusion that our country needs a fundamentally new approach to the creation and reorganization of socially important spheres of activity. First of all, new approach to establishing interaction and cooperation of private and public partnerships on the basis of existing public support tools is needed. Namely, in our view, creation and development of state program in the field of agriculture is important and promising. Therefore, the introduction of fundamentally new approaches to establishing the constructive relationship with business may be the prospect in the solution of the given problems. Public and private partnership (hereinafter PPP) is one of the ways for such cooperation directed to financing, development, implementation, and operation of facilities and infrastructure services, which were traditionally provided by the public sector.

Public and private partnership is such mechanism for successful involvement of private enterprises (business) in the state projects, the purpose of which is to achieve public welfare

[8]. In other words, it is the agreement on mutual benefits; each such agreement is temporary, since it is created for a specified period for completion of any project and it finishes immediately after its implementation. It should be noted that the state still remains the dominant party in this Alliance, shifting main risks, and consequently, the profit on the shoulders of the business sector. At the same time, it leaves the objects in the public property. In such kind of partnership the merger of resources of two economic entities, namely the property of the state and its potential, and the principles of governing and investing business representatives takes place. However, the most important factor is the existence of common interest of both partners.

Therefore, the main key elements in the development of food safety, in our opinion, should be creation and development of public and private partnership just in the field of agricultural sector. It should be noted that this program should be integrated with the existing and current national economic, social and environmental strategies and programs. Like in developed countries, PPP may be an effective and promising tool for economic and social development in Ukraine, both at the regional and local level. In particular, PPP is a means of raising funds for projects in which the state is trying, on the one hand, to keep control over important resources, and from the other hand, to establish cooperation with investors. As a rule, during such cooperation among the government and business entities the best results achieved, as well as public resources and invested money are used more efficient [8].

For development and full involvement of the state program of introduction of PPP in the agricultural sector, the following requirements should be considered as the main ones:

- parties of the partnership should be represented by both public and private sector;
- relationship of the PPP parties must be legally registered;
- they should be the partner, that means they should be equal;
- the partners must be agreed upon the objectives that enable to carry out the interests of each of the partners;
- the PPP parties must pool their resources (financial, labor, information) to achieve the agreed goals;
- parties of the partnership must allocate the costs and risks among themselves, participate in the use of the received results.

This activity is a new kind of activity for our state. In our country there is no experience of use of such associations in the agricultural sector, so, it is difficult to predict the speed and effectiveness at the primary stages. But relying on international experience, it should be noted that public and private partnership makes it possible to reconcile and ensure equal rights of the state and the business in the process of implementing social and economic projects, which are aimed, in our case, at achieving the goals of state governance within the program of agricultural sector development and, consequently, improvement of food safety in the country.

When implementing PPP in the activities of our economies, specific division of responsibility among the partners should be formed. We believe that each partner contributes to the overall project.

As foreign experience shows, the business can provide financial resources, professional experience, effective management, flexibility and efficiency in decision-making, abilities to innovate.

At the same time, more effective working methods are introduced, equipment and technology are improved, new forms of production organization are arisen, new enterprises are founded, and efficient relations with suppliers and contractors are established [4].

The government must provide responsibilities of the owner, possibility of granting tax concessions and other benefits, guarantees, and also allocate subsidized loans. When being a

part of PPP, the state will be able to fulfill its basic functions, namely control, regulation, compliance with public interests.

In our view, the following is important for policy concerning PPP:

to be transparent in the issues of property, taxation and when dealing with the conflict of interest;

to have an accurate mechanism of accountability of the parties in case of any risks;

to establish the authorized state body for monitoring PPP projects, which deal with the issue of partnership among public and private sectors;

to create economic and financial institutions for investing and guaranteeing an appropriate use of private investments;

to establish work of organizations, which will be responsible for the project appraisal and consulting;

both the private and the public sectors should be interested in elimination of corruption units;

to create independent organizations (public) for monitoring the effectiveness and transparency of the created projects.

It should also be noted that the implementation of the strategy for increasing the level of food safety at the expense of introduction of PPP is not possible without information, marketing and financial support.

The main ways of solving the problem of financing activities provided by the integrated approach, should become a mutual investment of resources for implementation of the planned projects from both the private sector and the state. State financial support at the expense of budget funds for lending to farming and private economies, private enterprises support is the investment of own financial resources or implementation of schemes of cooperation of investors with agricultural companies.

The use of marketing in the food safety system should be the next step in the improvement of organizational and legal mechanism of state governing. Information support for implementation of PPP idea in the activity of the agricultural sector is integrated with marketing.

Development of marketing program makes it possible to predict the turnover, to examine the needs of the consumer market, to study the reaction of the population to domestically produced goods and their competitiveness. The use of marketing research will determine what products will be in demand; pricing will satisfy a potential consumer.

Achieving such modernization of agricultural sector and solving the food safety problems is impossible without the use of advanced technologies, development of farms, the most complete harvesting, preservation and processing of crops, transition to new methods of management, creation of effective system of staff training and retraining [9]. The strategy aimed at creating an effective system of agricultural business, which would include, as it has already been noted, private farms, corporate agricultural enterprises and new forms of interaction of public and private partnerships should be developed and implemented. The importance of agricultural sector and food industry is applying advanced foreign technologies; in this case it is the use of new forms of marketing.

Equally important in the formation of food safety is not only understanding the needs for the product, but also the opportunity to meet them. To solve these tasks it is possible by means of the use of innovative areas of marketing, which are used in other countries.

One of the key objectives of marketing support of implementation of PPP should be the promotion of domestic production, namely work with the public, aimed at the support of qualitative products and goods of domestic production.

Today it is impossible to imagine any economic activities without marketing support. Practical marketing funds enable better adaptation of production to market conditions, particularly to the requirements of consumers, and in a broad sense they are capable to form rational needs [3, p.141].

However, the most efficient use of marketing is possible by the integrated approach that includes market research and prediction, development of methods of influence on the market, definition of the effective price policy, information system, development of marketing plan.

The priority of the increase of the level of development of agricultural sector at the state level encourages the use of such tools of management as logistics, but if they cooperate with the main traditional methods and means.

The use of logistics in agricultural sector is the introduction of logistics terms and methods in the mentioned area. These are new horizons both at the level of agricultural sector, and at the state level. Such practice already exists in other countries and gains development at the expense of efficiency and prospects. Realities of modern business require constant dynamic movement to improvement; they require implementation of new approaches, technologies and solutions for retention at the market.

It is the application of logistics tools that allows to reduce production costs, to increase productivity, to improve customer servicing, and, therefore, to obtain significant specific advantages in the domestic and foreign markets. It is necessary for agricultural sector, which has a strong export potential and ways for improvement [12].

If we consider the use of logistic approach at the macro level, including producers, storage facilities, processing plants and consumers, that combine the volume of expenditures of the enterprise in a single system, it allows to obtain positive results for each element of the system. In addition, development of the logistics system and global scale is imperative because, according to experts, it is the weak development of the logistics system at the state level that brought to the loss of significant part of the profit when storing and transporting the crops [11, p. 65].

Therefore, it is necessary not only to ensure production, but also to take care of the storage and network of marketing for the efficiency of agriculture; therefore, the attention is focused on the development of logistics in agricultural sector. Effective control over the material flows should be considered as essential condition for development of agriculture as one of the main budget-forming branches of economy of Ukraine [13].

In modern conditions of economy development there is a need for the enterprise to achieve market stability and to strengthen its position among competitors. The solution of this problem is connected with the formation of own market strategy, carrying out the continuous marketing research, monitoring micro and macro environment of the firm and development of certain behavior that will give the opportunity to develop and explore new market segments. The rational enterprise, which means successfully organized in time and space commercial activity that provides the appropriate mechanism and technology of development, is important for the enterprise. Therefore, the agricultural sector can be considered as logistics system, because in the broad sense, logistics covers all processes ensuring planning, regulation, management and control [12].

Thus, the proposed integrated state approach to improvement of the level of food safety at the expense of PPP introduction and marketing in agricultural sector is aimed at improving food safety, revival and development of agriculture through adequate funding and the latest technologies and control systems. It also helps domestic production to become more competitive and qualitative due to greater control from different sides. All this will help the

state to move to a new, more productive level of cooperation with other countries and will provide an opportunity to restore its image on the world stage.

So, all proposed components of the integrated approach are responsible for formation and operation of the full-fledged organizational and legal mechanism of state governance of food safety. It is the individual blocks and their basic elements that are aimed at the gradual establishment of the proper state policy. Formation, development and improvement of components of the state mechanism of management demonstrate the rationality and expediency of functioning of such organizational forms of the integrated approach.

Conclusions and prospects for further research. Proposed components for improvement of organizational and legal mechanism of state governance of food security are the directions of forming and raising the level of food safety.

The system of food safety of the country is a component of national security, which must be complete and dynamic in its development. Due to constant changes, both in the global and state economy, due to political and national realities of the country, environmental pressures and anthropogenic problems the food safety system must react quickly and adapt to creation of the most favorable living conditions for the citizens.

Summing up the written above, it should be noted that the integrated and systematic implementation of all the above mentioned organizational and legal measures will improve the efficiency of state regulation of relations in the field of food safety of our state, and, as a consequence, providing Ukrainian population with qualitative and safe food at the level necessary for normal living. It will also enable the agricultural sector to respond adequately to the situation on the food market, to improve the competitiveness of agricultural products of national producers and to realize the export potential of agriculture of Ukraine.

The proposed approach for improving organizational and legal mechanism of state governing the food safety of our country is aimed at improving and increasing the level of overall food safety. In our view, it is reorganization in public system and key areas of public policy that is a significant step in consolidation of further development and effective functioning of state governing.

So, the proposed elements and creation of the integrated approach to improvement of organizational and legal mechanism of state governance have the right to existence and development in the formation of an adequate level of development of the country's food safety.

REFERENCES

1. Babenko A.A. Ensuring food security of Ukraine in the conditions of reforming and regulating the agrarian sector of the economy 2005 roku: avtoref. dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. ekonom. nauk : spec. 08.07.02 «Ekonomika sil'skogo gospodarstva i APK» / A.A. Babenko; Lugan. nac. agrar. un-t. – Lugans'k, 2005. – p. 24.
2. Berezin O.V. Organizational and Economic Mechanism for the Formation and Development of the Ukrainian Food Market: avtoref. dys. na zdobuttja nauk. stupenja d-ra ekonom. nauk : spec. 08.07.02 «Ekonomika sil'skogo gospodarstva i APK» / O.V. Berezin; Int agrar. ekonomiky UAAN, – K., 2006. – p. 35.
3. Bojko Je. O. Public-private partnership - promising realities for Ukraine / Je.O. Bojko // Ekonomichnyj prostir. - 2012.- #63.- S. 65-72.
4. Vlasov V.I. Estimation of food consumption in Ukraine / V.I. Vlasov, G.V. Tkach, B.V. Duhnyckyj // Ekonomika APK. – 2008. - № 10. – pp. 3-7.

5. Gojchuk O. I. Food Security: Theory, Methodology, Problems: dys. na zdobuttja nauk. stupenja d-ra ekon. nauk : spec. 08.07.02 «Ekonomika sil's'kogo gospodarstva i APK» / O. I. Gojchuk; Kabinet Ministriv Ukrainy, Nac. agrar. un-t. – K., 2004. – 432 ark. : tabl.
6. Ghojchuk O. I. Food Safety: monograph/ O. I. Ghojchuk. – Zhytomyr: Polissja, 2004. – 347 p
7. Ghrybko O. V. World experience in regulating the circulation of new types of food products / O.V. Ghrybko // Derzhavne budivnytvo: Elektronne naukove fakhove vydannja Kharkivskogho rehionaljnogho instytutu derzhavnogho upravlinnja Nacionalnoji akademiji derzhavnogho upravlinnja pry Prezydentovi Ukrainy #1 2009.- Rezhym dostupu:<http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/5/05.pdf>
8. Dutko N.Gh. European experience of public-private partnership / N.Gh. Dutko // Visnyk akademiji derzhavnogho upravlinnja. – 2010. – № 1. – p. 30–36.
9. Zvjaginceva O.B. Agromarketing as the basis for effective marketing of food products // Ekonomika APK, 2010, №12.
10. Il'jashenko V. A. State regulation of food supply of the region: avtoref. dys. na zdobuttja nauk. stupenja d-ra n. derzh. upr.: spec. 25.00.02 «Mehanizmy derzhavnogho upravlinnja» / V. A. Il'jashenko; Klasych. pryvat. un-t. – Zaporizhzhja, 2008. – 40 p.
11. Kobzeva K.V. Theoretical substantiation of the formation of logistics as a science // Ekonomika, Menedzhment, Pidpryjemnytvo. Zbirnyk nau-kovyh prac' // Lugans'k: SNU im. V. Dalja, 2007. – №18. – p. 61-66.
12. Kornijec'kyj O. V. The value of logistics for the agro-industrial complex / O. V. Kornijec'kyj // Efektyvna ekonomika. – 2015. - №8 [Elektronnyj resurs] / Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4240>.
13. Mojsa M.Ja. Organizational and economic factors of increasing the efficiency of agrarian enterprises / M.Ja. Mojsa, Je.V. Golubkov // Ekonomika APK №1. –2010. – p. 86-93.
14. About central executive authorities [Elektronnyj resurs]: zakon Ukrainy vid 17.03.2011r. №38 st.17 Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3166-vi>.
15. Rulykivs'kyj V. P. State administration in the field of food security of Ukraine: dys. na zdobuttja nauk. stupenja kand. nauk z derzh. upr. : spec. 25.00.02 «Mehanizmy derzhavnogho upravlinnja» / V.P. Rulykivs'kyj; Nac. akad. derzh. upr. pry Prezydentovi Ukrainy. – K., 2010. – 209 p.
16. Sabluk P. T. Agrarian component in economic reforms in Ukraine / P. T. Sabluk // Ukraini na porozi XXI stolittja: Uroky reform ta strategija rozvytku: Materialy

УДК 330.3

Кліменкова О.В., старший викладач кафедри менеджменту та поведінкової економіки
Донецького національного університету імені Василя Стуса

ІНВЕСТУВАННЯ У РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ

Статтю присвячено визначенню особливостей планування та управління інвестиціями у людський капітал в сфері освіти та обґрунтуванню напрямів та моделей трансформації. Запропоновано приклад механізму розподілу коштів загального фонду державного бюджету між ВНЗ.

Ключові слова: людський капітал, використання інвестицій, фонд державного бюджету, підготовка фахівців, ефективність планування, вищі навчальні заклади, людські ресурси.

Літ. 5

Клименкова О.В.

ИНВЕСТИРОВАНИЕ В РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА

Статья посвящена определению особенностей планирования и управления инвестициями в человеческий капитал в сфере образования и обоснованию направлений и моделей трансформации. Предложен пример механизма распределения средств общего фонда государственного бюджета между ВУЗами.

Ключевые слова: человеческий капитал, использование инвестиций, фонд государственного бюджета, подготовка специалистов, эффективность планирования, высшие учебные заведения, человеческие ресурсы.

Klimenkova O.

THE INVESTMENT IN HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT AS THE MECHANISM OF LABOR MARKET REGULATION

The article is devoted to the features' definition of planning and investment management into human capital in the sphere of education and the justification of trends and models of transformation. An example of a mechanism for money allocating from the general fund of the state budget between higher education institutions is proposed.

Key words: human capital, use of investment, the state budget fund, training of specialists, planning efficiency, higher education institutes, human resources.

Постановка проблеми. Проблема ефективності державного регулювання інвестицій у людський капітал зв'язана насамперед з оцінюванням результатів - об'єктивних факторів управління. На сучасному етапі розвитку економіки характерно інвестування у підготовку фахівців, які не є затребуваними на сучасному ринку праці і навпаки. Функціонування державних ВНЗ України, що здійснюють підготовку кадрів за всіма напрямками діяльності суспільства, суттєво залежить від інвестицій з державного бюджету. Отже, вивчення питань ефективного використання інвестицій сили людських ресурсів, що реалізується у формі людського капіталу є вкрай важливим та посідає чільне місце серед пріоритетних напрямів дослідження в економічній та гуманітарній сферах. Тому актуальною є потреба розробки ефективних механізмів інвестування у людські ресурси за напрямками підготовки висококваліфікованих фахівців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль людських ресурсів у формуванні

економіки висвітлено у зарубіжних дослідженнях Дж.Мінцера, Л.Хансена, М.Блауга, Р.Лейарда, Дж.Псахаропулоса, Ф.Уелча, Б.Чізвіка, Дж.Р.Уолш, Ф.Нойманна, Д.Бегга, С.Фішера, П.Хейне. Проблеми управління людськими ресурсами у контексті забезпечення інноваційного розвитку досліджували Г. Автономов, С. А. Дятлов, О. П. Корольов, М. Белоусенко, В. І. Штефан. Українські фахівці А.І.Амоша, В.П.Антонюк, О.А.Грیشнова, А.М.Колот, Є.М.Лібанова, Л.В.Шаульська, М.І.Хромов досліджували людський капітал як функціонуючу й зростаючу цінність, імперативи стратегічного розвитку людських ресурсів, можливості та шляхи його накопичення на рівні держави, регіону, індивідів.

Виділення невирішеної проблеми. Питання ефективності державного планування та управління інвестиціями у людський капітал у сфері освіти має потребу об'єктивного і формального обґрунтування вкладення коштів загального фонду державного бюджету, що інвестуються у людські ресурси у сфері освіти.

Мета статті - проаналізувати та запропонувати модель розподілу коштів загального фонду державного бюджету між ВНЗ, що розглядається як механізм ефективного планування інвестування у людський капітал.

Результати дослідження. Розглянемо питання ефективності державного управління інвестиціями. Одним з показників економічної ефективності людського капіталу є рівень інтелектуальності виробництва (або кваліфікаційної ємності виробництва). Він обчислюється як відношення фонду освіти (інтелектуального капіталу) до валового національного продукту й показує скільки грошових одиниць, акумульованих в освітньому фонді, доводиться на кожну вартісну одиницю зробленої продукції:

$$PI = FO : ВВП, \quad (1)$$

де ВВП - валовий національний продукт;

FO - грошова оцінка загального фонду освіти.

Однак, враховуючи, що до складу людського капіталу входять і інші показники, розраховувати ефективність інвестицій у них треба використовуючи в чисельнику суму вкладень у кожний з них. За такий показник можна прийняти також індекс фінансування людського розвитку (0,577), тоді в знаменнику використаємо загальний ІРПП по країні (0,743). Таким чином, ефективність від інвестування в розвиток людського капіталу на державному рівні в 2016 р. склала 0,777 або на 1,29% не виправдала себе.

Проблема ефективності державного регулювання інвестицій у людські ресурси зв'язана насамперед з оцінюванням результатів - об'єктивних факторів управління. Дослідники виділяють три аспекти визначення ефективності управління:

- виявлення того, чи дійсно ми маємо справу з позитивним результатом управління, а не із проявом саморегулятивного механізму керованих об'єктів;

- пошук джерела результативності управління (професіоналізм і талант керівників, якість правових документів);

- установлення взаємозалежності, співвідносності між цілями, завданнями, поданнями й моделями, закладеними в управлінських рішеннях, і реально отриманими результатами управління.

Критеріями ефективності діяльності державного регулювання інвестицій у людський капітал пропонується вважати:

- цілеспрямованість (доцільність) функціонування державного регулювання інвестицій у людський капітал;

- складність організації державного регулювання;

- загальні - економічні, соціальні, технічні, кадрові й інші витрати на зміст і функціонування державного регулювання;
- ступінь відповідності напрямків, змісту, якості результатів управлінської діяльності органів і посадових осіб тим її параметрам, які визначені в правовому статусі закладу, установи, державної посади (кожний відповідає за свою справу);
- законність рішень і дій державних органів і органів місцевого самоврядування;
- відповідність змісту управлінських актів запитам і потребам людей;
- характер і масштаб взаємозв'язків органів державного управління, їхньої діяльності;
- ступінь забезпеченості в рішеннях і діях управлінського органа або посадової особи державного апарату;
- правдивість і доцільність управлінської інформації;
- моральний стан органа управління і його вплив на суспільство.

Розглянемо питання ефективності державного управління інвестиціями у людський капітал у сфері освіти.

Безумовно, показник, що обчислюється за формулою (1) дає загальне уявлення про економічну ефективність людського капіталу країни. Але питання ефективності регіонального інвестування, або інвестування на рівні вищих навчальних закладів (ВНЗ) у людські ресурси залишається відкритим.

Для сьогодення характерно інвестування у підготовку фахівців, які не є затребуваними на сучасному ринку праці і навпаки. Функціонування державних ВНЗ України, що здійснюють підготовку кадрів за всіма напрямками діяльності суспільства, суттєво залежить від інвестицій з державного бюджету. І хоча ВНЗ мають можливість залучати інвестиції з інших джерел фінансування, їхня частка не може покрити витрати на підготовку фахівців відповідної кваліфікації. Тому актуальною є потреба розробки ефективних механізмів інвестування у людський капітал за напрямками підготовки висококваліфікованих фахівців для ринку праці у вигляді трудових ресурсів.

Сучасні концепції менеджменту, що засновані на використанні новітніх інформаційних технологій і систем та економіко-математичному моделюванні, дозволяють розробляти і впроваджувати ефективні механізми галузевого і персоналізованого (на рівні ВНЗ) інвестування у людські ресурси.

Представимо приклад механізму розподілу коштів загального фонду державного бюджету між ВНЗ, що розглядається як механізм ефективного планування інвестування у людські ресурси. Оскільки будь-який ВНЗ знаходиться у тому чи іншому регіоні, запропонований механізм можливо розглядати, як ефективний механізм інвестування у людський потенціал регіону.

Нехай $\{P_i\}_{i=1}^N$ - множина вищих навчальних закладів, що здійснює підготовку фахівців для господарства країни (N – кількість ВНЗ).

Дію механізму будемо розглядати відносно періоду t , що має вимір у минулому і в майбутньому.

Оцінюванню підлягає ефективність інвестування у людські ресурси у період $(t - 1)$, а планування – на період t . Період t може розглядатися як календарний або навчальний рік.

Для P_i – го ВНЗ у $(t - 1)$ періоді встановлено загальний ліцензований обсяг набору студентів $L_i(t - 1)$. Позначимо кількість випускників ВНЗ, що отримали дипломи спеціалістів і магістрів у періоді

$(t - 1)$ і працевлаштувались за спеціальністю відповідного освітньо-

кваліфікаційного рівня, $F_i(t - 1)$. Величина

$$\eta_i(t - 1) = \frac{L_i(t - 1)}{F_i(t - 1)} \quad (2)$$

визначає ступінь працевлаштування випускників P_i – го ВНЗ у $(t - 1)$ періоді. Очевидно, що $\eta_i(t - 1) \leq 1$, і чим ближче $\eta_i(t - 1)$ до 1, тим показник працевлаштування випускників P_i – го ВНЗ кращий.

Використовуємо величину $\eta_i(t - 1)$ при формальному розподілі коштів загального фонду державного бюджету, що призначені для інвестування ВНЗ країни.

На період планування t кожен ВНЗ подає Міністерству освіти і науки, України (МОН України) запити на інвестування освітньої діяльності. В запитах міститься документально обґрунтовані обсяги фінансування заробітної платні професорсько-викладацького складу, капітального будівництва і ремонту, комунальних послуг, матеріально-технічної бази, наукових розробок. МОН України визначає пріоритетні напрямки інвестування в залежності від прийнятої стратегії розвитку освіти і науки.

На період t ВНЗ P_i сформовано запит на загальну суму інвестування освітньої діяльності у розмірі $V_i(t)$. Відповідно, загальний обсяг запиту інвестування освітньої діяльності на період t складає:

$$V(t) = \sum_{i=1}^N V_i(t) \quad (3)$$

Міністерство фінансів на поточний період t виділено у освітню сферу інвестицій на загальну суму $\bar{V}(t)$.

Ставиться задача ефективного розподілу $\bar{V}(t)$ між ВНЗ МОН України.

У практичній діяльності МОН України за звичай $\bar{V}(t) < V(t)$. Пропорційне зменшення фінансування усім ВНЗ, що дорівнює

$$V'_i(t) = \frac{V_i(t)}{V(t)} \bar{V}(t) \quad (4)$$

не є об'єктивним, оскільки випускники окремих ВНЗ не знаходять працевлаштування за спеціальностями свого освітньо-кваліфікаційного рівня.

Розрахуємо середнє значення показників, що визначають ступінь працевлаштування випускників ВНЗ у періоді $(t - 1)$:

$$\bar{\eta}(t - 1) = \frac{\sum_{i=1}^N \eta_i(t - 1)}{N} \quad (5)$$

Розрахуємо для кожного ВНЗ у періоді $(t - 1)$ відхилення показника ступеню працевлаштування випускників ВНЗ від середнього значення:

$$\nabla_i(t - 1) = \bar{\eta}(t - 1) - \eta_i(t - 1) \quad (6)$$

Причому:

$$\sum_{i=1}^N \nabla_i(t - 1) = 0 \quad (7)$$

Тоді розподіл коштів загального фонду державного бюджету, що враховує показник ступеню працевлаштування випускників ВНЗ у $(t - 1)$ періоді має вигляд:

$$\bar{V}_i(t) = V'_i(t) + \frac{\bar{V}(t)}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \nabla_i(t-1) \quad (8)$$

Таким чином, модель (2) – (8) ураховує потреби ВНЗ у інвестуванні освітньої діяльності ВНЗ на t -ий період і стимулює їх діяльність у напрямку працевлаштування випускників за отриманими спеціальностями відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня.

Перевіримо формулу (8). Вочевидь, повинно виконуватися:

$$\sum_{i=1}^N \bar{V}_i(t) = \bar{V}(t) \quad (9)$$

Доведемо це.

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^N \bar{V}_i(t) &= \sum_{i=1}^N \left\{ V'_i(t) + \frac{\bar{V}(t)}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \nabla_i(t-1) \right\} = \left\{ V'_1(t) + \frac{\bar{V}(t)}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \nabla_1(t-1) + \right. \\ &\quad \left. V'_2(t) + \frac{\bar{V}(t)}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \nabla_2(t-1) + \dots + V'_N(t) + \frac{\bar{V}(t)}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \nabla_N(t-1) \right\} = \\ &= \frac{1}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \left\{ \sum_{i=1}^N \eta_i(t-1) [V'_1(t) + V'_2(t) + \dots + V'_N(t)] + \bar{V}(t) \nabla_1(t-1) + \bar{V}(t) \nabla_2(t-1) + \right. \\ &\quad \left. \dots + \bar{V}(t) \nabla_N(t-1) \right\} = \\ &= \frac{1}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \left\{ \sum_{i=1}^N \eta_i(t-1) \bar{V}(t) + \bar{V}(t) [\nabla_1(t-1) + \nabla_2(t-1) + \dots + \right. \\ &\quad \left. + \nabla_N(t-1)] \right\} = \frac{1}{\sum_{i=1}^N \eta_i(t-1)} \left\{ \sum_{i=1}^N \eta_i(t-1) \bar{V}(t) + \bar{V}(t) \cdot 0 \right\} = \bar{V}(t) \end{aligned}$$

Що й потребувало доказу. Складова у квадратних дужках передостаннього спрощення дорівнює нулю на основі (7).

При розробці моделі (2) – (8) використовуються низка припущень, які не зменшують об'єктивності її застосування:

а) Показник (2) визначається у періоді $(t - 1)$, хоча набір студентів здійснювався п'ять років тому (схема навчання: чотири роки – бакалавріат, один рік – магістратура, спеціалісти). Формула приведена для спрощення викладання побудови моделі (2) – (8), хоча можливо було б привести виклад до моменту вступу студентів до ВНЗ;

б) Розглянуто випадок, коли коштів загального фонду державного бюджету не вистачає для виконання запиту по МОН України. У випадку, коли коштів більше потреби, формула (4) надає можливість розрахувати збільшення фінансування усім ВНЗ;

в) Запропоновано використання відхилення показника ступеня працевлаштування випускників для освітньої діяльності ВНЗ у $(t - 1)$ періоді. Можливо застосування експертної оцінки відповідної діяльності ВНЗ. Зокрема можливо використання показника рейтингу ВНЗ, що визначаються за різними критеріями провідними консалтинговими установами;

г) Розроблена модель може застосовуватися до державних ВНЗ і не торкається приватних ВНЗ. Пошук і використання джерел інвестування у людські ресурси приватних ВНЗ цілком залежить від їх власника і керівництва;

д) Модель (2) – (8) є універсальною і може бути застосована для регіонального, обласного, міського і інших видів інвестування. У якості інвестиційних організацій можуть бути регіональні, обласні, міські, меценатські і інші фонди, що мають можливість і потребу об'єктивного і формального обґрунтування вкладення коштів у людські ресурси;

е) Модель (2:4) – (2:10) надає можливість планування інвестицій у людські ресурси у сфері освіти. Інші управлінські функції використання інвестицій (облік, аналіз, регулювання) здійснюються із застосуванням підсистеми бюджетування, яка організується в рамках системи контролінгу МОН України і забезпечує прозорість використання коштів загального фонду державного бюджету, що інвестуються у людський капітал у сфері освіти.

Висновки та пропозиції. Запропонована модель управління інвестиціями у людський капітал в системі освіти на прикладі механізму розподілу коштів загального фонду державного бюджету між ВНЗ. Удосконалена модель управління інвестиціями у людський капітал у сфері освіти, який застосовує методи економіко-математичного моделювання, враховує показник ступеню працевлаштування випускників при розподілі коштів загального фонду державного бюджету між ВНЗ, що забезпечує обґрунтованість і об'єктивність інвестування і мотивує освітні установи готувати фахівців, затребуваних господарством країни та регулювати ринок праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакаєв Л. О. Кількісні методи в управлінні інвестиціями: Навч. посібник.— К.: КНЕУ, 2000. — 151 с.
2. Барышева А.В. Экономика знаний: новая парадигма научного познания / А.В.Барышева [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://spkurdyumov.narod.ru>.
3. Гернего Ю.О. Фінансовий компонент індексу людського розвитку в Україні /Ю.С. Гернега//Економіка і суспільство. – 2017. – Вип 11. – С. 407-412.
4. Яровенко Т. С. Інвестиції в освіті: особливості, проблеми та тенденції / Т.С. Яровенко // Економіка сьогодні: актуальні питання та перспективи. Збірник наукових праць . - 2013. – Вип. 2
5. UN, Human Development for Everyone. Briefing note for countries on the 2016 Human Development Report.

УДК 334.722.24:339.944

Солоненко Ю. В., старший викладач кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ СІМЕЙНОГО БІЗНЕСУ: СУТНІСТЬ ПРОЦЕСУ ТА ЧИННИКИ ВПЛИВУ

У статті розглянуто роль та місце сімейного бізнесу як ефективної форми підприємництва у світовій економіці. Представлено інтернаціоналізацію сімейних компаній як тенденцію сучасного підприємницького середовища. Визначено зміст та напрями інтернаціоналізації сімейного бізнесу. Узагальнено чинники впливу та особливості інтернаціоналізації сімейних компаній. Приведено приклади інтегрування українських сімейних компаній у світову економіку. Виявлено переваги інтернаціоналізації для сімейних компаній. Окреслено взаємозв'язки між інтернаціоналізацією і брендами сімейного бізнесу, управлінням сімейними фірмами, комунікаційною мережею сімейних компаній. Запропоновано перспективні маркери подальших досліджень, серед яких: вплив інтернаціоналізації сімейних компаній на розвиток сімейного бізнесу на внутрішньому ринку; брендинг та інтернаціоналізація; професіоналізація сімейних менеджерів і інтернаціоналізація; навчання за кордоном і інтернаціоналізація власного сімейного бізнесу; роль несімейних менеджерів в інтернаціоналізації сімейного бізнесу.

Ключові слова: сімейний бізнес, тенденції сімейного бізнесу, інтернаціоналізація сімейного бізнесу, брендинг сімейного бізнесу, професійність сімейного бізнесу, мережа сімейного бізнесу

Рис. 1, Літ. 10

Солоненко Ю. В.

ІНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА: СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

В статье рассмотрена роль и место семейного бизнеса как эффективной формы предпринимательства в мировой экономике. Представлена интернационализация семейных компаний как тенденция современной предпринимательской среды. Определено содержание и направления интернационализации семейного бизнеса. Выявлены факторы влияния и особенности интернационализации семейных компаний. Приведены примеры интеграции украинских семейных компаний в мировую экономику. Определены преимущества интернационализации для семейных компаний. Очерчены взаимосвязи между интернационализацией и брендами семейного бизнеса, управлением семейными фирмами, коммуникационной сетью семейных компаний. Предложены перспективные маркеры дальнейших исследований, среди которых: влияние интернационализации семейных компаний на развитие семейного бизнеса на внутреннем рынке; брендинг и интернационализация; профессионализация семейных менеджеров и интернационализация; обучение за рубежом и интернационализация собственного семейного бизнеса; роль несемейных менеджеров в интернационализации семейного бизнеса.

Ключевые слова: семейный бизнес, тенденции семейного бизнеса, интернационализация семейного бизнеса, брендинг семейного бизнеса, профессионализм семейного бизнеса, сеть семейного бизнеса

Solonenko Yu.

INTERNATIONALIZATION OF FAMILY BUSINESS: THE ESSENCE OF THE PROCESS AND THE FACTORS OF INFLUENCE

The article examines the role and place of the family business as an effective form of entrepreneurship in the world economy. The internationalization of family companies as a trend of the modern entrepreneurial environment is presented. The content and directions of the internationalization of the family business are defined. Factors of influence and peculiarities of internationalization of family companies are revealed. Examples of the integration of Ukrainian family companies into the world economy are given. The advantages of internationalization for family companies are determined. The interrelations between internationalization and brands of family business, management of family firms, and the network of family companies are outlined. Promising markers for further research are proposed, among which: the impact of the internationalization of family companies on the development of family business in the domestic market; branding and internationalization; professionalization of family managers and internationalization; training abroad and internationalization of their own family business; The role of non-family managers in the internationalization of the family business.

Key words: family business, family business trends, internationalization of family business, family business branding, professionalism of family business, family business network.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку світової економіки сімейний бізнес продовжує залишатись найпоширенішою та найефективнішою формою господарювання. Сімейний бізнес номінально присутній у кожному куточку світу. Часто сімейні фірми колективно домінують як в економіці конкретної країни, так і в окремих регіонах. За визначенням провідних експертів, науковців та існуючого обсягу досліджень, сімейний бізнес визнається як основна і найбільш стійка модель бізнесу в світі [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

За європейською моделлю, сімейною вважається та фірма, де:

1. Права на прийняття рішень знаходяться в розпорядженні фізичної особи (осіб), які управляють фірмою, або у володінні фізичної особи (осіб), що мали/придбали Статутний капітал фірми, або у володінні подружжя, батьків, дітей.
2. Більшість прав з прийняття рішень можуть бути як непрямими так і прямими.
3. Принаймні, один представник родини або родичів формально бере участь в управлінні фірмою.
4. Список компаній, які підпадають під визначення сімейного підприємства, це коли людина, яка створила або придбала фірму (акціонерний капітал) або члени її сім'ї чи нащадки мають 25% директивних прав, внесених до їх Статутного капіталу. (Визначення прийняте групою експертів ЄС з Family Business) [1].

В Україні, після здобуття незалежності, відбувається лише становлення сімейного бізнесу, тому проблеми формування, механізми функціонування, світові тенденції розвитку мають викликати зацікавлення як у власників компаній, так і у вітчизняних науковців.

Згідно національного дослідження приватного та сімейного бізнесу, яке було проведено в 2013 році, на запитання анкети «Як, на Ваш погляд, держава може підтримати малий і середній приватний бізнес?» лише 7,5% українських респондентів позитивно відзначили здатність підтримання державою міжнародної експансії приватного бізнесу, мабуть, поки що не розуміючи можливостей, які можуть перед ними відкритися [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що питаннями сімейного бізнесу, з позицій тенденцій, нових трендів та закономірностей розвитку займається широке коло зарубіжних вчених та практиків на відміну від українських. До недавнього часу аналіз інтернаціоналізації сімейних фірм був досить маргінальним. Проте тема інтернаціоналізації сімейного бізнесу сформувалась в значну область досліджень, про що зазначали Sciascia, Mazzola, Astrachan та Pieper (2010). Інтернаціоналізацію як фактор, що суттєво впливає на розвиток сімейного бізнесу досліджували Gallo та Sveen (1991), Gallo та Pont (1996), Okoroafo (1999), Davis та Harveston (2000), Yeung (2000), Casillas та Acedo (2005), Fernández та Nieto (2005), George, Wiklund та Zahra (2005), Menéndez-Requejo (2005), Thomasta Graves (2004, 2008), Casillas (2007). Управлінські стратегічні питання, що стосуються інтернаціоналізації сімейного бізнесу були проаналізовані Svinth та Vinton (1993), Zahra (2003), Thomas та Graves (2005, 2006), Erdner та Shapiro (2005), Crick, Bradshaw та Chaundhry (2006), Fernández та Nieto (2006), Basly (2007), Pinho (2007) та Claver, Rienda та Quer (2008). Процес інтернаціоналізації був у полі наукової уваги таких вчених, як Johanson та Vahlne (1977, 1990), Tsang (2001, 2002), Child, Ng та Wong (2002), Claver, Rienda та Quer (2007), Thomas та Graves (2008). Класична література свідчить, що малі та середні фірми опиняються в невідповідному становищі порівняно з великими корпораціями при вирішенні проблем інтернаціоналізації, про що писали Bonaccorsi (1992), OECD (1997), Nummela (2004).

При роботі над статтею використано такі **методи дослідження** як аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, емпіричне спостереження, застосовано системний підхід.

Мета статті. Виявити та проаналізувати основні тенденції розвитку світового сімейного бізнесу в умовах глобальної ринкової економіки з перспективами застосування результатів дослідження в українських реаліях (на прикладі інтернаціоналізації сімейних фірм).

Виклад основного матеріалу дослідження. Сімейний бізнес початку 21 століття, на наш погляд, характеризується такими основними тенденціями розвитку як інтернаціоналізація, професіоналізація, брендинг та розвиток мереж, які тісно взаємодіють, впливаючи одне на одного. Сімейний бізнес, сповідуючи довгострокову перспективу розвитку, намагається якнайдовше залишатись на ринку, застосовуючи набір різноманітних стратегій, які проходять перевірку часом.

На сучасному етапі розвитку відбувається відчутна глобалізація суспільного та економічного життя, сприяючи формуванню цілісного світового господарства на основі розвитку плідних взаємозв'язків між фірмами, країнами й регіонами.

Інтернаціоналізацію (internationalization) сімейного бізнесу ми розглядаємо як процес адаптації продукту чи послуг до соціокультурних особливостей регіону, відмінного від того, в якому вони розроблялись з метою раціонального використання та поширення. Інтернаціоналізацію сімейного бізнесу можна було б досліджувати з позицій глобалізації наукових досліджень, отримання професійної освіти у визнаних міжнародних бізнес-школах, впливу мережевої структури, ролі міжнародних інститутів, та ми зупинимось на міжнародній діяльності сімейних компаній як таких.

Johanson, J. та Vahlne, J-E. стверджують, що причинами зарубіжної експансії є: по-перше – вірогідне знаходження нових бізнес-можливостей, по-друге – формування ціннісних партнерських відносин [3, с.14-15].

Нами було виокремлено ще низку ймовірних здобутків для сімейних компаній при реалізації стратегії інтернаціоналізації:

- інтернаціоналізація свідчить про планування довгострокової та неперервної перспективи розвитку, (що характерно для сімейного бізнесу);

- мотивація до інтернаціоналізації позитивно пов'язана з правонаступництвом в наступному поколінні, особливо, коли майбутнє покоління буде знаходитись на керівних посадах у сімейному бізнесі;
- набуття нових знань, умінь, навичок, досвіду;
- формування мережі, зв'язків, прихильностей, довіри;
- репутаційний капітал сімейного бізнесу та Кодекси етики компаній надають особливі можливості для входження на міжнародний ринок;
- брендинг сімейного бізнесу і інтернаціоналізація – взаємопов'язані процеси;
- відбувається постійний процес адаптування до мінливого ринкового середовища;
- здійснюється перевірка на практиці ефективності стратегічного менеджменту компанії для успішної міжнародної експансії;
- можливість знаходження в «іншому» інституційному полі;
- венчурний капітал та інституціональні власники пов'язують інтереси «сімейного» генерального директора та команди топ-менеджерів, заохочуючи до більш масштабних процесів інтернаціоналізації сімейного бізнесу;
- інтернаціоналізація сімейного бізнесу сприяє ефективному функціонуванню сімейних компаній на внутрішньому ринку (характерно для національного сімейного бізнесу, особливо у сфері ІТ-технологій, творчої індустрії, легкої промисловості, аграрного бізнесу тощо);
- відбувається слідування за сімейними компаніями в процесі інтернаціоналізації клієнтів, партнерів, постачальників, інвесторів.

Інтернаціоналізація – це найбільш складна, але в той же час ефективна стратегія, яку сімейний бізнес може обрати. Складність для невеликих сімейних підприємств полягає у можливостях залучення необхідних фінансових ресурсів, щоб подолати виклики, які неодмінно будуть супроводжувати цей процес. Часто сімейні компанії підтримують себе за рахунок коштів, наданих власниками та їх сім'ями. Це є непростим завданням для сімейних фірм, щоб накопичити ресурси, необхідні для підтримки конкурентних переваг, які можуть бути використані на інтернаціоналізацію в тому числі. Thomas J., Graves C. (2008) досліджували основні детермінанти шляхів інтернаціоналізації для малих і середніх сімейних підприємств і яким чином сімейні осередки впливають на ці детермінанти і виявили, що накопичених ресурсів, для підтримки конкурентних переваг, які можуть бути використані на інтернаціоналізацію не завжди вистачає [4].

На основі вибірки з іспанських сімейних фірм підтверджено наявність значущого зв'язку між типом власності та стратегією інтернаціоналізації. Вчені виявили негативний зв'язок між сімейною власністю та експортною інтенсивністю. Сімейним фірмам складніше сформулювати портфель стратегічних ресурсів, щоб домогтися успіху на зарубіжних ринках, адже необхідно тримати баланс між сім'єю та бізнесом. Сімейна власність може мати як позитивний, так і негативний вплив на рішення інтернаціоналізації, засновані на агентській чи опікунській перспективі. Механізми моніторингу, створення ієрархічної форми управління і реалізація програми Ради директорів слугують процесам входження на зовнішні ринки.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств передбачає: використання будь-яких стратегічних переваг, котрі пов'язані з господарським портфелем компанії, і перетворення їх на конкурентні переваги; оцінювання перспектив рентабельності (продуктивності) для кожного з підрозділів підприємства і концентрування корпоративних ресурсів там, де існують найпривабливіші стратегічні можливості та відкриті глобальні ніші. Управлінський потенціал (команда управління), управлінський досвід (використання сторонніх менеджерів, навчання) та здійснення

управлінських процесів (стратегічне планування, фінансова звітність, загальне управління якістю і забезпечення якості) сімейних підприємств, безумовно, впливають на рівень інтернаціоналізації.

У доповіді OECD (Організація економічного співробітництва і розвитку) стверджується, що процес інтернаціоналізації схоже прискорюється. Процес інтернаціоналізації сімейних підприємств не такий довготривалий тепер, як це було десятиліття тому. Сімейні фірми розпочинають, як правило, процес інтернаціоналізації шляхом експорту, оскільки її вимоги, ризики та докладені зусилля мінімальні.

Так, як мережі та особисті відносини мають вирішальне значення для інтернаціоналізації, зокрема, у творчій індустрії, то подібні компанії, здається, хочуть зменшити ризики при допомозі посередників, надаючи перевагу використанню продюсер/менеджер порталів, щоби через посередників і менеджерів виходити на світові ринки.

На рис. 1 відображена роль мережі у процесі інтернаціоналізації фірм.

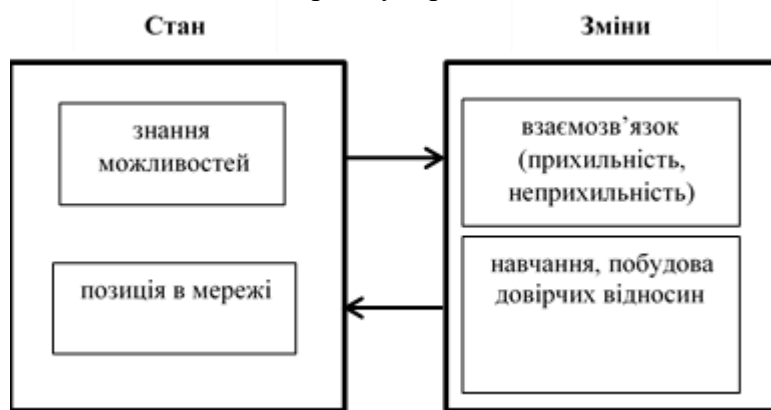


Рис. 1 - Мережева модель бізнес-процесу інтернаціоналізації

**адаптовано автором*

Фірма може створювати нові знання при допомозі обміну даними через мережу взаємопов'язаних відносин. Відносини партнерів є непрямим джерелом актуальної ділової інформації про своїх партнерів і більш віддалені суб'єкти у мережі. Інтернаціоналізацію можна розглядати як результат дії по зміцненню позицій в мережі, що традиційно іменується покращенням або захистом становища на ринку. Модель описує процес навчання, а також формування довірчих стосунків. Підвищений рівень знань може мати як позитивний, так і негативний вплив на зміцнення довіри і прихильності. Знання також можуть знижувати прихильність або навіть сприяти розірванню відносин. Ці процеси можуть відбуватись по обидві сторони взаємних відносин і у всіх точках мережі.

Кодекси етики є не стільки новим явищем у сімейному бізнесі, але через поширення глобалізації, компанії почали масово приймати їх для того, щоб переконатися, що вони будуть розглядатись як моральні організації на ринку. Зростаюча глобалізація означає, що багато компаній швидко поширюються на нові ринки в нових країнах, і тому вони вимушені діяти крос-культурно. Працівники фірм зіткнулися з етичними дилемами, як результат, виникла підвищена потреба в неформальних правилах та етичних кодах. Коди, насамперед, формують етичні параметри – що прийнятно, а що ні.

«Війна за таланти», тобто підбір кваліфікованих кадрів є ще однією складовою на шляху здійснення міжнародної експансії (інтернаціоналізації), яка в певній мірі обмежена для малого та середнього сімейного бізнесу.

Відсутність горизонтальної диференціації і формалізації в сімейному бізнесі надають можливості швидко реагувати на зміни, але в той же час серйозно перешкоджають як в національному, так і в міжнародному зростанні. Інтернаціоналізація вимагає створення більш складних структур та здійснення формального контролю.

Багато сімейних компаній стали впізнаваними завдяки своїм брендам. Найбільш популярними світовими брендами сімейного бізнесу є: Австрія (Red Bull, Swarovski Crystal), Данія (Lego), Франція (Hermes, L'Oreal, Gucci, Puma, Peugeot, Citroen), Німеччина (Adidas, BMW, Bosch, Henkel, Metro, Porsche, Siemens), Італія (Benetton, Ferrero, FIAT, Prada), Японія (Toyota, Suntory), Південна Корея (Korean Air, LG, Samsung, Hyundai), Південна Африка (De Beers), Нідерланди (Heineken), США (Cargill, Ford Motor, Hallmark, Hilton, Mars, Wal-Mart) та багато інших.

Престиж, досягнутий брендом, часто використовується як парасольковий бренд, так як він поєднується з широким вибором продукції компанії і передає стиль життя та почуття приналежності клієнта до бренду. Бренд стає елементом нематеріальних активів фірми і працює на майбутнє фірми, в даному дослідженні, можна припустити, на інтернаціоналізацію. Сімейний бізнес, особливо той, який успішно переходив від одного покоління до іншого, пройшов випробування часом. Підкреслюючи здатність сім'ї в підтримці бізнесу протягом багатьох років, створюються традиції, спрямовані на сімейні цінності, єдність, гармонію та дотримання якості. З іншого боку, це відповідає образу, який відклався у свідомості клієнта і асоціюється з брендом компанії, який включає в себе уявлення про продукт, ідеї, послуги, часто носить ім'я творця фірми.

За даними дослідження, результати опитування респондентів свідчать, що окремий бренд сімейного бізнесу може внести свій вклад в репутацію компанії в надійності (81%), у соціальній відповідальності (70%), орієнтації на якість (68%) і орієнтації на клієнта (67%). Додатково 65% респондентів повідомили, що вони використовують свою корпоративну репутацію, щоб мати кращі позиції на ринку, в тому числі міжнародному, в порівнянні з їх несімейними конкурентами [5].

Інтернаціоналізація сімейних фірм здійснюється, в основному, через:

- експорт та імпорт товарів та послуг;
- ліцензування і франчайзинг;
- управлінські угоди;
- підряд і субпідряд на виконання робіт;
- створення дочірніх компаній та спільних підприємств;
- участь в альянсах.

Отже, більшість сімейних компаній розпочинає процес інтернаціоналізації шляхом створення бізнесу на своїх внутрішніх ринках, а вже потім переходять до імпорту чи експорту. Якщо вони стають успішними, то встановлюють канали збуту за кордон, перш ніж перейти на більш просунутий рівень інтернаціоналізації, такий як спільні підприємства або іноземні прямі інвестиції. Тільки невелика частка міжнародно-активних суб'єктів сімейного бізнесу розпочинають свою діяльність безпосередньо з міжнародних альянсів.

Одним з основних факторів, що визначають міжнародний успіх є задоволення клієнтських потреб і адаптація продукції або послуг до вимог закордонних замовників. Початкова інтернаціоналізація часто включає регіони, які географічно і культурно близькі, щоб допомогти сімейним фірмам подолати психологічний бар'єр прийняття першого міжнародного кроку, покладаючись на особисті контакти та знайомства, які легше знайти в географічно і культурно близьких регіональних ринках.

Pinho J.-C. (2007) вивчаючи інтеграційні процеси сімейних компаній виявив, що вони мають досить гнучкий характер, і навіть схильні співпрацювати з державними структурами, мінімізуючи ризики, пов'язані з іншим інституційним середовищем, та їм необхідно підвищувати свій рівень знань про зарубіжні ринки та діяльність міжнародних компаній [6].

Slaver E. і співавтори (2007) підкреслюють роль державного управління в міжнародній експансії сімейних фірм і закликають вжити заходів у наданні консультацій та навчання з інтернаціоналізації для нових поколінь з метою підвищення значення міжнародного діяльності сімейних фірм [7, с. 12-13].

Український сімейний бізнес вивчає, відображає, інтерпретує та адаптує кращі світові практики інтернаціоналізації сімейного підприємництва.

Зразок міжнародних управлінських угод можна віднайти у структурі вітчизняної компанії RedHead Family Corporation, вищим органом прийняття ключових рішень в якій є Зовнішня рада директорів, куди входять авторитетні лідери з сімейного бізнесу і фінансів у світі. Зовнішня рада директорів створена в 2011 році для забезпечення підзвітності та прозорості дій генерального директора, CEO. Рада відповідає за призначення CEO і знаходиться в постійній комунікації з командою топ-менеджерів (Dream Team), що стоять на чолі бізнес-напрямків і департаментів.

Зовнішня Рада директорів RedHead Family Corporation:

Joseph Astrachan, USA, професор менеджменту і підприємництва університету Кеннесо (США), виконавчий директор Центру підприємництва сім'ї Кокс (Cox Family Enterprise Center). Дослідник сімейного бізнесу №1 в світі. Входить в склад ради директорів ще семи сімейних компаній.

Reinout van Lennep, Switzerland, незалежний радник з фінансових питань і сімейного управління. Член зовнішньої ради директорів VM Partners (Цюрих). Радник заможних сімей в Швейцарії, США, Великобританії, Східній Європі, Сінгапурі, Аргентині. У минулому – керівник сектору міжнародного приватного банківського обслуговування і генеральний директор банку ABN AMRO (Швейцарія). Працював в керівництві відділень ABN AMRO в Гонконзі, Тайвані, Великобританії. Обіймав посаду віце-президента JP Morgan (Великобританія). Магістр права, закінчив юридичну школу університету Лейдена (Нідерланди).

Vadim Margulis, USA, Президент JGM Group Inc. (США), інвестиційно-консалтингової компанії, яка фокусується на ринках США і Східної Європи. Експерт з корпоративних фінансів та стратегічного менеджменту, з досвідом роботи в провідних світових інвестиційних та консалтингових компаніях Accenture, McKinsey, Bear Stearns і Equifin Capital. Закінчив Одеський національний університет і Школу економіки і фінансів «Вартон» Пенсільванського університету [8].

Наприклад, сімейна компанія GST (Global Security Technologies), відома як виробник охоронних пломб, співпрацює з 50 країнами світу. Компанія була створена в 1998 році в Одесі. З 2003 року розпочала поставки власної виробленої продукції на міжнародний ринок. Торгова марка «Охоронні пломби GST» зареєстрована в місті Женева, Швейцарія. Серед стратегічних завдань: займати 70% ринку України з продажу охоронних пломб; здійснювати поставки в 150 країн світу; відкрити представництва в 35 країнах [9].

Ще одна українська сімейна компанія Ескада-М, виробник шпонованих плит вже більше 9 років успішно працює на вітчизняному ринку та займається експортом власної продукції у Велику Британію, Данію, Швецію, Швейцарію, Польщу, Білорусь та Молдову, активно впроваджуючи світові стандарти операційної ефективності (KAIZEN, TOC). Серед клієнтів компанії Hyatt Hotels Corporation, Hilton, Coca Cola, Facebook [10].

Таким чином, інтеграційні процеси, які відбуваються у світовому господарстві формують умов для інтернаціоналізації сімейного бізнесу, створюючи глобальне конкурентне інституційне середовище, систему соціально-комунікаційних зв'язків, забезпечивши міжнародний розподіл праці.

Висновки. Інтернаціоналізація сімейного бізнесу характеризується певними особливостями: сімейним фірмам не вистачає спланованої стратегії міжнародної експансії; процес інтернаціоналізації прискорюється, становлячи кілька років; інтернаціоналізацію можна розглядати як результат діяльності сімейних фірм по зміцненню позицій в бізнес-мережі; сімейні компанії намагаються працювати в більш привабливому інституційному полі, використовуючи знання та формуючи взаємозв'язки; мережева взаємодія сприяє міжнародному визнанню сімейних компаній, зростанню професіоналізації в сімейному бізнесі, створенню та розвитку брендів.

Перспективи подальших досліджень: вплив інтернаціоналізації сімейних компаній на розвиток сімейного бізнесу на внутрішньому ринку; брендинг та інтернаціоналізація; професіоналізація сімейних менеджерів і інтернаціоналізація; навчання за кордоном і інтернаціоналізація власного сімейного бізнесу; роль несімейних менеджерів в інтернаціоналізації сімейного бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Families in Business for the long term. – Mode of access : <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/>. – Title from the screen.
2. Лігоненко Л. Приватний та сімейний бізнес: ситуація у світі та українські реалії / Л. Лігоненко, Г. Піратовський // Торгівля і ринок України / Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2013. – Вип. 36. – С. 230-242.
3. Johanson, J. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership/ J. Johanson, J-E. Vahlne // Journal of International Business Studies. – 2009. – Vol. 40. – P. 1-21.
4. Thomas, J. Determinants of the internationalization pathways of family firms: An Examination of Family Influence / J. Thomas, C. Graves // Family Business Review, – 2008. – Vol. 21 (2) – P. 151-167.
5. Astrachan C. B. Family Business Branding. Leveraging stakeholder trust / C. B. Astrachan, J. H. Astrachan. – London: IFB Research Foundation, 2015. – 46 p.
6. Pinho, J-C. The impact of ownership: Location Specific advantages and managerial characteristics on SME foreign entry mode choices / J-C. Pinho // International Marketing Review. – 2007. – Vol. 24 (6). – P. 715-734.
7. Claver, E. The internationalisation process in family firms: choice of market entry strategies / E. Claver, L. Rienda, D. Quer // Journal of General Management. – 2007. – Vol. 33 (1). – P. 1-14.
8. Офіційний сайт компанії Red Head. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://redhead.ua/>
9. Офіційний сайт компанії GST. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.plomba.net/main/o-kompanii/>
10. Офіційний сайт компанії ESKADA M. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://eskada-m.com/>

УДК 330.32 (47)

Темербек А.О., аспірант, Донецький національний університет імені Василя Стуса

ДИСПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

В статті запропоновано детальний аналіз диспозиції України у глобальному інноваційному просторі, а саме оцінено позиціонування у глобальних інноваційних індексах, індексах конкурентоспроможності та людського розвитку. При розгляді динаміки позиціонування за субіндексами, визначено слабкі та сильні сторони української інноваційної системи. Так, до драйверів інноваційного розвитку України можна віднести людський капітал, який є конкурентоспроможним за своєю якістю освіти та професійною кваліфікацією, та ємність внутрішнього ринку. До складових, що зумовлюють критичне відставання української інноваційної системи віднесено макроекономічне середовище в країні та розвиток інституційного забезпечення. Визначено, які країни є лідерами в глобальному інноваційному просторі, що дало змогу виокремити конкурентні переваги цих країн. На засадах проведеного аналізу зроблено висновок, що для розвитку інновацій в Україні необхідно, перш за все, створити ефективне інституціональне середовище, яке забезпечить економічне зростання, розвиток талантів та підвищення рівня людського розвитку.

Ключові слова: інновації, інноваційна активність, економічне зростання, конкурентоспроможність, індекс.

5 табл., 4 рис., 8 літ.

Темербек А.О.

ДИСПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ ІННОВАЦІЙНОМУ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье предложен подробный анализ диспозиции Украины в глобальном инновационном пространстве, а именно проведена оценка позиционирования в глобальных инновационных индексах, индексах конкурентоспособности и человеческого развития. При рассмотрении динамики позиционирования по субиндексам, определены сильные и слабые стороны украинской инновационной системы. Так, к драйверам инновационного развития Украины можно отнести человеческий капитал, который является конкурентоспособным по своему качеству образования и профессиональной квалификации, и емкость внутреннего рынка. К составляющим, которые обуславливают критическое отставание украинской инновационной системы отнесены макроекономическая среда в стране и развитие институционального обеспечения. Определено, какие страны являются лидерами в глобальном инновационном пространстве, что позволило выделить конкурентные преимущества этих стран. На основе проведенного анализа сделан вывод, что для развития инноваций в Украине необходимо, прежде всего, создать эффективную институциональную среду, которое обеспечит экономический рост, развитие талантов и повышение уровня человеческого развития.

Ключевые слова: инновации, инновационная активность, экономический рост, конкурентоспособность, индекс.

Temerbek A.

DISPOSITION OF UKRAINE IN THE GLOBAL INNOVATIVE SPACE

The article offers a detailed analysis of Ukraine's disposition in the global innovation space, namely, the assessment of positioning in global innovation indexes, global competitiveness index and human development index. When considering the dynamics of positioning by subindexes, the strengths and weaknesses of the Ukrainian innovation system are identified. So, the drivers of innovative development of Ukraine include human capital, which is competitive by its quality of education and professional qualifications, and the capacity of the domestic market. The components that cause the critical lag of the Ukrainian innovation system include the macroeconomic environment in the country and the development of institutional support. It is determined which countries are leaders in the global innovation space, that made it possible to distinguish the competitive advantages of these countries. On the basis of the analysis it was concluded that for the development of innovations in Ukraine it is necessary first of all to create an effective institutional environment that will ensure economic growth, the development of talents and the enhancement of the level of human development.

Keywords: innovation, innovation activity, economic growth, competitiveness, index.

Постановка проблеми. Інновації є ключовим фактором економічного зростання і підвищення добробуту будь-якої країни. Усі успішні сучасні інноваційні системи мають у своїй основі інноваційний бізнес-сектор. Удосконалення виробничих процесів і створення нових продуктів і послуг має життєво важливе значення для міжнародної конкурентоспроможності, успіху в бізнесі, а також для створення високовартісних робочих місць і вирішення масштабних соціальних і екологічних проблем. Тому для того, щоб бути процвітаючою і успішною в наступні десятиліття економіка країни має опиратись на високопродуктивну науку та дійову інноваційну систему. Для України питання конкурентоспроможності інноваційного сектору є актуальним, що і зумовило вибір теми дослідження.

Метою роботи є оцінка та аналіз позиціонування України у світових рейтингах інноваційного розвитку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Науково-практичні дослідження щодо проблеми формування інноваційної складової національної економіки, а також ролі інновацій у формуванні національної конкурентоспроможності знайшли відображення у працях вітчизняних і зарубіжних науковців: А. Гальчинського [1], А. Гражевської [2], В. Гейця [1], Л. Федулової [3] та ін.

На сьогоднішній день важливим питання є визначення сильних та слабких сторін інноваційного простору української економіки та промисловості. Доцільним при вирішенні даної проблеми може стати аналіз позиціонування України в глобальних інноваційних індексах та оцінка динаміки за субіндексами.

Аналіз стану інноваційної діяльності потребує спеціального аналітичного дослідження, яке передбачає визначення індикаторів інноваційної діяльності для аналізу, проведення самого аналізу та виявлення основних трендів розвитку.

Визначення індикаторів здійснено відповідно до середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік [4], які визначили розвиток інновацій та реформу у сфері інтелектуальної власності однією з складових першої цілі Уряду – “Економічне зростання“, а створення нової системи управління та фінансування науки – третьої цілі “Розвиток людського капіталу“.

Цільовими кількісними показниками, яких передбачається досягнути до кінця 2017 року і в середньостроковій перспективі, є: з

ростання рівня наукоємності валового внутрішнього продукту: у 2017 році – до 0,8 відсотка, у 2020 році – 1,5 відсотка;

зростання питомої ваги високотехнологічної продукції та послуг у структурі експорту товарів і послуг: у 2017 році – до 9,5 відсотка, у 2020 році – 15 відсотків;

місце в рейтингу Doing Business 2020 – не нижче 30;

підвищення позиції України за глобальним інноваційним індексом: у 2020 році – 50 місце;

посилення позиції України за індексом приваблювання талантів: у 2020 році – 80 місце; індекс людського розвитку 2020 – входження до 50 кращих країн.

На міжнародному рівні широко використовується інтегральна оцінка стану розвитку інноваційної системи. Україна представлена у кількох міжнародних рейтингах, які оцінюють інноваційний потенціал, технологічну та інноваційну конкурентоспроможність. Найбільш авторитетними є Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), Індекс ведення бізнесу (Doing Business Index), Індекс людського розвитку (Human Development Index).

Індекс людського розвитку (ІЛР) наводиться з метою більш збалансованого оцінювання прогресу країни та врахування її зусиль в напрямку розвитку соціальної сфери на відміну від оцінювання лише за показниками інноваційного розвитку, які, головним чином, характеризують виробничу сферу. ІЛР оцінює прогрес за трьома його основними показниками: довге та здорове життя, доступ до знань та достойний рівень життя. Якщо країна демонструє прогрес в ІЛР, то вся економічна та інноваційна діяльність є успішною навіть за умови зниження рейтингу в інших міжнародних індексах.

Додається також аналіз Глобального індексу талантів та Глобального індексу конкурентоспроможності талантів, складовою якого є Індекс приваблювання талантів, включений до переліку цільових кількісних показників Середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року.

Глобальний індекс конкурентоспроможності (ГІК) 2016-2017 рр. За даними звіту Світового економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність “The Global Competitiveness Report 2016–2017”, Україна поступилася на 6 позицій в рейтингу і посіла 85 місце серед 138 досліджуваних країн. На одну позицію нижче опинилася Греція, яка посіла 86 місце, а на 84 позиції розмістилася Намібія. Швейцарія вже восьмий рік поспіль очолює рейтинг. Сінгапур залишився на 2 місці, США зберегли 3 позицію в рейтингу. До першої п’ятірки також увійшли Нідерланди та Німеччина.

Казахстан цього року погіршив свої позиції за показниками конкурентоспроможності і посів 53 місце у загальному рейтингу. Польща навпаки покращила і перемістилася з 41 місця на 36-е (рис. 1).

Автори рейтингу відзначають, що Україна, як і раніше, займає досить високі позиції за показниками: ємність ринку (47 місце), охорона здоров’я, початкова освіта (54), хоча при цьому позиції в рейтингу за цими показниками порівняно з минулим роком погіршилися. Найвищий рейтинг Україна має за показником “Вища, середня і професійна освіта” – 33 місце.

Позиція України погіршилася за 7-ма з 12-ти критеріїв: ефективність товарних ринків – 108 місце (проти 106 місця у 2015 р.); розвиток фінансового ринку – 130 (121); рівень розвитку бізнесу – 98 (91); інфраструктура – 75 (69); охорона здоров’я та початкова освіта – 54 (45); ефективність ринку праці – 73 (56); ємність ринку – 47 місце (проти 45-го у 2015 р.) (рис. 2).

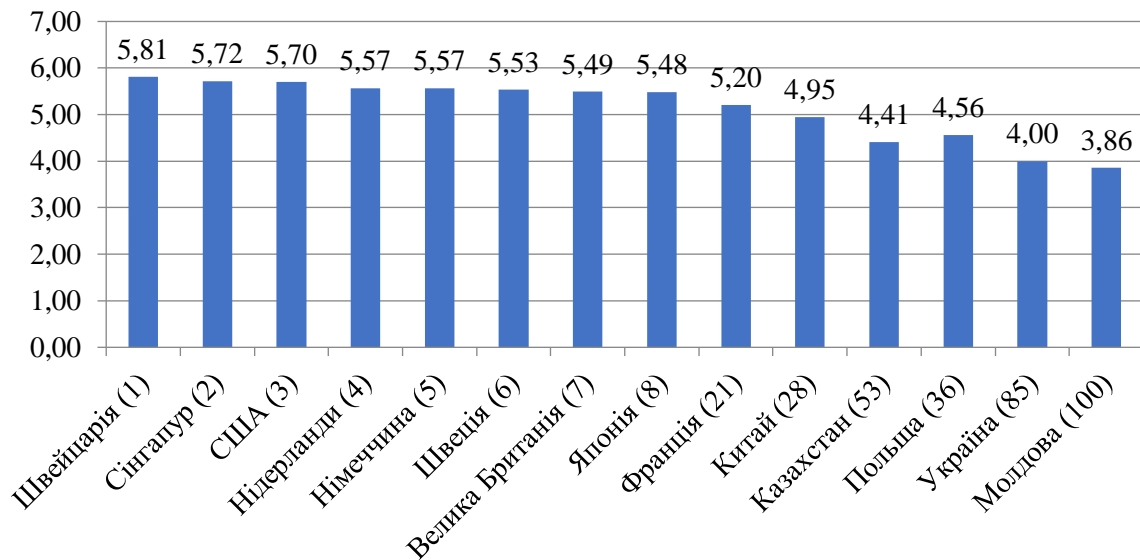


Рисунок 1 – Рейтинг країн за ГІК у 2016 р. [5]

Рейтинг України за підіндексом “Інновації” у доповіді 2016-2017 рр. відповідає 52 місцю, тобто зростання становить 2 позиції. Україна покращила свої позиції в рейтингу за всіма показниками підіндексу “Інновації”, окрім 2 складових “Якість науково-дослідних інститутів” – 50 місце проти 43-го у 2015 р., “Видатки компаній на дослідження і розвиток (ДіР)” – 68 місце проти 54-го у 2015 р. Найбільше зростання відзначено за критеріями: “Державні закупівлі новітніх технологій і продукції” – з 98 на 82 позицію рейтингу, “Взаємозв’язки університетів з промисловістю у сфері ДіР” – з 74 на 57 позицію (табл. 1).

За підіндексом “Технологічна готовність” Україна розташувалася на 85 місці рейтингу проти 86-го у 2015 році.

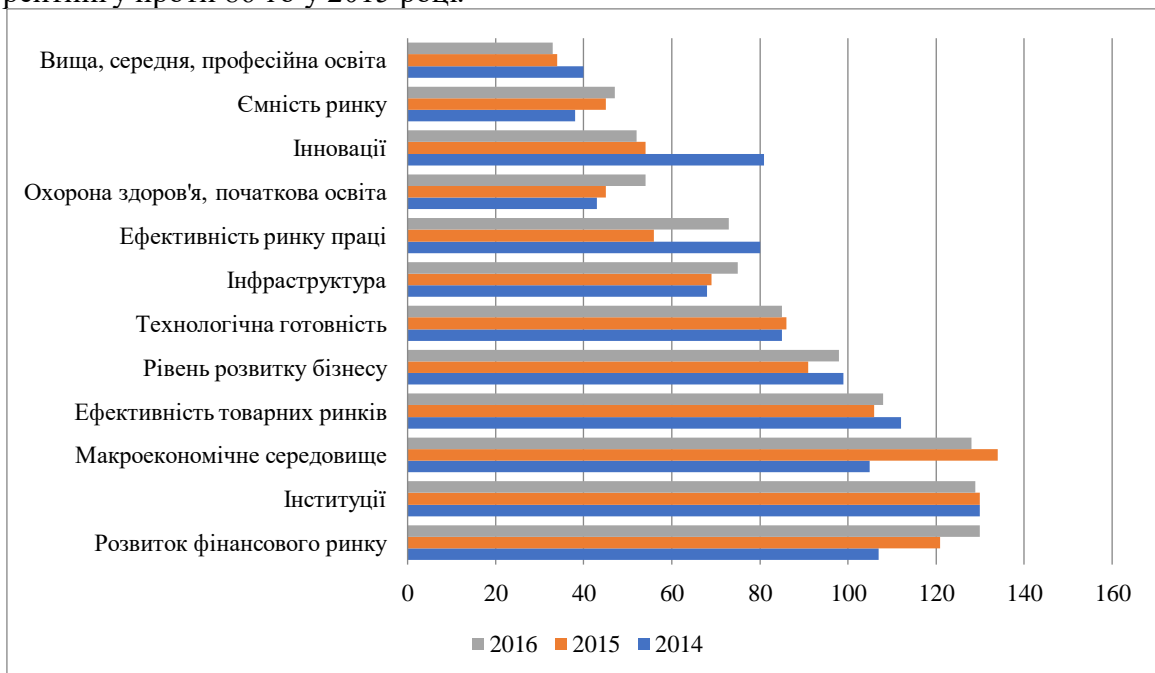


Рисунок 2 – Рейтинг України за 12 складовими ГІК за 2014-2016 рр. [5]

Таблиця 1

Підіндекс “Інновації” та його складові для України за період 2013-2016 рр. [5]

Показники	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
	рейтинг зі 148 країн	рейтинг зі 144 країн	рейтинг зі 140 країн	рейтинг зі 138 країн
Інновації	93	81	54	52
Інноваційна спроможність	100	82	52	49
Якість науково-дослідних інститутів	69	67	43	50
Видатки компаній на дослідження та розробки (ДіР)	112	66	54	68
Взаємозв'язки університетів з промисловістю у сфері ДіР	77	74	74	57
Державні закупівлі новітніх технологій і продукції	118	123	98	82
Наявність вчених та інженерів	46	48	29	29
Кількість патентів, отриманих у США (на 1 млн. населення)	52	52	50	49

За всіма складовими підіндексу “Технологічна готовність” Україна покращила свої позиції в рейтингу. Частка користувачів мережі Інтернет зросла зі 43,4% до 49,3%, але позиція України залишилася незмінною – 80 місце в рейтингу. Найбільш проблемним показником залишається “Іноземні інвестиції та трансфер технологій” (115 місце), але з 2013 року простежується позитивна динаміка (табл. 2).

Таблиця 2

Підіндекс “Технологічна готовність” та його складові для України за період 2013-2016 рр. [5]

Показники	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
	рейтинг зі 148 країн	рейтинг зі 144 країн	рейтинг зі 140 країн	рейтинг зі 138 країн
Технологічна готовність	94	85	86	85
Наявність новітніх технологій	106	113	96	93
Рівень освоєння технологій	100	100	100	74
Іноземні інвестиції та трансфер технологій	131	127	117	115
Інтернет користувачі, %	93	82	80	80
Використання широкопasmового доступу до мережі Інтернет/ на 100 осіб	71	68	72	64

У ході дослідження респондентам пропонувалося вибрати зі списку п'ять найбільш проблемних факторів для ведення бізнесу в країні і розташувати їх у порядку зниження. Так, найбільш негативними чинниками для ведення господарської діяльності в Україні респонденти, як і минулого року, визначили корупцію – 14,0% респондентів (рік тому – 16,6%), політичну нестабільність – 13,2% (рік тому – 10,6%) та інфляцію – 11,9% (рік тому – 11,5%).

Згідно з доповіддю “Глобальний індекс інновацій 2017”, підготованою спільно Корнельським університетом, школою бізнесу INSEAD і Всесвітньою організацією

інтелектуальної власності (ВОІВ), Глобальний індекс інновацій (ГІІ) 2017 охоплює 127 економік світу й використовує 82 показники по цілому ряду тем.

Лідирують у рейтингу, як і рік тому, Швейцарія і Швеція. На третій позиції - Нідерланди, поліпшивши свій показник за рік на шість позицій. Також в десятку найбільш інноваційних країн увійшли: США, Велика Британія, Данія, Сінгапур, Фінляндія, Німеччина та Ірландія (рис. 3).

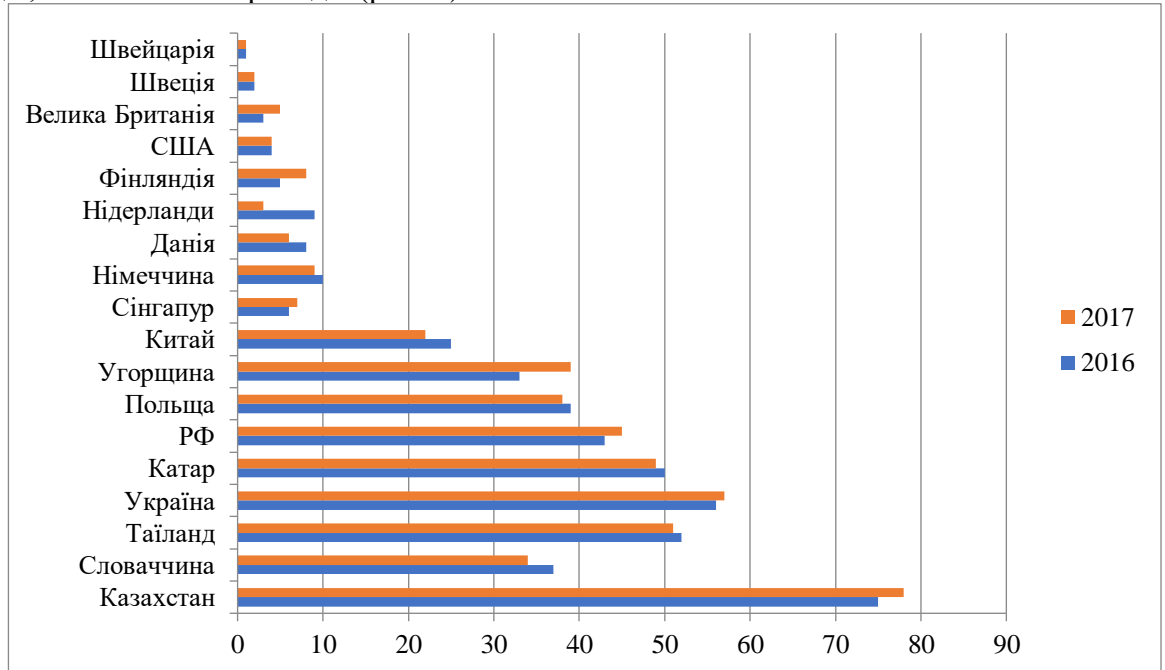


Рисунок 3 – Динаміка ГІІ по країнах за 2016-2017 рр. [6]

У 2017 р. Україна посіла найвищу позицію за останні 7 років – 50 місце, а в групі за рівнем доходів нижче середнього – 2 місце після В’єтнаму, обійшовши Монголію, Молдову, Вірменію та Індію. У порівнянні з 2016 р. Україна піднялася на 6 пунктів, що обумовлено високим коефіцієнтом інноваційної ефективності, тобто співвідношенням отриманого результату до інноваційних ресурсів.

Основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал. Його ефективна реалізація і є головною конкурентною перевагою. Однак у порівнянні з 2016 р. цей показник зменшився за рахунок скорочення державних витрат на освіту (18 місце у 2016 р., 22 місце – 2017 р.) та науку. За підіндексом “людський капітал” у 2017 р. Україна на 41 позиції проти 40-ї у 2016 р. Фактором, який стримує інноваційний розвиток є низький рівень R&D витрат (54 місце у 2017 р.), що обумовлює пошук інших джерел фінансування та міграцію науковців за межі України.

У 2017 р. за підіндексом “Інституції” Україна посідає 101 місце, як і у 2016 р. (у тому числі за показником політичне середовище – 122-е місце (123 – 2016 р.), регуляторне середовище – 82-е (84 – 2016 р.), за станом бізнес-середовища – 78-е (79 – 2016 р.).

За рівнем розвитку інфраструктури Україна на 90 місці рейтингу проти 99-го у доповіді за 2016 рік. Показники ринків України оцінені в 43,2 бали, що відповідає 81-й позиції (за кредитами – 71 місце, рівнем торгівлі та конкуренції – 48, інвестиціями – 107).

За підіндексом “Бізнес-досвід” Україна піднялася на 22 позиції і посіла 51 місце (за кількістю працівників розумової праці – 41 місце, інноваційним зв’язками – 72, сприйняттям знань – 63).

За результативністю наукових досліджень Україна у 2017 р. на 32-й позиції рейтингу проти 33-ї у 2016 р. У тому числі за показником створення знань – 16 місце, вплив знань – 77, поширення знань – 54.

За підіндексом “Креативність” Україна покращила свою позицію, перемістившись з 58 місця на 49, у тому числі за показником “нематеріальні активи” – 26 місце, “креативні товари та послуги” – 92, “онлайн креативність” – 47 (рис. 4).

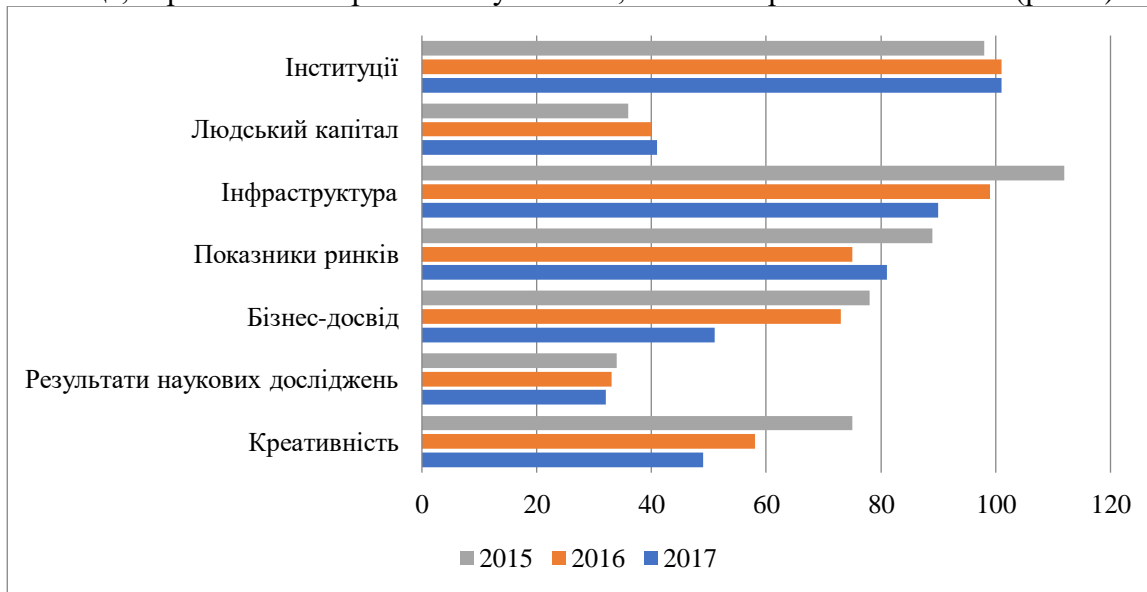


Рисунок 4 – Динаміка підіндексів ГП для України за 2015-2017 рр. [6]

Крім Глобального інноваційного індексу у доповіді визначається рейтинг країн за Індексом інноваційної ефективності, який розраховується на основі тих же показників та підіндексів, що й ГП, шляхом рейтингування відношення Інноваційного вихідного індексу до Інноваційного вхідного індексу. Індекс інноваційної ефективності характеризує створення сприятливих умов для інноваційної результативності. За цим показником у 2017 р. Україна на 11 місці, що на одну позицію вище, ніж у 2016 р. Це свідчить про зростання ефективності інноваційної діяльності в країні.

Світовий банк опублікував аналітичну доповідь «Ведення бізнесу в 2017 році» – XIV видання серії в рамках проекту «Ведення бізнесу» (Doing Business), що випускається Світовим банком і Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC, входить до групи СБ). У новому звіті наводиться рейтинг 190 держав світу за показником створення сприятливих умов ведення бізнесу.

Дослідження проводилося з червня 2015 по червень 2016 року. За цей період експерти зафіксували в 137 державах 283 нормативно-правових реформи в сфері регулювання підприємницької діяльності, спрямовані на поліпшення умов для створення і ведення бізнесу. Найбільша частина реформ стосується спрощення процедури створення підприємств. Наступні за популярністю – реформи в сфері оподаткування, доступу до кредитів і регулювання міжнародної торгівлі. Список країн, які продемонстрували значні поліпшення в полегшенні ведення бізнесу за останній рік, очолили: Бруней, Казахстан, Кенія, Білорусь, Індонезія. Однак незважаючи на значні поліпшення, у цих країнах все ще існують проблеми, які потребують рішень.

Цього року перше місце за сумарним ступенем сприятливості умов для підприємницької діяльності посіла Нова Зеландія і змістила на друге місце Сінгапур, який був лідером рейтингу протягом дев'яти років поспіль. У першу десятку країн-лідерів також увійшли: Данія, Гонконг, Південна Корея, Норвегія, Велика Британія, Сполучені Штати Америки, Швеція і Македонія.

Найбільш сприятливі умови для ведення бізнесу, як і раніше, відзначаються в країнах з високим рівнем доходу, що є членами ОЕСР, а найменш сприятливі – в країнах Африки і Південної Азії. Так, у багатьох африканських державах створення компанії обходиться значно дорожче, ніж в країнах ОЕСР, тому багато підприємств відмовляються від офіційної реєстрації і працюють нелегально в тіньовому секторі економіки. У таких державах для підприємців закритий доступ до організованого кредитування і ринків, а їх співробітники не отримують пільг і залишаються за рамками систем соціального захисту. Найбільш несприятливими країнами для ведення бізнесу в цьому році визнані Лівія, Еритрея, Сомалі.

Україна за Індексом ведення бізнесу 2017 поліпшила за рік свої показники на 3 пункти і посіла 80-е місце рейтингу, розташувавшись між Сан-Марино та Боснією і Герцеговиною. Однак варто зазначити, що покращення частково відбулися завдяки методологічним змінам, зокрема введенню гендерного компоненту та розширенню показників у сфері оподаткування. Ретроспективне застосування методологічних змін до показників минулих років свідчить про те, що власно реформи змінили положення країни лише на один пункт.

За результатами країн-сусідів, Росія в рейтингу піднялася на 11 позицій і опинилася на 40 місці. Білорусь перемістилася з 44 на 37 місце. Молдова піднялася з 52-го на 44 місце в рейтингу. Поліпшила результат і Польща, піднявшись з 25 на 24 місце. Україна належить до країн, які спростили нормативно-правові аспекти та зміцнили правові інститути за такими показниками: спрощення процедури реєстрація підприємств, захист прав інвесторів та оподаткування. Але все такими ж складними залишаються питання щодо отримання дозволів на будівництво – 140 місце, підключення до системи енергопостачання – 130, ліквідації підприємств – 150, міжнародної торгівлі – 115 позиція (табл. 3).

Таблиця 3

Рейтинг України за складовими Індeksu ведення бізнесу за 2013-2017 рр. [7]

Показники	2013	2014	2015	2016	2017
Реєстрація підприємств	50	47	76	30	20
Отримання дозволів на будівництво	183	41	70	140	140
Підключення до системи енергопостачання	166	172	185	137	130
Реєстрація власності	149	97	59	61	63
Доступ до кредитів	23	13	17	19	20
Захист прав інвесторів	117	128	109	88	70
Оподаткування	165	164	108	107	84
Міжнародна торгівля	145	148	154	109	115
Забезпечення виконання контрактів	42	45	43	98	81
Ліквідація підприємств	157	162	142	141	15

Індекс людського розвитку – це комбінований показник, що характеризує розвиток людського потенціалу в країнах і регіонах світу. Щорічно розраховується експертами Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) спільно з групою незалежних міжнародних експертів, які у своїй роботі поряд з аналітичними розробками використовують статистичні дані національних інститутів і міжнародних організацій.

Під час аналізу використовувалися кількісні і якісні дані. Результати показують рівень прогресу різних країн у процесах розвитку, основні досягнення, недоліки та, найважливіше, проблеми, які вимагають негайного розв'язання. Індекс людського розвитку (ІЛР) вимірює досягнення країни з точки зору стану здоров'я, отримання освіти і фактичного доходу її громадян.

У доповіді за 2016 р. представлені дані щодо ІЛР, розраховані за підсумками 2015 року, для 188 держав і територій. Україна втратила кілька позицій у рейтингу і тепер її місце – одне з найнижчих серед країн регіону та Європи і відповідає 84-ій позиції в загальному рейтингу. Позитивним є те, що Україна залишається серед країн з високим рівнем людського розвитку і поліпшила деякі показники, наприклад, тривалість часу навчання (табл. 4).

Таблиця 4

Показники Індексу людського розвитку 2016 для України та деяких країн [8]

Країна	Значення ІЛР	Рейтинг за ІРУ	Очікувана тривалість життя	Очікувана кількість років навчання	ВНД на душу населення за ПКС
Польща	0,855	36	77,6	16,4	24,1
Росія	0,804	49	70,3	15,0	23,29
Білорусь	0,796	52	71,5	15,7	15,63
Грузія	0,769	70	75,0	13,9	8,86
Туреччина	0,767	71	75,5	14,6	18,71
Україна	0,743	84	71,1	15,3	7,36
Вірменія	0,743	84	74,9	12,7	8,19
Молдова	0,699	107	71,7	11,8	5,03
Європа, Центральна Азія	0,756	-	72,6	13,9	12,86

Протягом 1990-2015 років очікувана тривалість життя при народженні зросла на 1,3 року, очікувана тривалість навчання – на 2,9 року, середня кількість років навчання – на 2,2 року, але валовий національний дохід (ВНД) на душу населення впав на 31,9%.

Отже, поки країни з подібними умовами та проблемами, які має Україна, поступово рухаються вперед та підвищують свій ВНД, потенціал людського розвитку в Україні використовується недостатньо, а розрив з іншими країнами зберігається.

Визнаючи важливість усіх інших складових ІЛР, слід підкреслити, що саме економічний розвиток і справедливий розподіл ресурсів може найбільше сприяти підвищенню місця країни у рейтингу людського розвитку. Досвід розвинутих країн

доводить, що за умов сталого розвитку інновації повинні пропорційно здійснювати внесок в економічний і соціальний розвиток.

Інноваційний розвиток перетворився в сучасних умовах на один з найважливіших факторів не тільки конкурентоспроможності економіки, але й соціально-економічного розвитку, удосконалення інституційного середовища економіки та задоволення потреб споживачів.

Україна має високий освітній та науковий потенціал, здатний продукувати різноманітні новації у вигляді ідей, наукових розробок, патентів, однак при цьому вона має слабкий механізм впровадження їх у сферу економічної діяльності. У зв'язку з цим, у першу чергу, необхідно розробити дієвий механізм впровадження результатів інноваційної діяльності, що має забезпечити подальше підвищення рівня життя населення та вищі показники Індексу людського розвитку.

Підсумовуючи результати аналізу показників міжнародних індексів можна зробити висновок, що зміни відбуваються досить повільно (табл. 5). Наближення до поставлених цілей спостерігається за трьома з чотирьох індексів, але за двома з них – індексами Doing Business та приваблювання талантів – наближення відбувається дуже повільно: з такою швидкістю до 2020 р. Україна навряд чи досягне поставлених цілей.

Таблиця 5

Рейтинги України за міжнародними індексами у 2015-2016 рр. і 2017 р. та цільові кількісні показники, яких передбачається досягнути до 2020 р.

Індекс	Рейтинг за 2015-2016 рр.	Рейтинг 2017р.	Рейтинг за поставленою ціллю у 2020 р.
Doing Business	83	80	30
Глобальний інноваційний індекс	56	50	50
Індекс людського розвитку	81	84	50
Індекс приваблювання талантів	97	94	80

У «Стратегії сталого розвитку України – 2020» передбачено дерегуляцію та розвиток підприємництва, а також однією з ключових цілей – прагнення України увійти до перших 30 країн рейтингу Doing Business. Але, як свідчать дані цього Індексу за 2017р., деякі показники, зокрема «отримання дозволів на будівництво», «ліквідація підприємств», «міжнародна торгівля», залишаються на дуже низькому рівні, хоча сумарне значення даного Індексу покращилося до 80-ої позиції.

За Глобальним індексом інновацій Україна досягла поставленого урядом завдання – 50 місце, але при цьому низькими є показники інституціонального розвитку (101 місце як і у минулому році) та розвитку інфраструктури (90 місце) у зв'язку з політичною нестабільністю і непослідовністю проведення реформ. Законодавча база та методи державної підтримки інноваційного розвитку залишаються недосконалими.

Погіршення позиції України в Індексі людського розвитку свідчить про необхідність ефективних дій з покращення економічної ситуації в країні, оскільки значення ВВП на душу населення зараз навіть нижче, ніж у 1990 р. Україна не в повній мірі використовує людський потенціал, тому значно відстає від країн з подібними

умовами і проблемами. Про це ж свідчить і погіршення позиції України у Глобальному індексі конкурентоспроможності талантів.

Крім того, Україна в порівнянні з минулим роком втратила 6 позицій за рівнем конкурентоспроможності. Причиною цього стало погіршення показників «розвитку фінансового ринку», «рівня розвитку бізнесу», «інфраструктури».

Шлях до процвітання лежить через зростання економіки, зростання економіки залежить від конкурентоспроможності продукції, конкурентоспроможність продукції – від інновацій, а інновації – від ступеня підтримки розвитку талантів в країні. За Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів позиція України в загальному рейтингу погіршилася. Основною причиною є недосконалість регуляторного середовища, бізнес середовища і ринку праці. У Глобальному індексі талантів слабкими місцями України також визначено “якість середовища для підготовки кваліфікованих кадрів”, “мобільність і відносна відкритість ринку праці”.

Висновки. Таким чином, для розвитку інновацій в Україні необхідно, перш за все, створити ефективне інституціональне середовище, яке забезпечить економічне зростання, розвиток талантів та підвищення рівня людського розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційна стратегія українських реформ / [А. Гальчинський, В. Геєць, А. Кінах, В. Семиноженко]. – К.: Знання України, 2002. – 109 с.
2. Гражевська Н. І. Системна трансформація економіки в сучасному парадигмальному контексті / Н. І. Гражевська // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія Економіка. – 2006. – № 86–8. – С. 7–10
3. Федулова Л. Тенденції розвитку високотехнологічного сектору економіки України / Л. Федулова // ЕКОНОМІСТ. – 2009. - №1. – с. 32-36.
4. Розпорядження КМУ від 03.04.2017 «Про затвердження середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249935442>
5. The Global Competitiveness Report 2016-2017. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf
6. The Global Innovation Index 2017. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>
7. Доповідь “Doing business” за 2013-2017 рр. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org>
8. Human Development Index 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf

УДК 336.71

Руденко О.О., Донецький національний університет імені Василя Стуса

Волкова В.В., к.е.н., доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ БАНКІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ НОРМАТИВУ LCR

В статті доведено, що ліквідність виступає однією з найважливіших якісних характеристик діяльності банку, що свідчить про надійність та стійкість його фінансового стану. За результатами дослідження уточнено визначення поняття «ліквідність банку»; виокремлено фактори впливу на стан ліквідності банків в залежності від середовища формування; визначено, що на управління ліквідністю банку безпосередньо впливає видача кредитів та залучення депозитів (в тому числі і в іноземній валюті); проведено аналіз динаміки та структури обсягу кредитів і депозитів банків України у розрізі валют; проведено аналіз динаміки обсягу доходів і видатків банків України за період з 2014 року до початку 2018 р.; розглянуто та проаналізовано дотримання банками України встановлених нормативів ліквідності (норматив миттєвої ліквідності, норматив поточної ліквідності, норматив короткострокової ліквідності); здійснено порівняльну характеристику нормативу поточної ліквідності та коефіцієнту покриття ліквідності (LCR); доведено, що передбачені стандарти ліквідності банків (Базель III) в більшій мірі, ніж в Україні, спрямовані на забезпечення фінансової сталості як кожного окремого банку, так і банківської системи країни в цілому.

Ключові слова: ліквідність банку, аналіз ліквідності, управління ліквідністю банків, нормативи ліквідності, LCR.

Рис. 4, Табл. 3, Літ 11.

Руденко О.О., Волкова В.В.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКОВ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ВВЕДЕНИЯ НОРМАТИВА LCR

В статье доказано, что ликвидность выступает одной из важнейших качественных характеристик деятельности банка, что свидетельствует о надежности и устойчивости его финансового состояния. По результатам исследования уточнено определение понятия «ликвидность банка»; выделены факторы влияния на состояние ликвидности банков в зависимости от среды формирования; определено, что на управление ликвидностью банка напрямую влияет выдача кредитов и привлечения депозитов (в том числе и в иностранной валюте); проведен анализ динамики и структуры объема кредитов и депозитов банков Украины в разрезе валют; проведен анализ динамики объема доходов и расходов банков Украины за период с 2014 года до начала 2018 г.; рассмотрено и проанализировано соблюдение банками Украины установленных нормативов ликвидности (норматив мгновенной ликвидности, норматив текущей ликвидности, норматив краткосрочной ликвидности); осуществлено сравнительную характеристику норматива текущей ликвидности и коэффициента покрытия ликвидности (LCR); доказано, что предусмотренные стандарты ликвидности банков (Базель III) в большей степени, чем в Украине, направленные на обеспечение финансовой устойчивости как каждого отдельного банка, так и банковской системы страны в целом.

Ключевые слова: ликвидность банка, анализ ликвидности, управление

Rudenok O., Volkova V.

FEATURES OF LIQUIDITY MANAGEMENT OF UKRAINIAN BANKS IN CONDITIONS OF THE IMPLEMENTATION THE LCR STANDARD

The article proves that liquidity is one of the most important qualitative characteristics of the bank's activity, which testifies to the reliability and stability of its financial condition. According to the results of the research, the definition of the concept of "liquidity of the bank" was clarified; the factors influencing the state of liquidity of banks were identified depending on the formation environment; it was determined that on the liquidity management of the bank is directly influenced by the issuance of loans and the attraction of deposits (including in foreign currency); an analysis of the dynamics and structure of the volume of loans and deposits of banks of Ukraine was conducted in terms of currencies; analysis of the dynamics of the volume of incomes and expenditures of Ukrainian banks was conducted for the period from 2014 to the beginning of 2018; the compliance of the banks of Ukraine with the established norms of liquidity (the norm of instant liquidity, the norm of current liquidity, the norm of short-term liquidity) was considered and analyzed; a comparative characteristic of the current liquidity ratio and the liquidity coverage ratio (LCR) was made; it was proved that the banks' liquidity standards (Basel III) are more than in Ukraine aimed at ensuring financial sustainability of each individual bank and the banking system of the country as a whole.

Key words: liquidity of the bank, analysis of liquidity, liquidity management of banks, norms of liquidity, LCR.

Постановка проблеми. Банки є найбільш активними операторами фінансового ринку України. Довіра до них з боку клієнтів у значній мірі визначається фінансовою стабільністю банків і станом їх ліквідності, адже від ліквідності банку залежить якість та повнота надання послуг клієнтам. Управління ліквідністю є складовою забезпечення фінансової стійкості банків, саме тому ефективне управління ліквідністю має бути одним із головних пріоритетів в діяльності банку і свідчить про актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у вирішення даної наукової проблеми внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, такі, як: Н. Волкова [1], В. Міщенко [2], І. Бурденко [3], В. Коваленко [4], Д. Хоружий [5].

Виділення невирішеної проблеми. Проте, не зважаючи на значні наукові результати, отримані вченими, наразі управління ліквідністю банків залишається недостатньо розробленим як в теоретичному, так і в практичному аспектах.

Мета статті полягає в поглибленні теоретичних досліджень і розробці практичних рекомендацій щодо ефективного управління ліквідністю банків в Україні, спрямованих на зміцнення їх фінансової стійкості.

Виклад основного матеріалу. Своєчасне та повне виконання банками та банківською системою в цілому своїх функцій у значній мірі залежить від стану ліквідності, так як ліквідність - це одна із загальних якісних характеристик діяльності цих кредитних інститутів на ринку, що сприяє їх надійності, стійкості та конкурентоспроможності.

Суттєве значення у розкритті поняття ліквідність банку є не тільки посилення на спроможність забезпечувати своєчасне виконання зобов'язань з повернення залучених ресурсів та задоволення економічно обґрунтованих потреб його клієнтів у кредитах, але й можливість банку задовольнити вимоги своїх кредиторів і позичальників з найменшими для банку витратами. Отже, ліквідність банку – це спроможність банку вчасно та з найменшими витратами виконати вимоги щодо погашення зобов'язань та

бути здатним задовольняти запити своїх клієнтів в наданні кредитів.

Варто зазначити, що в забезпеченні ліквідності зацікавлений банк, його клієнти та регулюючі державні органи. Значення ліквідності банків обумовлює необхідність управління нею на макрорівні та на мікрорівні.

Станом на 01.05.2018 р. в Україні 82 [6] банків мають ліцензію на здійснення банківської діяльності, при цьому на початок червня 2018 р. у стадії ліквідації знаходилося 92 банки, в 2 банках діяла тимчасова адміністрація ФГВФО [7]. За цих умов важливо проаналізувати стан ліквідності банків, тобто дослідити фактори впливу, які сприяють зміні рівня ліквідності банку в динаміці для того, щоб виявити відхилення від планових чи нормативних значень та визначити вплив отриманих відхилень на діяльність банку.

Критичний розгляд наявних точок зору вчених [1-5] та власні дослідження дали можливість систематизувати чинники, що визначають стан ліквідності банку. Насамперед, в залежності від середовища формування їх можна поділити на внутрішні, які мають безпосередній вплив на ліквідність банків, та зовнішні, які є неконтрольованими з боку банків. Зовнішні фактори можуть проявляють свою дію на мікро- та макрорівні. У складі чинників зовнішнього середовища, крім того, слід виокремлювати фактори, що формуються як в межах, так і поза межами держави. Детальний розгляд чинників, що впливають на стан ліквідності банків, дає підстави стверджувати, що у своїй сукупності вони об'єднуються у такі, що формують попит і пропозицію ліквідних коштів.

Управління ліквідністю – це основа існування банківської установи, що особливо гостро відчувається в умовах фінансово-економічної кризи.

На управління ліквідністю банку безпосередньо впливає видача кредитів та залучення депозитів (в тому числі і в іноземній валюті). За наявності валютних кредитів або депозитів у кредитному чи депозитному портфелі банків відповідно поряд з кредитним ризиком позичальники і банки потерпають від валютних ризиків. Отже розглянемо спочатку динаміку і структуру кредитів банків України у розрізі валют (таблиця 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягу кредитів банків України у розрізі валют

Види кредитів	01.01.2016 млн. грн.	01.01.2017		01.01.2018		01.03.2018		
		млрд грн.	порівн. з попереднім періодом %	млрд грн.	порівн. з попереднім періодом %	млрд грн.	порівн. з попереднім періодом %	порівн. з поч. 2016 року %
<i>Кредити всього:</i>	986,6	972,2	-1,46%	1036,2	6,58%	1021,5	-1,42%	3,53%
<i>у тому числі у розрізі валют</i>								
а) у гривнях	418,0	492,5	17,81%	568,6	15,44%	573,3	0,84%	37,15%
б) у доларах США	520,2	431,3	-17,10%	401,7	-6,87%	384,5	-4,28%	-26,10%
в) в євро	43,1	45,1	4,38%	62,7	39,13%	60,4	-3,56%	40,06%

*Складено та розраховано автором на основі [8]

Таким чином, питома вага виданих кредитів у гривні у загальному складі кредитів від початку 2016 року до початку березня 2018 року коливалась від 42,37% до 56,13%; питома вага кредитів в доларах – від 52,73% до 37,64%; питома вага кредитів в євро – від 4,37% до 5,92%.

Отже, спостерігається тенденція до зменшення суми виданих кредитів в доларах та збільшення суми виданих кредитів в національній валюті та в євро.

Далі розглянемо динаміку і структуру депозитів банків України у розрізі валют за 01.01.2016 – 01.03.2018 роки (Таблиця 2).

Таблиця 2

Динаміка обсягу депозитів банків України у розрізі валют

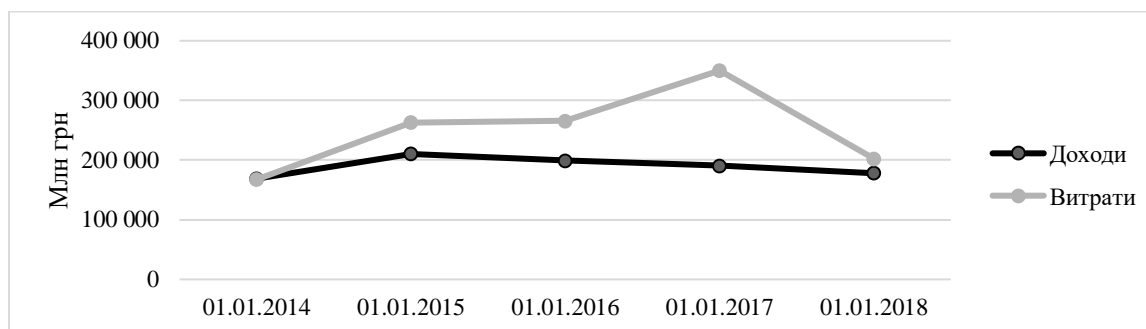
Види депозитів	01.01.2016 млн. грн.	01.01.2017		01.01.2018		01.03.2018		
		млрд. грн.	порівн. з поперед. періодом %	млрд. грн.	порівн. з поперед. періодом %	млрд. грн.	порівн. з поперед. періодом %	порівн. з поч. 2016 року %
<i>Депозитів всього:</i>	687,8	737,3	7,20%	816,9	10,79%	811,4	-0,68%	17,97%
<i>у тому числі у розрізі валют</i>								
у гривнях	362,7	392,4	8,21%	448,4	14,25%	455,3	1,55%	25,54%
у доларах США	270,7	286,2	5,73%	297,8	4,05%	287,1	-3,58%	6,08%
в євро	50,76	55,62	9,57%	67,55	21,45%	65,9	-2,37%	29,93%

*Складено та розраховано автором на основі [8]

Загальна сума залучених депозитів за аналізований період збільшилась на 17,97%. Питома вага залучених депозитів у гривні у загальному складі депозитів від початку 2016 року до початку лютого 2018 року коливалась від 52,73% до 56,12%; питома вага депозитів в доларах – від 39,36% до 35,39%; питома вага депозитів в євро – від 7,38% до 8,13%.

Як ми бачимо, спостерігається тенденція до зменшення суми залучених депозитів в доларах та збільшення суми залучених депозитів в національній валюті та в євро.

Також розглянемо динаміку доходів і видатків банків України за 2014-початок 2018 рр., адже ліквідність банку знаходиться в обернено пропорційному зв'язку із його доходністю (рис. 1.).



*складено автором на основі [6]

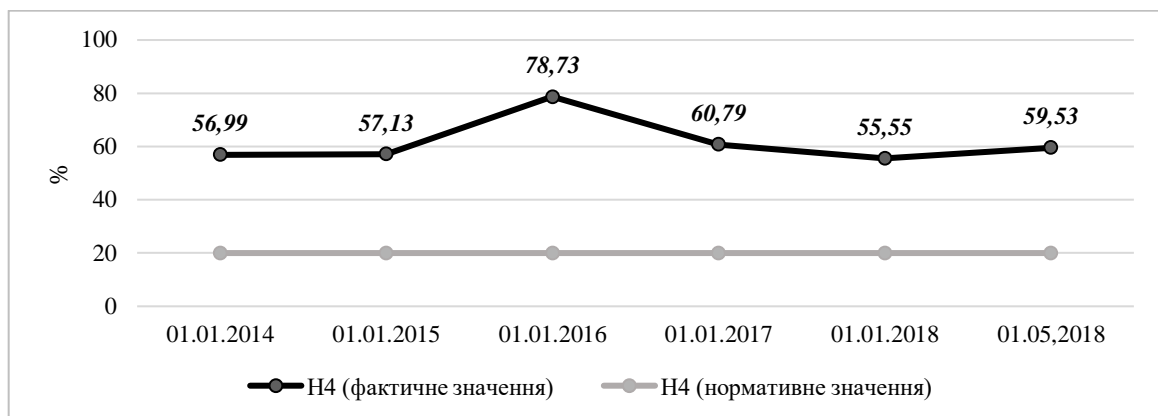
Рис. 1 - Динаміка доходів і витрат банків України за 2014 - початок 2018 рр.

Проаналізувавши дану динаміку доходів і видатків банків України, ми бачимо, що найбільш збитковим за аналізований період банківський сектор був на початку 2017 року, розмір збитків складав майже 160 млрд грн, що обумовлено резервуванням кредитного портфеля ПАТ КБ ПриватБанку в кінці 2016 року.

Проте, спостерігається позитивна тенденція зменшення збиткової діяльності банків протягом 2017 р. і вже на початку 2018 р. збитки склали 24,4 млрд грн. За даними Національного банку України [6], у першому кварталі 2018 року банки України відновили прибуткову діяльність після збиткової роботи у четвертому кварталі 2017 року. При цьому вони продовжили активно кредитувати населення та залучати депозити фізичних осіб. За підсумками періоду січень-квітень банки отримали чистий прибуток 10,7 млрд грн [6].

Прояв вищезазначених та інших факторів позначився на стані ліквідності банків. Для контролю та оцінки стану ліквідності банку використовують встановлені Національним банком України нормативи.

Розглянемо динаміку нормативів ліквідності вітчизняних банків станом на початок 2014-2018 рр. (рис.2).

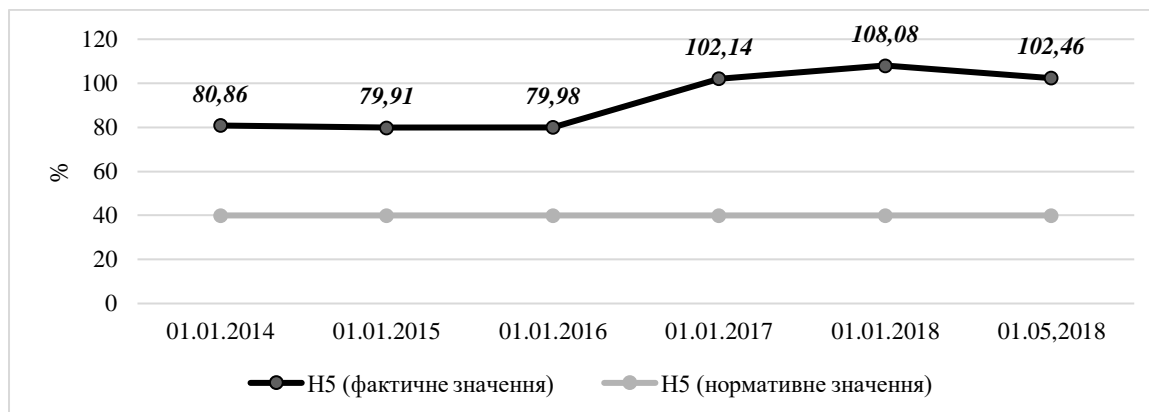


*складено автором на основі [6]

Рис. 2 - Динаміка дотримання нормативу миттєвої ліквідності банків України за 2014-2018 рр.

Протягом аналізованого періоду фактичне значення нормативу миттєвої ліквідності (норматив Н4) (Рис. 2.) перевищує нормативне значення показника (20 %) в середньому майже в 3 рази. Незначне збільшення фактичного значення нормативу миттєвої ліквідності Н4 за січень-травень 2018 року свідчить про зростання розмірів надлишкових резервів банків.

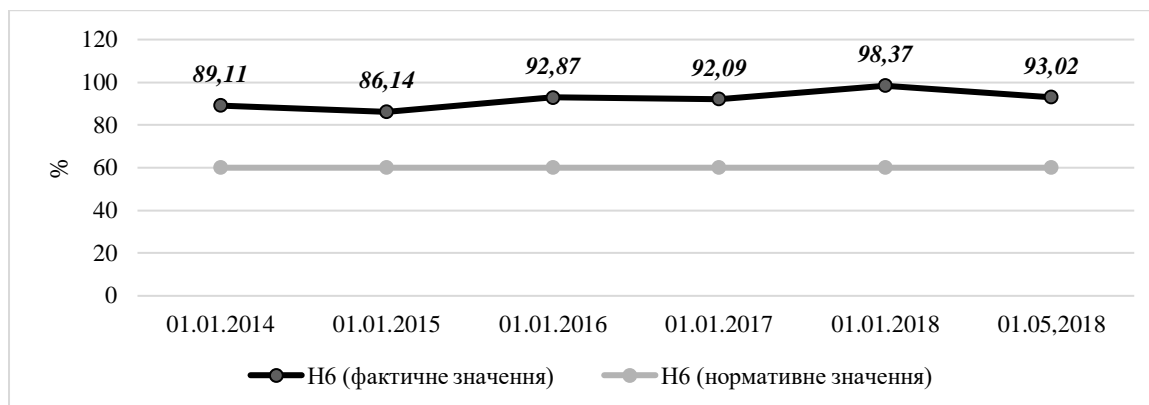
Як видно з Рис. 3. протягом аналізованого періоду фактичне значення нормативу поточної ліквідності (норматив Н5) перевищує мінімально допустимий рівень в середньому майже в 2,5 рази, що свідчить про накопичення банками значних обсягів високоліквідних активів.



*складено автором на основі [6]

Рис. 3 - Динаміка дотримання нормативу поточної ліквідності банків України за 2014-2018 рр.

Про прагнення банків в сучасних умовах соціально-економічної нестабільності мати запас ліквідності впродовж одного року свідчить також те, що нормативне значення нормативу короткострокової ліквідності за аналізований період було перевищено в середньому в 1,5 рази (Рис. 4.).



*складено автором на основі [6]

Рис. 4 - Динаміка дотримання нормативу короткострокової ліквідності банків України за 2014-2018 рр.

Значне перевищення фактичних значень нормативів ліквідності над їх нормативним значенням свідчить про те, що банки не в повній мірі використовують кошти, які осідають на поточних рахунках і депозитах до запитання для їх розміщення в доходні активи.

Наслідком може стати неплатоспроможність банку, не зважаючи на його спроможність виконувати поточні зобов'язання. Слід також зазначити, що така ситуація є вкрай небезпечною для банків, тому що в основному збільшення ліквідності досягається накопиченням тимчасово вільних коштів на банківських рахунках, а також вкладенням їх у високоліквідні цінні папери або у валютні цінності. Таким чином при створенні високого рівню ліквідності банки вилучають велику кількість грошей з обігу, наслідком чого є дефіцит кредитних вкладень.

Ліквідність банків є актуальною проблемою функціонування вітчизняної банківської системи, вирішення якої неможливе без забезпечення економічного

зростання країни та стабільності банківської системи. З метою підтримки фінансової стабільності та підвищення стійкості банківської системи до можливих шоків ліквідності Правлінням НБУ було затверджено новий норматив для українських банків – коефіцієнт покриття ліквідністю або LCR (Liquidity coverage ratio) [9]. Даний коефіцієнт було передбачено одним зі стандартів Базель III [10]. Проаналізувавши значення нормативів ліквідності банків України та встановивши, що існує надлишкова ліквідність, можна сказати, що банки готові до впровадження LCR.

Даний коефіцієнт можна порівняти із уже впровадженим у банківську діяльність нормативом поточної ліквідності Н5 (Таблиця 3).

Таблиця 3

Порівняння коефіцієнту покриття ліквідності (LCR) та нормативу поточної ліквідності (Н5)

Показник	Формула для розрахунку та сутність показника	Нормативне значення
Показник покриття ліквідності (Liquidity coverage ratio, LCR)	$LCR = \frac{\text{Високоліквідні активи}}{\text{Чисті грошові відтоки за 30 – денний період}}$	≥ 100%
	Запровадження коефіцієнту LCR ставить за мету сприяти стійкості банківського сектору шляхом забезпечення у банків достатнього запасу невитрачених ліквідних активів високої якості, які можуть бути легко і швидко конвертовані в гроші.	
Норматив поточної ліквідності (Н5)	$H5 = \frac{\text{Високоліквідні активи та активи до 31 дня}}{\text{Зобов'язання до 31 дня}}$ <p>Характеризує мінімально необхідний обсяг активів банку для забезпечення виконання поточного обсягу зобов'язань протягом одного календарного місяця</p>	≥ 40%

*Складено автором на основі [6], [10], [11]

У порівнянні з нормативом поточної ліквідності, при розрахунку якого не враховується те, що не будуть повернуті всі депозити та не будуть погашені всі кредити, коефіцієнт покриття ліквідністю моделює ліквідну позицію банку за умов реалістичного стресу. Також розрахунок LCR дозволяє оперувати очікуваними майбутніми грошовими потоками, де різні складові мають різну вагу в залежності від їхньої ліквідності.

Зазначимо, що з 1 червня 2018 р. розрахунок коефіцієнта покриття ліквідності LCR здійснюється в тестовому режимі, а з 1 грудня 2018 р. норматив LCR стане обов'язковим до виконання.

Отже, передбачені Базелем III стандарти ліквідності банків в більшій мірі, ніж нормативи ліквідності встановлені НБУ, спрямовані на забезпечення фінансової сталості як кожного окремого банку, так і банківської системи країни в цілому, так як ліквідність банків оцінюється не «як запас», а «як потік», що дає можливість передбачати і прогнозувати ризики ліквідності з урахуванням майбутніх надходжень і потреб в ліквідних коштах і тим самим забезпечити фінансову стабільність банків за рахунок попередження і зниження ризику ліквідності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна зазначити, що актуальною проблемою функціонування банків України є їх ліквідність. Ліквідність виступає однією з найважливіших якісних характеристик діяльності банку, що свідчить про надійність та стійкість його

фінансового стану. За результатами аналізу чинників впливу на ліквідність та діючих нормативів ліквідності було встановлено, що управління ліквідністю банків потребує вдосконалення. Стандарти Базель III в більшій мірі, ніж нормативи ліквідності банків в Україні, передбачають можливість забезпечити фінансову стабільність банків за рахунок попередження і зниження ризику ліквідності. В свою чергу, 30-денний норматив LCR спрямований на забезпечення короткострокової стійкості банку до коливань ліквідності, що особливо відчувається в умовах фінансово-економічної кризи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волкова Н.І., Волкова В.В., Чорна О.М. Управління ліквідністю як складова фінансової стійкості банку. URL: <http://fkd.org.ua/article/viewFile/29239/26263>
2. Міщенко В.І., Сомик А.В. Ліквідність банківської системи України: Науково-аналітичні матеріали URL: <https://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=70688>
3. Бурденко І. М. Фінансовий механізм управління ліквідністю банку [Текст]: монографія / [І. М. Бурденко, Є.С. Дмитрієв, Ю.С. Ребрик, Ю.С. Серпенінова]; за заг. ред. Ю.С. Серпенінової. – Суми : Університетська книга. - 2011. – 136 с.
4. Коваленко В.В. Обґрунтування стратегії управління ліквідністю банківської установи URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/56642/7/Kovalenko_Obgruntuvannia_stratehii%20.pdf
5. Хоружий Д. Сучасні тенденції впровадження положень Базеля III URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2015_4_19
6. Показники банківської системи. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593
7. Виведення банків з ринку. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб URL: <http://www.fg.gov.ua/not-paying>
8. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Офіційний сайт Національного банку України URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58127
9. Постанова Правління Національного банку України Про запровадження коефіцієнта покриття ліквідністю (LCR) URL: <https://bank.gov.ua/document/download?docId=64546644>
10. Basel III: international regulatory framework URL: <https://www.bis.org/bcbs/basel3.htm?m=3%7C14%7C572>
11. Basel III: Building blocks of new regulation <http://feweb.uvt.nl/pdf/brounen/literatuurtip3.pdf>

УДК 332.146.2

Фінагіна О.В., д.е.н., проф., Черкаський державний технологічний університет

Захарова О.В., д.е.н., проф., Черкаський державний технологічний університет

Сурай А.С., к.е.н., доц., Черкаський державний технологічний університет

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЗНАТЬ УКРАЇНСЬКОГО РЕГІОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ДІЛОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ

Форсування розвитку ділового середовища регіону потребує розуміння методології цього процесу, досконалого визначення і обґрунтування понятійно-категорійного апарату. У дослідженні визначено рівні функціонування ділового середовища як інформаційного відображення комплексного розвитку просторових систем. Визначена роль ділового середовища як інституту визнання й закріплення змін у суспільстві, орієнтованих на гармонізацію економічних і соціальних інтересів регіону, виокремлено ключові інтереси: економічні, геополітичні, інформаційно-комунікаційні, соціокультурні, екологічні, правові, інституційні.

Систематизовано моделі розвитку економіки (країни, регіону) на основі визначення та цільового механізму регулювання ділового середовища. Доведена необхідність залучення дієвого мотиваційного апарату в процесі побудови унікальної вітчизняної моделі ділового середовища регіону, до складу якого мають бути включеними такі важелі, як фіскальний, інфраструктурний, кластероутворюючий, інноваційно-освітній, соціалізаційний, експортоорієнтований тощо. Конкретизовано основні процеси розвитку та змін ділового середовища з позицій складності систем, дії законів інтеграції і синергії, перетворень на рівнях зовнішнього і внутрішнього середовищ. Визначено перспективні напрями досліджень ділового середовища на рівні регіонів і регіонального менеджменту: аналіз конфліктів і проблем; дисбаланс механізмів розвитку та інтересів стейкхолдерів ділового середовища регіону; розробка дієвого прототипу ділового середовища регіону, методики комплексної оцінки ділового середовища; визначення можливостей трансформаційного перенесення успішного досвіду.

Ключові слова: ділове середовище, регіон, регіональний менеджмент, розвиток, система знань

Рис.5, Літ.19

Финагина О.В., Захарова О.В., Сурай А.С.

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ УКРАИНСКОГО РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ДЕЛОВАЯ СРЕДА

Форсирование развития деловой среды региона требует понимания методологии этого процесса, определения и обоснования понятийно-категориального аппарата. В исследовании определены уровни функционирования деловой среды как информационного отображения комплексного развития пространственных систем. Определенная роль деловой среды как института признания и закрепления изменений в обществе, ориентированных на гармонизацию экономических и социальных интересов региона, выделены ключевые интересы: экономические, геополитические, информационно-коммуникационные, социокультурные, экологические, правовые, институциональные.

Систематизированы модели развития экономики (страны, региона) на основе определения и целевого механизма регулирования деловой среды. Доказана необходимость привлечения эффективного мотивационного аппарата в процессе построения уникальной отечественной модели деловой среды региона, в состав которого

должны быть включены такие рычаги, как фискальный, инфраструктурный, кластерообразующий, инновационно-образовательный, социализационный, экспортноориентированный. Конкретизированы основные процессы развития и изменений деловой среды с позиций сложности систем, действия законов интеграции и синергии, преобразований на уровне внешней и внутренней среды. Определены перспективные направления исследований деловой среды на уровне регионов и регионального менеджмента: анализ конфликтов и проблем; дисбаланс механизмов развития и интересов стейкхолдеров деловой среды региона; разработка действенного прототипа деловой среды региона, методики комплексной оценки деловой среды; определение возможностей трансформационного переноса успешного опыта.

Ключевые слова: деловая среда, регион, региональный менеджмент, развитие, система знаний

Finagina O., Zakharova O., Surai A.

THE PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF THE KNOWLEDGE SYSTEM OF UKRAINIAN REGIONAL MANAGEMENT: BUSINESS ENVIRONMENT

Forcing the development of the business environment of the region requires an understanding of the methodology of this process, the definition and substantiation of the concept-categorical apparatus. The study determines the levels of functioning of the business environment as an information display of the complex development of spatial systems. A certain role of the business environment as the institution of recognition and consolidation of changes in society, oriented to harmonize the economic and social interests of the region, highlighted key interests: economic, geopolitical, information and communication, sociocultural, ecological, legal, institutional.

The models of economic development (country, region) are systematized on the basis of the definition and target mechanism of regulation of the business environment. The necessity of attracting an effective motivational apparatus in the process of constructing a unique domestic model of the business environment of the region, which should include such levers as fiscal, infrastructure, cluster-building, innovation-educational, socialization, export-oriented, should be included. The main processes of development and changes of the business environment from the standpoint of the complexity of systems, the actions of the laws of integration and synergy, transformations at the level of the external and internal environment are specified. The perspective directions of business environment research at the level of regions and regional management are defined: analysis of conflicts and problems; imbalance of development mechanisms and interests of stakeholders in the business environment of the region; development of an effective prototype of the business environment of the region, methods of integrated assessment of the business environment; definition of the possibilities of transformational transfer of successful experience.

Key words: business environment, region, regional management, development, knowledge system

Перспективний розвиток ділового середовища є невід'ємною умовою поступової стабілізації фінансово-економічного стану на регіональному рівні та забезпечення тенденцій його подальшого прогресу, а тому потребує досконалого визначення і обґрунтування понятійно-категорійний апарат цього досить нового для українських реалій явища. При цьому особливу увагу необхідно приділити не стільки адаптації досить поширеного й прогресивного зарубіжного досвіду, скільки розробці на його

основі національних підходів, методів й інструментів розвитку українського регіонального ділового середовища. Лише за таких умов можливо досягти збалансованості інтересів й сталого зростання у соціальній й фінансово-економічній сферах регіонального розвитку, ефективності процесів формування національного бізнесу.

Світова економічна теорія пропонує значний обсяг доробок, присвячених різним аспектам формування й регулювання ділового середовища регіону. Так, інституційні аспекти формування бізнес-середовища розкрив Ф. Хайек [1]. Питання конфігурації інституційного забезпечення розвитку регіонального ділового середовища визначали Н. Солоділова, Р. Маліков і К. Грішин [2]. Р. Манн [3] і О. Набока [4] розглядали ділове середовище через призму економічних взаємозв'язків. У контексті культурно-ментальних зрушень ділове середовище вивчали Н. Коваленко [5] і М. Мельник [6]. Проблематику формування ділового середовища у світлі активізації інформаційних потоків досліджували В. Мартінович [7] і С. Шкарлет [8].

Разом із тим, під час дослідження праць, присвячених регулюванню ділового середовища регіону було встановлено наявність певних перешкод й методологічних ускладнень, що гальмують процес результативного нагромадження знань за обраною тематикою. Так, по-перше, більшість положень не мають комплексного й синтетичного характеру з позиції цілісності ділового середовища, його мультикомпонентності, урахування тенденцій впливу на результативність регулювання таких його складових, як економіка, соціум, культура, правові інституції і регулятори тощо. По-друге, більшість з наявних досліджень не враховує вплив стрімких змін і трансформацій, що відбуваються в інформаційному просторі та тенденцій соціального прогресу. По-третє, автори здебільшого не акцентують уваги на необхідності урахування складних процесів одночасного нагромадження як формальних, так і неформальних знань у досліджуваному питанні. По-п'яте, недостатню кількість досліджень присвячено синергетичним аспектам потенціалу розвитку ділового середовища та методичному супроводженню реалізації новітніх його форматів. Перелічені моменти підтверджують доцільність проведення подальших досліджень у визначеній тематиці.

Метою роботи є розвиток системи знань про ділове середовище регіону.

У системі сучасних економічних знань чітку роль відіграє регіональний менеджмент, орієнтований на створення відповідної системи новітніх знань, активні зміни в його економічному та соціальному просторах. Це загальносвітовий процес, в якому важливе місце належить національній школі економічних досліджень з її чималими здобутками й перспективами подальшого зростання. З огляду на швидке еволюціонування світових економічних й управлінських теорій регіональний менеджмент має стати базою для суттєвого розширення меж досліджень у сфері ділового середовища.

Водночас на сьогоднішній день в системі українських наукових досліджень ще не склалося комплексного розуміння ролі ділового середовища як інституту визнання й закріплення змін у суспільстві, орієнтованих на гармонізацію економічних і соціальних інтересів регіону. Лише у 2016 р. в Україні вперше було здійснено спробу оцінити ділове середовище у межах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні», складовою якої став розроблений спеціальний національний інструмент – «Щорічна оцінка ділового клімату» [9]. Не зважаючи на те, що даний документ не містив повного інформаційного спектру даних у регіональному розрізі, його слід вважати позитивним зрушенням у розширені кола аналітичних знань у сфері досліджуваного явища.

Було встановлено, що ділове середовище носить багатокomпонентний характер і включає захист інтересів національних виробників; формування балансу експорту й імпорту продукції і послуг регіону; регулювання міграційних потоків населення і, у першу чергу, молоді й представників бізнесу; захист внутрішнього ринку; інституціоналізацію бізнес-інфраструктури; зміну стандартів ведення бізнесу країни або певного регіону; зміну стандартів і норм культури тощо. Через таку побудову воно є досить чутливим до змін якісних і кількісних характеристик базових законів і закономірностей; державного, регіонального й галузевого регулювання; активізації інноваційної діяльності й науково-технічного прогресу; норм і культури ведення бізнесу, що і визначає його місце і роль у системі гармонізації економічних і соціальних інтересів регіонів (рис. 1).



Рис. 1 - Роль і місце ділового середовища у системі гармонізації економічних і соціальних інтересів

Джерело: авторська розробка

Окремі положення та первинне бачення теорії ділового середовища сформовано на сукупності знань міжнародної економіки та окремих тематичних напрямів зовнішньоекономічної діяльності, політології та культурології, галузевої економіки й менеджменту, регіональної економіки та менеджменту, підприємницької й інноваційної економіки. Така широта охоплення тільки підтверджує унікальність, актуальність і перспективність означеної проблематики, формує пріоритетне бачення потенціалу нового знання у поточних і майбутніх дослідженнях, які є орієнтованими на формування комплексної взаємодії у парадигмі відносин «світова економіка → національні економіки → регіональні економіки → галузеві комплекси → суб'єкти господарської діяльності регіону → населення». Наведена парадигма відносин забезпечує дію механізму розвитку стейкхолдерів, завдяки чому утворюється структура відносин, можливостей впливу та системної взаємодії, формуються певні моделі економічного розвитку і зростання.

У найближчій перспективі актуальними позиціонуються моделі інноваційної, кластерної, соціально орієнтованої й інформаційно-інноваційної економіки України, які мають бути розробленими на засадах оновлених знань регіонального менеджменту. Ці моделі багато в чому є ідеалізованими, але в їх основу закладається певна модель ділового середовища з описом складових, принципів функціонування, взаємозв'язків, наявних станів і зон проблематики, регіональних особливостей, чітких векторів змін, реформ, механізмів й інструментів різних форматів цільової політики з урахуванням регіональних особливостей функціонування ділового середовища (рис. 2).

Формування і регулювання ділового середовища передбачає змістовну зміну економічних, соціальних і культурних відносин на основі чіткого бачення майбутнього економіки регіону, пріоритетного використання ресурсів. Тобто має відбутися процес переходу від неефективної економічної моделі розвитку економіки до її більш доцільного варіанту за сучасних умов господарювання регіону і країни та наявних інтеграційних тенденцій. При цьому економічну модель слід розглядати як теоретичну формалізацію, збудовану для наближення й опису економічних процесів, концептуального бачення майбутнього, що здійснюється за допомогою невеликої кількості ключових індикаторів.

Найбільш відомими у світовій системі можна вважати такі ринкові моделі національних економік, як: ліберальна (американська ринкова модель); регульована ринкова економіка (західноєвропейська модель); соціально орієнтована ринкова модель (Швеція); японська модель; олігархічна модель (коли інтереси держави підпорядковуються інтересам панівних олігархічних груп, кланів); моделі нових індустріальних країн (моделі економік Тайваню, Південної Кореї, Гонконгу, де велику роль відіграють транснаціональні корпорації, які сприяли органічному введенню економіки цих країн до міжнародного поділу праці); модель «наздоганяючих» ринкових економік (використовують країни, які намагаються протягом короткого часу трансформувати національні економіки до умов розвинутих країн світу). Саме знання щодо розвитку найбільш прогресивних економічних моделей постають ідеалізованим майбутнім України, вектором трансформації її регіональної політики.

На підґрунті зміни моделей економічного розвитку країни має сформуватися певна модель побудови її регіонального ділового середовища, яка має носити риси унікальності й неповторності. При цьому означена модель має ґрунтуватися на сукупності нагромаджених в країні спеціальних знань і досвіду, які мають трансформуватися у ґрунтовне визначення первинних векторів руху змін, управлінських рішень і дій. Мають бути розробленими концепції і стратегії системного бачення, що охоплюють всі компоненти ділового середовища та використовують всі можливі доцільні інструменти і технології його формування та регулювання. Слід також акцентувати увагу на необхідності залучення дієвого мотиваційного апарату, до складу якого мають бути включеними такі дієві важелі, як фіскальний, інфраструктурний, кластероутворюючий, інноваційно-освітній, соціалізаційний, експортоорієнтований тощо. Результативність сформованої моделі ділового середовища має діагностуватися й оцінюватися на спеціально розроблених для цього підходах й методах.

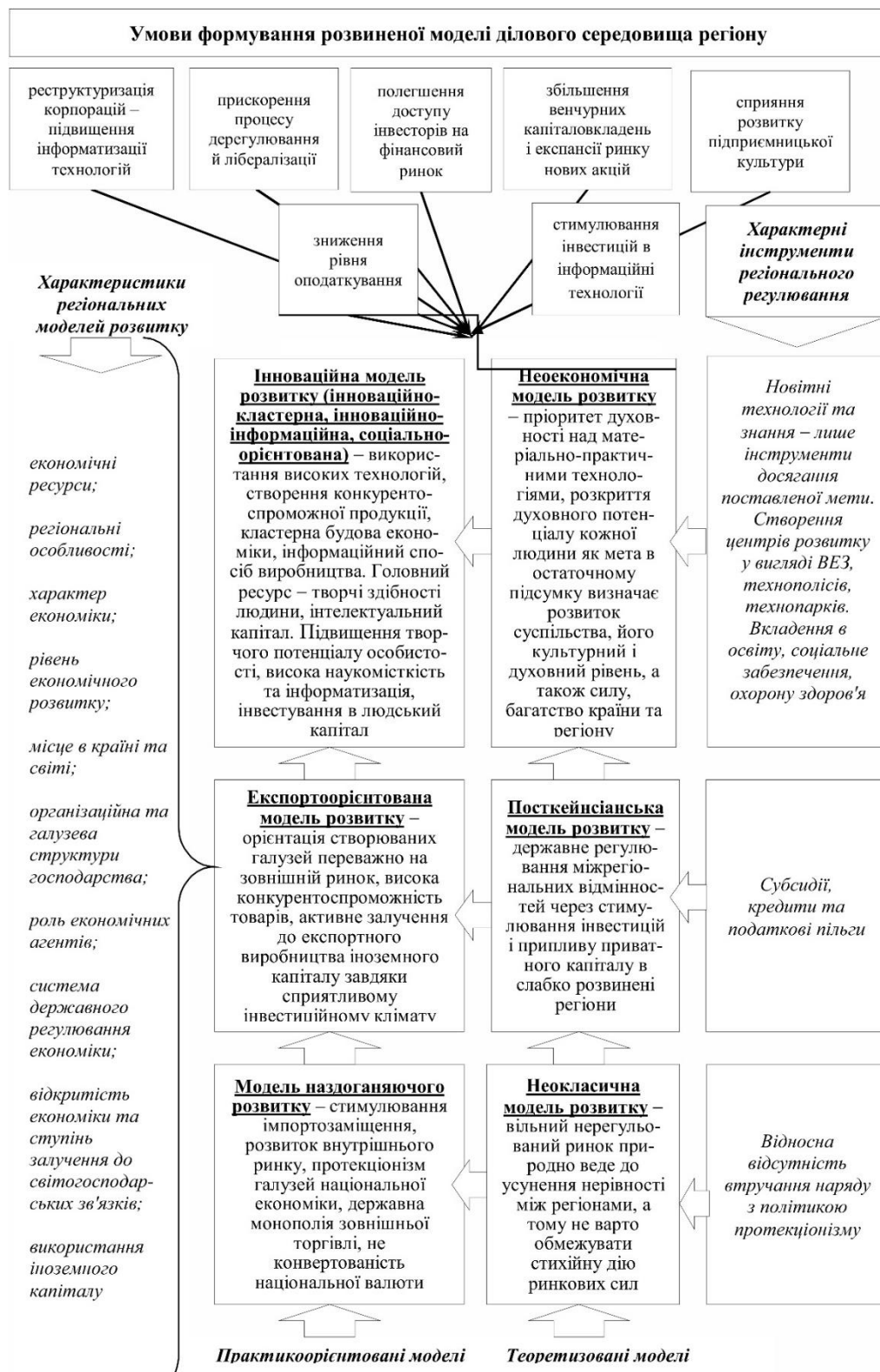


Рис. 2 - Зміни моделі розвитку економіки (країни, регіону) на основі визначення та цільового механізму регулювання ділового середовища

Джерело: авторська розробка за [4;10; 11]

Розглядати ділове середовище, як інформаційне відображення комплексного розвитку просторових систем необхідно на різних рівнях, у процесах системного інтегрування та забезпечення відтворення національного та регіонального продукту (рис. 3).

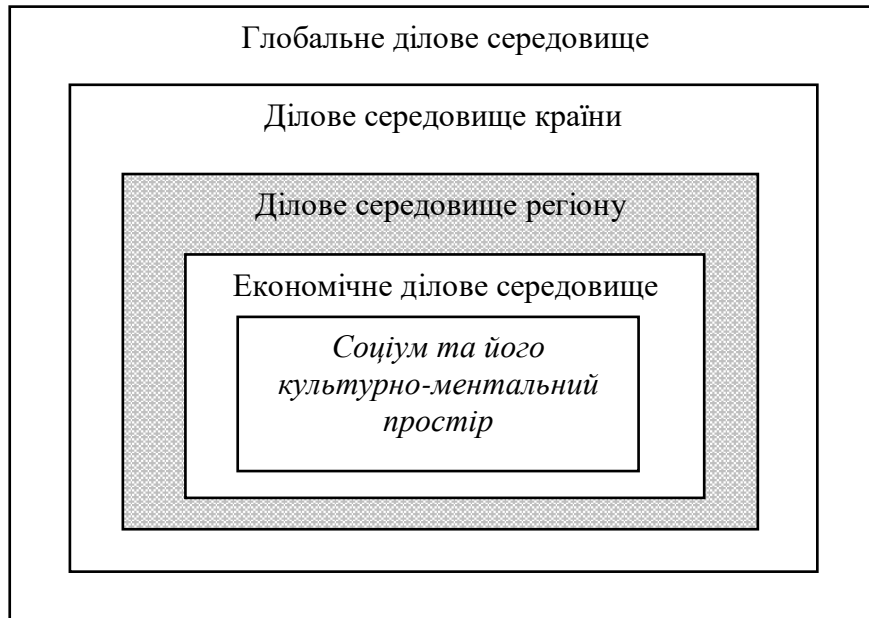


Рис. 3 - Рівні функціонування ділового середовища
Джерело: авторська розробка

У діловому середовищі актуалізується розуміння того, що у своєму відображенні більшість поточної інформації про бізнес, ділові відносини, інфраструктурне забезпечення втрачає актуальність дуже швидко, фактично до моменту її формалізації. Тобто сам момент переходу від неформального до формального сприйняття має бути лаконічним і спрямованим на конкретні цілі. Це оцінка складових, поточних станів, взаємозв'язків, тригерів розвитку, перспектив. Досягнення заявлених цілей неможливо без комплексного бачення сутності ділового середовища як надскладної системи, розробки методу його оцінки з урахуванням регіональних особливостей, що слугуватиме базисом для розробки диференційованої політики регулювання процесів розвитку ділового середовища регіонів.

Формування ділового середовища здійснюється під впливом різних груп взаємопов'язаних і взаємообумовлених інтересів, що визначають його якісні й кількісні, формальні й неформальні параметри. Ґрунтовне дослідження передумов створення ділового середовища дозволило виокремити основні групи таких інтересів:

економічні – вплив глобалізації й тенденцій розвитку світового ринку; співвідношення попиту і пропозиції на ключові для країни групи товарів на регіональному, національному і світовому ринках; конкуренція між товаровиробниками й ступінь забезпеченості основними ресурсами;

геополітичні – формування стратегічних передумов конкурентоспроможності національних товаровиробників на світових ринках, захист національних і регіональних інтересів;

інформаційно-комунікаційні – забезпечення широкого кола комунікаційних зв'язків між всіма учасниками ділового середовища регіону, що має стати основою його інноваційного розвитку;

соціокультурні – детальна розробка соціальних планів, стратегій і програм, спрямованих на збереження і популяризацію культурної унікальності й ідентичності регіону;

екологічні – формування соціальної відповідальності у напрямі забезпечення екологічної безпеки регіону і країни, запровадження сучасних стандартів якості у сфері екологічної безпеки і моніторинг їх виконання;

правові – створення умов інтеграції інтересів стейкхолдерів, формування передумов реалізації конституційних прав і свобод людини, в основі якої лежить потреба удосконалення правового статусу представників бізнес-спільноти регіону;

інституційні – формалізація й інституційне супроводження усіх процесів, що забезпечують реалізацію функціонування ділового середовища в Україні [12, с.63; 13, с.202; 14, с. 172-176; 15, с. 34; 16, с.116-120; 17, с.234-241; 18, с.5-8].

Урахування інтересів й особливостей соціально-економічного розвитку в регіонах має стати основою зростання економіки України, але для цього потрібна єдина національна ідея, чітко сформована стратегія напрямів докорінних змін, комплекс соціальних і культурологічних стандартів, які відповідають світовим тенденціям формування ділового регіонального ділового середовища. Розуміння кожного нового ступеня розвитку в Україні вимагає визначення поточних станів, виявлення основних сил впливу і можливих перспектив стабілізації її економіки. Така потреба у діагностуванні досягнутого рівня розвитку ринкового середовища в Україні вимагає збору, осмислення й формалізації спеціальних емпіричних даних. Ця інформація є необхідною для формування науково обґрунтованої, прогресивної внутрішньої та зовнішньої державної політики у сфері формування ділового середовища [19]. Такий досвід є затребуваним в реаліях України, яка має велику територію, достатню кількість регіонів із специфікою розвитку ділового середовища, регіональними особливостями культури ведення бізнесу, ментальності, географічною, ресурсною, галузевою, освітньою та іншою диференціацією.

У світовій системі знань формуються напрями нових досліджень у форматах теорії, методології, методик і практичного забезпечення розвитку ділового середовища, взаємовідносин, інформаційної наповнення цих процесів (рис. 4). При цьому теорія дослідження ділового середовища орієнтована на формування й науковий прогрес у питаннях розвитку:

методології – вивчення і нагромадження знань про закони й закономірності розвитку, дослідження передумов його і напрямів змін, визначення принципів і механізмів розвитку, формування правил і закономірностей інституціоналізації моделей середовища та її компонентів;

методики – дослідження та регулювання такого виду середовища з позиції наукового та соціокультурного прогресу, що є орієнтованими на сучасні планово-прогностичні підходи, активне використання інноваційного та інформаційного інструментарію;

практичної складової – формування управлінських технологій, механізмів й інструментів аналізу, оцінки, моніторингу і діагностик, формування стратегічних і тактичних планів, адаптація найкращого світового досвіду, забезпечення балансу інтересів у розвитку, інформаційному й комунікаційному супроводі змін й інших актуальних напрямів розвитку.

Напрями наукових досліджень

Цільове відображення ділового середовища:

Наукове – теорія, методологія та інформаційно-методичне забезпечення досліджень.

Управлінське – механізми та інструменти управління, що застосовуються у сфері формування, функціонування та розвитку ділового середовища. Об'єднує у своєму предметі політичне, соціальне, культурне та правове оточення, що впливає на діяльність інституцій. Ґрунтується на теорії та концепціях економіки, політичних наук, соціології, адміністративного права, менеджменту.

Геополітичне – розширення меж впливовості, розуміння єдності стандартів комунікаційності в світовому масштабі.

Ринково-економічне – організаційно-економічні механізми та інструменти регулювання ринкових економічних систем.

Науково-технічне – теорія, методологія та інформаційно-методичне забезпечення досліджень науково-технічного потенціалу, принципів його створення, механізмів відтворення в комплексній проекції на просторові економічні системи



Рис. 4 - Цільове спрямування розвитку та пріоритетів відображення ділового середовища в наукових дослідженнях

Джерело: авторська розробка

У комплексі знань і пріоритетів наукових досліджень ділового середовища мають бути сформованими й отримати своє розв'язання питання, орієнтовані на досягнення балансу і гармонізацію розвитку регіонів і галузей із урахуванням суспільного прогресу й системного прискорення інтеграції науки, освіти і бізнесу. Крім того на сучасному етапі Україна відчуває гостру потребу у виробленні якісної стратегії регіонального розвитку, здатної мобілізувати децентралізовані ресурси регіонального розвитку. При цьому слід враховувати той факт, що динамічне зростання й синергія використання регіональних потенціалів можливі лише на основі міжрегіональної співпраці. Це створює виклики щодо побудови нової моделі регіональної політики, провідним орієнтиром якої виступатиме консолідація локальних дій у сфері регіонального розвитку навколо реалізації загальнонаціональних пріоритетів. У цьому контексті існує необхідність у конкретизації основних процесів розвитку та змін ділового середовища з позицій складності систем, дії законів інтеграції і синергії, перетворень на рівнях зовнішнього і внутрішнього середовищ (рис. 5).

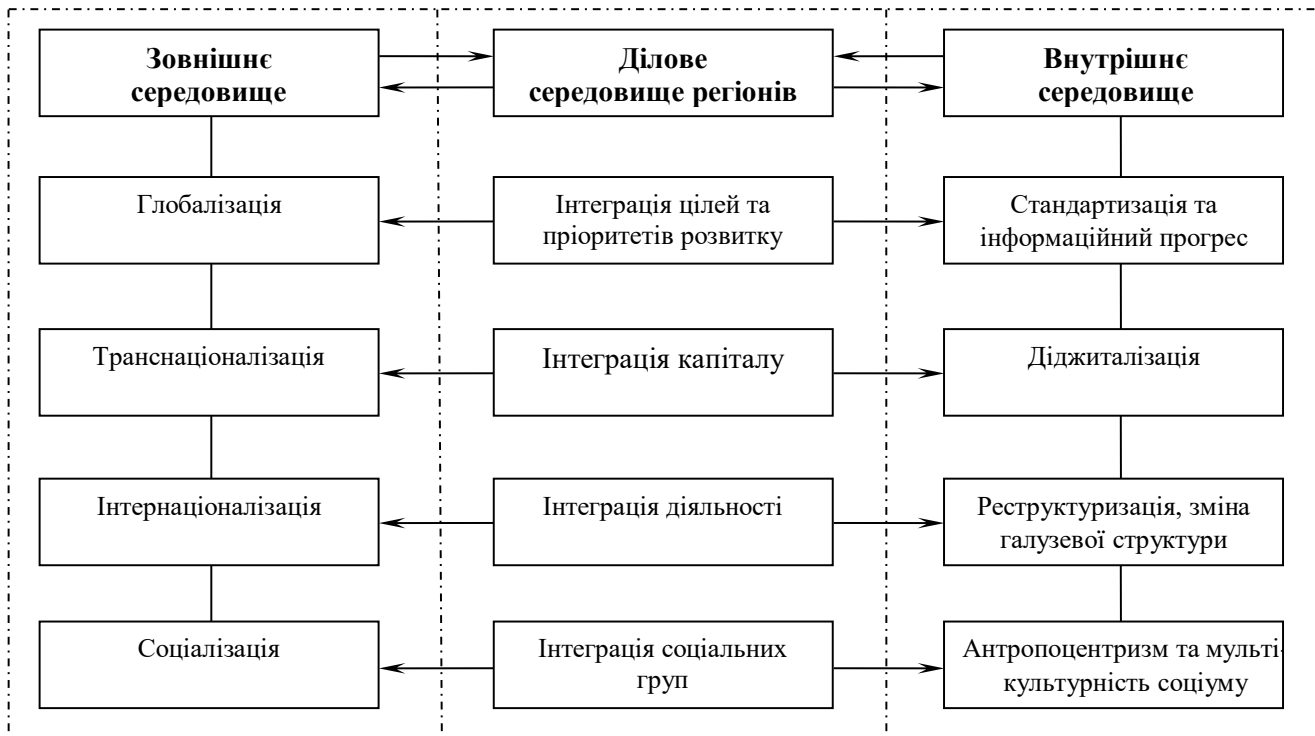


Рис. 5 - Прояв основних процесів розвитку та змін ділового середовища
Джерело: авторська розробка

Процеси перспективного розвитку припускають дію сукупності законів і закономірностей, процесів і явищ, що здійснюють одночасно упорядкувальну й дезорганізаційну дію. У результаті формуються й реалізуються різні перетворення. У зовнішньому середовищі розвиток і зміни ділового середовища проявляються у формах соціалізації, інтернаціоналізації, транснаціоналізації та глобалізації. У внутрішньому середовищі організаційні зміни отримують реалізацію та формалізуються завдяки стандартизації, діджиталізації, реструктуризації й антропоцентризму організаційної будови. При цьому забезпечення оптимізації регіонального ділового середовища й його відповідності умовам, що перманентно змінюються, вимагає його постійного аналізу,

діагностування, регулювання, коригування відповідно до ключових інтересів стейкхолдерів.

Отже, у дослідженні виокремлено економічні інтереси, які виступають рушійною силою розвитку ділового середовища та стали породженням новітніх тенденцій життєдіяльності регіонів України. Розглянуто роль і місце ділового середовища у системі гармонізації економічних і соціальних інтересів. Розкрито типи національних економік, що формують відповідне їм ділове середовище, та визначено роль у цьому процесі способу мислення спільноти країни чи окремого регіону. Конкретизовано цільове спрямування розвитку та пріоритетів відображення ділового середовища у сучасних наукових дослідженнях. Визначено прояв основних процесів розвитку та змін ділового середовища у межах сучасної теорії регіонального менеджменту.

Подальші напрями досліджень ділового середовища на рівні регіонів і регіонального менеджменту мають бути спрямованими на:

конкретизацію й вербальну оцінку інтересів стейкхолдерів регіонального ділового середовища;

аналіз конфліктів і проблем, що витікають із взаємодії стейкхолдерів із зовнішніми по відношенню до ділового середовища агентами;

невідповідність механізмів розвитку ділового середовища регіону до ключових інтересів бізнесу, населення, культурних стандартів, перспектив соціалізації;

виявлення тригерів розвитку ділового середовища та розробка механізмів їх активізації;

розробку дієвого прототипу ділового середовища регіону, що дасть змогу здійснити його імітування та оптимізувати його стан;

розробку методики комплексної оцінки ділового середовища, яка має виступати дієвим механізмом його формалізації, що створить умови для проведення регіонального порівняння, дасть змогу інтерпретувати отримані результати, розробляти та впроваджувати політику як регіонального, так і державного рівня, відповідну специфічним особливостям кожної території або регіону;

запровадження механізмів й інструментів регулювання, що враховуватимуть регіональні особливості формування ділового середовища;

вивчення та оцінку досвіду функціонування й регулювання розвитку ділового середовища інших країн і регіонів із позицій можливості трансформаційного перенесення такого досвіду на рівень регіонів України;

регулювання розвитку ділового середовища регіонів у контексті активізації формування інформаційного й інноваційного типів економіки, поширення процесів кластеризації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Хайек, Фридрих Август фон. Дорога к рабству. – М.: Астрель, 2012. – 320 с.
2. Солодилова Н.З., Маликов Р.И., Гришин К.Е. Потенциал развития и факторы ограничения региональной деловой среды // Экономика региона. 2015. Ч. 2. С. 137-147.
3. Манн Р. В. Теоретико-методологічні засади розвитку регіонального менеджменту: особливості, проблеми, перспективи [моногр.] /Р. В. Манн. – Донецьк: «ВІК», – 2013. – 382 с.
4. Набока О. В. Україна та виклики сучасного глобального капіталізму.// «Гілея (науковий вісник)»: Збірник наукових праць.- К. - 2008. – Вип. 14. – С. 136 – 138.

5. Коваленко Н. П. О применении моделей менеджмента к исследованию процессов изменений /Н. П. Коваленко, И. Н. Коваленко// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2016. – Вип. 18. – С. 4-8.
6. Мельник М. І. Теоретико-методологічні підходи дослідження бізнес-середовища // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Структурна трансформація територіальних суспільних систем (Зб. наук. пр.). Вип. 5 (67) / Редкол.: відп. ред. д.е.н., проф. Є.І. Бойко. – Львів: НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – 2007. – С. 423-436.
7. Мартінович В. Г. Концептуальні підходи до вирішення проблемних питань розвитку інформаційного потенціалу регіону /В. Г. Мартінович// Вісник економіки транспорту і промисловості (зб. наук.-практич. статей). – Вип. 42 (спецвип.). – Харків: УкрДАЗТ, 2013. – С. 238-242.
8. Шкарлет С.М. Інкорпорація доміант інформаційної економіки до механізму забезпечення сталого розвитку держави // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – 2014. – Т. 1. – № 13 (02). – С. 45–53.
9. Щорічна оцінка ділового клімату 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2225568-v-ukraini-dodalosa-dilovogo-optimizmu-doslidzenna.html>
10. Перспективы Японии в XXI веке: специфика Японии и её культуры [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inance.ru/2016/09/japan/>.
11. Сурай А. С. Банк чистих моделей ділового середовища: теоретичні і методичні засади /А. С. Сурай// Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. – Вип. 43 – Ч. 1. – Серія «Економічні науки». – Черкаси: ЧДТУ. – 2016. – С. 86-95.
12. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Основи економічних знань. – К., 1999. – С. 63.
13. Wallerstein I. M. Geopolitics and Geoculture: Essays on the Changing World – System. Cambridge, England: Cambridge University Press, 2001. –Р. 202.
14. Климовицька, Г.Ю. Регіональні особливості інформаційно-аналітичного забезпечення управління підприємством [Текст] // Актуальні проблеми економіки. – К.: НАУ, 2005. – № 2(32). – С. 172-176.
15. Подаряща О.І. Особливості соціокультурного контенту соціальних комунікацій. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій. – Рівне. – 2016. – С.34.
16. Парфьонов І. Суть та природа поняття «екологічний інтерес» в системі державного регулювання регіонального розвитку. – 2013. – С.116-120.
17. Єрмоменко.Г. Сутність інтересу у цивільно-правовому контексті. Публічне право № 2 (14). –2014. – С.234-241
18. Жаліло Я. Еволюція чинників дієвості економічної політики держави та інституційна криза в Україні /Я. Жаліло//Економічна теорія. – 2015. – №2. – С. 5-18
19. Фінагіна О.В. Ринкова трансформація в регіоні: особливості розвитку та діагностування: монографія /О.В. Фінагіна // НАН України, Ін-т економіко-прав. досліджень. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд».