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 №3 (31) • 2018

Вінниця • 2018

УДК 338.24(045)
Засновник: Донецький національний університет імені Василя Стуса, Економічний факультет
Видавець: Донецький національний університет імені Василя Стуса, Економічний факультет
Друкується за рішенням Вченої Ради: Донецького національного університету імені Василя Стуса (протокол № 2 від 28 вересня 2018 року)

В журналі розміщено статті, в яких розглядаються актуальні питання економіки та управління. Наведено результати досліджень у сфері світової, національної та регіональної економіки, економіки підприємств, представлено актуальні наукові пошуки з проблематики фінансового управління та управління людськими ресурсами на різних рівнях. Висвітлено сучасні тенденції діджиталізації різних сфер економіки.

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

Редакційна колегія:
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;
Орєхова Т.В. – д.е.н., професор, проректор з 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: ecoman-period.div@donnu.edu.ua
Електронна копія журналу в Національній бібліотеці ім. В.І. Вернадського:
http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eiou/index.html

© Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2018

ЗМІСТ

Орєхова Т.В., Іванов А.В.
ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН 6
Орехова Т.В., Иванов А.В.
ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ СТРАН
Orekhova T., Ivanov A.
DETERMINANTS FOR FORMING THE COUNTRY'S COMPETITIVE POLICY
Коляденко С.В.
ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ 16
Коляденко С.В.
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ
Kolyadenko S. V.
THE REGION IMAGE IN THE CONDITIONS OF TOURIST CLUSTERS DEVELOPMENT
Лісогор Л.С., Руденко Н.В., Чувардинський В.О.
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РОБОЧОЇ СИЛИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН НА РИНКУ ПРАЦІ 24
Лисогор Л.С., Руденко Н.В., Чувардинский В.А.
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА
Lisogor L.S., Rudenko N.V., Chuvardynskyy V.O.
COMPETITIVENESS OF LABOUR FORCE: PROBLEMS OF THE FORMATION AND REALIZATION UNDER CONDITIONS OF INNOVATIVE CHANGES AT LABOUR MARKET
Савченко М.В., Шкуренко О.В.
ДЕТЕРМІНАНТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 37
Савченко М.В., Шкуренко О.В.
ДЕТЕРМИНАНТЫ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
Savchenko M.V., Shkurenko O.V.
DETERMINANTS OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION
Bahliuk Y., Kryzhanivska I.
INFLUENCE OF ECOLOGIZATION TENDENCIES IN THE WORLD ON RENEWAL AND DEVELOPMENT OF MOTOR CAR INDUSTRY IN UKRAINE 48
Баглюк Ю.Б., Крижанівська І.В.
ВПЛИВ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ НА ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК АВТОМОБІЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ
Баглюк Ю.Б., Крыжановская И.В.
ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ЭКОЛОГИЗАЦИИ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ В УКРАИНЕ
Біленко Д. В.
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ В СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ 57
Беленко Д.В.
ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
Bilenko D. V.
FEATURES OF THE MARKETING ACTIVITIES IMPLEMENTATION IN THE EDUCATION
Andronik O., Voronin A.
IDENTIFICATION AND CONDITIONS OF FORMATION OF THE MIDDLE CLASS IN UKRAINE TAKING INTO ACCOUNT WORLD SOCIAL TRENDS 65
Андронік О.Л., Воронін А.В.
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ СВІТОВИХ СОЦІАЛЬНИХ ТРЕНДІВ
Андроник Е.Л., Воронин А.В.
ИДЕНТИФИКАЦИЯ И УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА В УКРАИНЕ С УЧЕТОМ МИРОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

Коваленко Ю.О.
МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ 73
Коваленко Ю.А.
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ В РЕГИОНАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ
Kovalenko Yu.A.
METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE MANAGEMENT INFORMATION CAPACITY AT THE REGIONAL INFORMATION MANAGEMENT
Харабуга С.В.
КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ 81
Харабуга С.В.
КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ
Kharabuha S.
THE CONCEPT OF THE LABOR POTENTIAL MANAGEMENT OF THE SOCIO-ECONOMIC SYSTEM
Налбандян М.А.
ЕВОЛЮЦІЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИРОДИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ 90
Налбандян М.А.
ЭВОЛЮЦИЯ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА
Nalbandian M.A.
EVOLUTION OF TRANSFORMATION CHANGES OF ECONOMIC NATURE OF HUMAN CAPITAL
Бруслиновська І.В., Матвійчук В.І.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА 100
Бруслиновская И.В., Матвийчук В.И.
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Bruslynovska I., Matviychuk V.
THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION OF THE ENTERPRISE FINANCIAL STRATEGY
Букреєва А.А., Жолобецька Л.В., Руденко О.А.
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ЗАХОДІВ В УМОВАХ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У КИТАЇ 112
Букреева А.А., Жолобецький Л.В., Руденко А.А.
ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КИТАЕ
Bukreyeva A.A., Zholobetska L.V., Rudenko O.A.
FEATURES OF IMPLEMENTATION OF INVESTMENT ACTION IN ANTI-CRISIS MANAGEMENT CONDITIONS IN CHINA
Олійник Л.В., Кузнєцова А.П.
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 118
Олейник Л.В., Кузнецова А.П.
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
Oliynyk L.V., Kuznietsova A.P.
METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY FORMATION
Орєхов М.О .
СТРУКТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ 127
Орехов М.О.
СТРУКТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ
Oryekhov M.O.,
STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF FINANCIAL SYSTEMS UNDER CONDITIONS OF GLOBAL DIGITALIZATION

Тертичний Я.С.
АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 137
Тертычный Я.С.
АНАЛИЗ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ
Tertychnyi Ya.S.
ANALYSIS OF WORLD TRENDS IN DEVELOPMENT OF THE ELECTRONIC COMMERCE IN THE CONTEXT OF INFORMATION GLOBALIZATION
Грабчак К.М., Матвійчук В.І.
ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД 149
Грабчак Е. Н., Матвийчук В. И.
ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ
Hrabchak K., Matviychuk V.
FORMATION OF THE REFUGEE PART OF LOCAL BUDGETS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE
Баглюк Ю.Б., Шевчук О.Ю.
МОДЕЛЬ MCKINSEY 7-S ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 159
Баглюк Ю. Б., Шевчук О. Ю.
МОДЕЛЬ MCKINSEY 7-S КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Bahliuk Y., Shevchuk O.
MODEL MCKINSEY 7-S AS AN ESTIMATION TOOL COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE
Остапченко К.П.
ДОГОВІРНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМПЕНСАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 168
Остапченко К.П.
ДОГОВОРНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОМПЕНСАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
Ostapchenko K.
THE REGULATION OF COMPENSATION SYSTEM BY AGREEMENTS: SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN THE BUDGETARY SPHERE

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.1
УДК 334.758.6
Орєхова Т.В., д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, Донецький національний університет імені Василя Стуса
Іванов А.В., аспірант кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса

ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ КРАЇН

У статті розглянуто формування теоретичних та методологічних підходів до дослідження основних детермінант конкурентної політики країн. Авторами запропоновано систематизацію критеріїв ідентифікації ситуацій зловживання домінуючим становищем фірмами-монополістами. Обґрунтовано методичні засади розробки конкурентної політики на підставі визначення мети правового та економічного захисту ринку.

Ключові слова: конкурентна політика, зловживанням домінуючим становищем, ринкова влада, домінуюче становище, монополізація, цінова дискримінація, відмова від угоди, бойкот, вертикальні угоди.

Орехова Т.В., Иванов А.В.

ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ СТРАН

В статье рассмотрено формирование теоретических и методологических подходов к исследованию основных детерминант конкурентной политики стран. Авторами предложена систематизация критериев идентификации ситуций злоупотребления доминирующим положением фирмами-монополистами. Обоснованы методические основы разработки конкурентной политики на основании определения цели правовой и экономической защиты рынка.

Ключевые слова: конкурентная политика, злоупотреблением доминирующим положением, рыночная власть, доминирующее положение, монополизация, ценовая дискриминация, отказ от сделки, бойкот, вертикальные соглашения.

Orekhova T., Ivanov A.

DETERMINANTS FOR FORMING THE COUNTRY'S COMPETITIVE POLICY

The article considers the formation of theoretical and methodological approaches to the study of the main determinants of the countries' competitive policy. The authors proposed the systematization of criteria for identifying situations of abuse of dominant position by monopoly firms. The methodical bases for the development of competition policy based on the definition of the objective of legal and economic protection of the market are substantiated.

Key words: competition policy, abuse of dominant position, market power, dominant position, monopolization, price discrimination, refusal of the transaction, boycott, vertical agreements.

Постановка проблеми. Ефективна конкуренція є необхідною передумовою для формування динамічного бізнес-середовища, в якому інвестори готові йти на ризик і інвестувати. Аналіз багатьох емпіричних досліджень свідчить про те, що для галузей,

які зіштовхуються з більш високою конкуренцією характерним є більш швидке зростання продуктивності. На конкурентних ринках фірми домагаються успіху, прагнучі краще задовольнити своїх споживачів. Економічна історія свідчить, що без конкуренції не достатньо стимулів для розвитку інновацій. Нові продукти і процеси дозволяють фірмам просуватися вперед на ринку. Середовище росту продуктивності, інновацій та успіху в бізнесі, як правило, вносять свій внесок, - сприяють впевненості інвесторів і, як наслідок, зростанню інвестицій.

Створення та підтримка конкурентного середовища вимагає надійно структурованих інституцій конкуренції, в тому числі закону про конкуренцію, ефективних органів з питань конкуренції, які забезпечують дотримання цього закону, і, в більш широкому сенсі – економічної політики, за якої ігроки на ринку дотримуються принципів конкуренції та попереджають дії, які обмежують конкуренцію.

З іншого боку, конкуренція дозволяє більш ефективним фірмам реалізувати свою основну стратегічну мету - збільшувати ринкову частку за рахунок менш ефективних конкурентів. Щодо причин виникнення монополій існує два погляди [1]. За першим - монополізм трактується як випадковий, не властивий ринковому господарству, за другим - монополістичні утворення визначаються як закономірні. Як стверджує англійський економіст А. Пігу, «…монополістична влада не виникає випадково. Вона є логічним завершенням стратегії підприємства» [1]. Сформульований А. Смітом принцип економічної вигоди змушує підприємство постійно шукати можливості збільшення прибутків і однією з них є досягнення позиції монополіста [21]. Отже, деякі автори роблять висновок, що монополістичні тенденції в економіці виникають із закону максимізації прибутку [1, 2].

Аналіз останніх публікацій. Значний внесок у вирішення проблеми формування конкурентної політики зробили такі вчені: Г. Аніловська, Л. Барон, З. Борисенко, Р. Віш, Х. Варіан, А. Гальчинський, В. Геєць, А. Данилова, Л. Дідківська, М. Кац, І. Князева, Р. Кокорєв, П. Мавридис, Ю. Уманців, Х. Ховенкемп, Б. Хокман, О. Шнипко та інші.

Незважаючи на наявність наукових праць, присвячених проблемам конкуренції та конкурентоної політики, дослідження основних детермінант визначення мети конкурентної політики, а також ідентифікації ситуацій зловживання домінуючим становищем фірмами-монополістами, що потребує подальшої розробки.

Мета дослідження полягає у систематизації теоретичних та методологічних підходів до визначення детермінантів формування конкурентної політики країн.

Основні результати дослідження. Конкурентні закони багатьох країн ОЕСР містять концепцію експлуатації однією фірмою ринкової влади або використання неналежних засобів досягнення та збереження ринкової влади [10].

Це явище різноманітно називають *«зловживанням домінуючим становищем»* або *«монополізацією»* або *«зловживанням ринковою владою»*, або деякими аналогічними термінами. Закони про конкуренцію також можуть містити відповідну концепцію, яка називається «спільним домінуванням» у деяких юрисдикціях, яка включає в себе кілька фірм, але яка є відмінною до концепції таємного «зговору» фірм. Як правило, аналіз зловживання домінуванням передбачає дві чітко визначені частини: по-перше, це – визначення статусу фірм або фірми, по-друге - оцінка її поведінки.

Економічний підхід до визначення поняття *«домінування»* передбачає його використання в контексті конкурентного права та конкурентної політики. Одним з можливих його визначень є «обставини, за яких стратегія однієї фірми може мати або, можливо, має негативні наслідки для добробуту» [20, стор. 539].

Це визначення передбачає мету максимізації добробуту без з'ясування відносної статистичної ваги та динамічної ефективності.

Альтернативою є визначення домінуючого положення, наданого Європейським судом: «позиція економічної сили, якою користується підприємство, яке дозволяє йому запобігти ефективності конкуренції, що підтримується на відповідному ринку, надаючи йому змогу поводитися достатньо незалежно від своїх конкурентів, замовників та, зрештою, споживачів» [10]. Це визначення містить два елементи: - здатність запобігати ефективній конкуренції та здатність вести себе незалежно від трьох груп ринкових акторів. Це означає майже позицію чистого монополіста. Стратегії такої фірми не сильно змінюються внаслідок змін стратегій інших суб'єктів ринку.

Визначення того, чи має фірма домінуюче положення, здійснюється з урахуванням певного ринку. Тобто фірма займає *домінуюче становище або є монополією або має владу лише щодо певного ринку.* За винятком випадків цінової дискримінації, ринок має два аспекти - *географічний та продуктовий*. Географічна протяжність ринку може бути від декількох кілометрів до всього світу. Визначення ринку зловживання домінуючою силою трохи відрізняється від тієї ситуації, коли йдеться про злиття, оскільки домінуюча фірма може вже мати ціноутворення на рівні монопольної максимізації прибутку.

Деякі науковці пропонують звернути увагу на помітні відмінності в кінцевих цілях або на переваги споживача та витрати на інституційні бар'єри [4, 8]. Інші вчені пропонують визначити, чи можливо, що поведінка домінуючої фірми буде відрізнятися, якщо буде вилучений один з її можливих конкурентів. Деякі дослідники рекомендують використовувати для визначення «конкурентоспроможну ціну», а не ринкову ціну, яка є базовою ціною для визначення ринку, але це важко реалізувати та відповісти на нерелевантне запитання, тобто, що буде актуальним для ринку, якщо відносні ціни були суттєво різними [1]. У випадках цінової дискримінації кожна група клієнтів, які отримують різні ціни, становлять особливий ринок. Визначення відповідного ринку дуже важливо для подальшого аналізу.

Після визначення відповідного ринку необхідним етапом є визначення статусу фірми на цьому ринку, який оцінюється за різними критеріями.

«Частка ринку» є майже загальноприйнятим критерієм, хоча деталі вимірювання безсумнівно різні. Використання, на яке поширюється цей критерій, може відрізнятися, різноманітно створюючи, наприклад, безпечні гавані, де можна спростовувати презумпцію домінування або оманливу презумпцію недомінування.

Крім того, інтерпретація конкретних цінностей частки ринку відрізняється. Пропонуються варіації інтерпретації значень частки ринку, які існують в різних юрисдикціях [10]. Віш [23, стор. 294] говорить, що Комісія ЄС висловила думку про те, що, як правило, домінуюча позиція існує, коли фірма володіє часткою ринку 40-45%. Не можна виключити цю позицію і в діапазоні 20-40%.

На противагу, Ховенкемп [7, стор. 106] зазначає, що суди в США «послідовно переходять до границі домінування та визнання відповідача монополістом на рівні частки його ринку 80-90% і вище. Вони також постійно визначають, що, якщо частка ринку становить менше 50%, це не достатньо для визначення позиції домінування. Більшість судів не визнають достатньою частку ринку менше 70 відсотків для ідентифікації монопольної влади».

Другий практично універсальний критерій - оцінка бар'єрів для входу на ринок. Як зазначає Комітет ОЕСР [11, стор. 12]: «поки значні відмінності продовжують існувати серед юрисдикцій, дослідження та практика конкурентної політики стосовно

ідентифікації бар'єрів на входження на ринок, аналіз бар'єрів між антимонопольними юрисдикціями стає дедалі ширшим, та зосереджені на:

- витратах (особливо у зв'язку з економією на масштабах та масштабами і диференціацією продукту, що останнім часом пов'язано із витратами на рекламу або маркетинг, або на патенти, торгові марки або іншу інтелектуальну власність);

- встановлення урядами законних або регульованих бар'єрів (наприклад, стосовно до міжнародних торговельних бар'єрів, обов'язкових стандартів, промислових стимулів та іншої політики втручання);

- можливе використання стратегічної поведінки державними діячами, щоб запобігти входження на ринок (у тому числі зміцнення конкурентів та збільшення витрат)».

Інші критерії, які можуть бути застосовані, включають існування бар'єрів для розширення конкуруючими фірмами ринкової частки, ринкові частки інших компаній, наявність великих покупців, доступ до капіталу в разі передбачуваного хижацтва [6, пункт 6.29], ступінь вертикальної інтеграції та виникнення зловживань.

Незважаючи на певні спільні підходи, в категоріях «частка ринку» та «бар'єри на вході» існує кілька різних концепцій.

«Монополізація» в США не є еквівалентом «домінуючого становища», як в Європейському Союзі. Відповідні юридичні поняття в інших юрисдикціях також варіюються. Це, наприклад, довгостроковий ефект суддів, які застосовують два набори законів про конкуренцію (в країнах-членах ЄС), а також позивачі та скаржники, які посилаються на юриспруденцію інших юрисдикцій, конвергенція до одного або декількох стандартів.

Спільне панування є ще однією чіткою категорією концепцій, які застосовуються в країнах ЄС, Канаді, Австралії та різних країнах з перехідною економікою. Існує точка зору, що спільне домінування має на меті сформувати олігополію, тобто стратегічну взаємодію незалежних фірм [23, стор. 281].

Принципове питання полягає в тому, як відрізнити фірми, що знаходяться в спільному панівному становищі, та інші фірми, які є конкурентами.

Враховуючи різницю між координацією окремих фірм та координацією в рамках єдиної фірми, і припускаючи, що спільне домінування відрізняється від змови, частка ринку не може бути ознакою спільного домінування, як в тому випадку, коли частка ринку свідчить про одномандатне домінування.

Можна очікувати, що мінімальна частка ринку буде більшою для спільного домінування. Однак, існує інша концепція «складної монополії», яка, наприклад, в британському розумінні, є «істотним ступенем ринкової влади» та «спільної домінуючої позиції».

Поводження домінуючої позиції, спільного панівного становища, монополії або позиції «суттєвої ринкової влади», як правило, не є зловмисним або незаконним.

Визначення того, що є незаконним, повинно залежати від мети закону про конкуренцію. Як зазначалося вище, якщо основною метою є економічна ефективність, то головним критерієм має бути дії, які приводять до зменшення добробуту, що має вважатися зловмисним. Якщо ж альтернативою є чесна торгівля, використання переваг кращої торгової позиції може вважатися зловмисною. Інші можливі цілі - плюралізм, просування малого бізнесу тощо - це означає, що кожен має на увазі сукупність дій, які перешкоджають їх досягненню, і тому це було б зловживання, якщо це є об'єктивним.

Спокуса поділити поведінку домінуючих фірм на два типи: експлуатацію та втручання в конкурентний процес (наприклад, підвищення бар'єрів входу), може бути

оманливою. Швидше за все, ефект певної поведінки фірми залежить від середовища, в якому вона діє. Наприклад, "цінова дискримінація" може бути експлуататорською для покупців, які платять більш високу ціну, і перешкоджають вступу нових учасників на ринок.

Цінова дискримінація на добробут в цілому є також неоднозначною. Отже, якщо метою закону про конкуренцію є економічна ефективність, ставлення законодавства до цінової дискримінації має бути чітко визначено.

Крім того, стратегія фірми, як правило, складається з набору взаємодіючих поведінок - наприклад, максимальне переоформлення цінних паперів та ексклюзивних територіальних угод з дистриб'юторами. Виявлення конкретної поведінки з сукупності поведінки і аналіз її може призвести до виявлення шкідливого ефекту, коли не існує ніякого або не знайдено шкідливого ефекту, якщо він існує. Нарешті, коли ринок не може бути абсолютно конкурентним і в економічній теорії немає його єдиного визначення, правила щодо запобігання входу на ринок не можуть бути корисними [20, стор. 590].

Деякі вчені припускають, що жодна поведінка, навіть домінуючих фірм, не заборонена впевнено, що будь-які переваги, які не пов'язані з високим знанням, навичками та ефективністю, будуть швидко розмиватися [9]. Решта дослідників пропонують серію фільтрів і будь-яку поведінку пропонують проганяти через фільтри за загальновизнаними правилами, які, як показує практика, схильні до помилок [22].

Цінова дискримінація також є нелегітимною згідно законів про конкуренцію деяких країн. Цінова дискримінація може виражатися у стягненні іншої ціни за той самий продукт або однакової ціни для різних продуктів, де "товар" може означати сукупність витрат на доставку, післяпродажне обслуговування, терміни та умови оплати тощо. Загальноприйнятою формою цінової дискримінації є ступінь, в якій ціни відрізняються відповідно до кількості куплених одиниць і покупців за умови однакового графіку постачань. Цінова дискримінація третього ступеня - пропонує іншому покупцю іншу ціну, але ціна є постійною для кожної одиниці товару, проданого даному покупцеві, що може дозволити надання необмеженого доступу на ринок, таким чином підвищуючи добробут споживачів. Необхідною умовою для цінової дискримінації щодо збільшення загального добробуту є кількість пропозиції, що прагне максимуму. Проте в цілому ефект для добробуту за умови цінової дискримінації неоднозначний.

Інший клас цінової дискримінації - знижки за лояльність, тобто пропозиція для клієнта нижчої ціни, якщо він купує тільки від конкретного продавця.

Аналіз цінової дискримінації на ринках проміжних товарів відрізняється у двох аспектах кінцевих товарних ринків. По-перше, вимоги покупців до пов’язаних продуктів, тобто цінова дискримінація може вплинути на конкуренцію за межами області. По-друге, покупці часто мають варіант вертикально інтегруватися вгору, тому дискримінація цін може вплинути на ефективність виробництва [22, стор. 623; 8].

Якщо немає вертикальної інтеграції, то цінова дискримінація на ринку проміжних товарів призводить до зниження продуктивності та зниження рівня добробуту. Кац [8] показав, що вертикальна інтеграція може відбутися лише за умови заборони дискримінації за ціною. Якщо є економія масштабу у виробництві проміжного товару, цінова дискримінація перешкоджає вертикальній інтеграції, знижуючи ефективність виробництва.

Цінове стиснення – це, коли вертикально інтегрована фірма перекриває своїх конкурентів по всьому світу ціною входу, яка є "занадто високою" відносно ціни, яку

він стягує зі споживачів, що потрапляють у нижній ланцюг. Може бути важко відрізнити цінове стиснення від конкуренції [5, стор. III-10].

Форма зловживань може збільшити витрати інших конкурентів, тим самим поліпшуючи ситуацію власної конкурентної позиція.

Відмова від угоди може бути здійснена однією фірмою або за домовленістю між фірмами про відмову від угоди з кимось іншим (бойкот). Один з типів таких випадків - це коли одна фірма відмовляється надати вхід на ринок конкурентоспроможному постачальнику, де фірма, що відмовляє, не має ринкової сили на іншому ринку.

Колективні відмови від угод (бойкоти) можуть виникати в самих різних випадках, таких як саморегулювання та доступ до об'єктів спільного підприємства.

Будь-яка оцінка зловживань правами інтелектуальної власності повинна враховувати фактори публічної політики для прав інтелектуальної власності, в томі числі *антиконкурентне використання прав інтелектуальної власності.* У Канаді, наприклад, власники захищені від звинувачень у зловживанні панування, за винятком тих випадків, якщо здійснення таких прав суперечить цілям, передбаченим в статуті. Прикладами можливих зловживань, пов'язаних з правами інтелектуальної власності, можуть бути «об'єднання патентів, завіти не оскаржувати дійсність патентів та угод зі збирання роялті, що слідують за закінченням терміну дії патенту» [5, стор. IV-18-21].

Вертикальні обмеження - це угоди між підприємствами на декількох рівнях виробництва або продажів. Угода між пивоварним заводом та пабами, яка полягає в тому, що паби не продають пиво будь-якої іншої пивоварні, є прикладом вертикальної угоди. Такі угоди зазвичай успішно діють, коли одна сторона вертикальної угоди має домінуюче становище, та вона може скористатися цією угодою для зловживання своєю позицією.

Існує два основних способи використання вертикальних обмежень для зловживання домінуючою позицією захоплення ринку та зменшення конкуренції на ринку. Захоплення ринку означає, що вхід на ринок стає складнішим або дорожчим.

Ексклюзивні дилерські угоди можуть призвести до захоплення ринку. Під ексклюзивними дилерськими угодами розуміють відмову монополіста у доступі конкурентам до певних дистриб'юторів [10].

Там, де доступ до системи розподілу є відносно легким, система ексклюзивних угод не буде значно підвищувати бар'єри для входу на ринок іншим виробниками. Якщо дистриб'ютори мають різну конкурентоспроможність, діючий монополіст може підписати угоду про ексклюзивні угоди з найкращими, що перешкоджає вступу на ринок для інших. З іншого боку, «кращі» дистриб'ютори зможуть надавати виробникові ще більші переваги. За інших рівних умов дилери обирають поширення товарів лідера на тлі нових учасників [9, стор. 706-708].

Наявність кількох аналогічних або паралельних вертикальних угод може бути симптомом асиметрії інформації, невизначеності та транзакцій. Додавання ексклюзивних угод до перепродажу та підтримання цін знижує стимули для розпаду секретної оптової ціни. Ексклюзивні території, які в значній мірі співпадають з ринками конкурентів, можуть полегшити змову та сприяти змові за рівнем цінової дискримінації.

Деякі дослідники стверджують, що *«використання» через зв'язування* - це кондиціонування продажу одного продукту з продажем іншого, що може дозволити домінуючим фірмам «впливати» на ринкову владу на одному вхідному ринку через інший вихідний ринок. Ця точка зору була піддана критиці, оскільки аргумент полягав у тому, що домінуюча фірма не могла продовжувати збільшувати свої прибутки,

використовуючи зв’язування. Недавні дослідження довели, що за певних умови (включаючи конкретні припущення про попит, монополію на ринку та «заблокованого» вступу), прив'язка продуктів може створити реальну загрозу, що поточний агент буде агресивно реагувати на входження конкурента на інший ринок [9, стор. 709].

Якщо домінуюча фірма підкоряється регулюванням ціни або прибутку на ринку, в якому вона домінує, вона може зв'язати регульований товар з регульованим доходом.

Таким чином, підсумовуючі існуючі підходи до виявлення зловживання домінуванням фірми на ринку, можна узагальнити в наступну систематизацію (рис. 1)

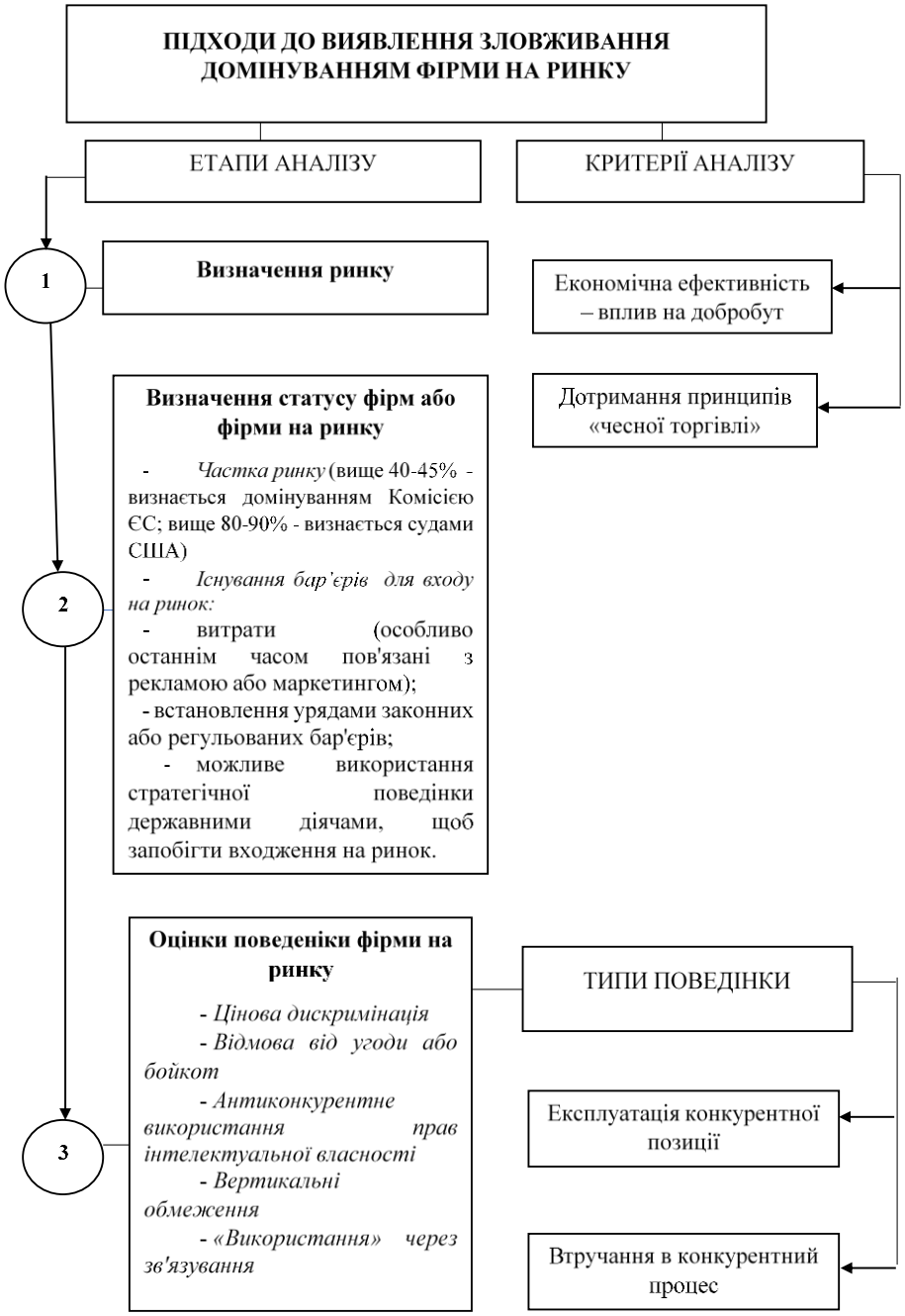


Рис. 1. **Систематизація підходів до виявлення зловживання домінуванням фірми на ринку**

На сьогодні в світі спостерігається значне збільшення концентрації ринку в більшості галузей, як показано в таблиці 1 [18].

Таблиця 1

Зміни в концентрації ринку за секторами економіки США, 1997-2012 рр. [18]

Галузь	Дохід, отриманий 50 найбільшими фірмами, 2012 р. (млрд. дол.)	Частка доходу, отримана 50 найбільшими фірмами, 2012 р.	Відсоток змін у частці доходу, отриманого 50 найбільшими фірмами, 1997-2012 рр.
Транспортування та складування	307,9	42,1	11,4
Роздрібна торгівля	1555,8	36,9	11,2
Фінанси та страхування	1752,7	48,5	9,9
Оптова торгівля	2183,1	27,6	7,3
Оренда нерухомості та лізинг	121,6	24,9	5,4
Комунальні послуги	367,7	69,1	4,6
Освітні послуги	12,1	22,7	4,2
Професійні, наукові та технічні послуги	276,2	18,8	2,8
Мистецтво, розваги та рекреація	39,5	19,6	2,5
Адміністративні послуги	159,2	23,7	1,6
Охорона здоров'я	350,2	17,2	0,8
Готельно-ресторанний бізнес	149,8	21,2	0,1
Інші послуги непублічного управління	46,7	10,9	-0,2

Дані попередніх досліджень [3] свідчать про послідовне збільшення концентрації як у продажах, так і у сфері зайнятості, а також про збільшення концентрації в широкому діапазоні галузей промисловості.
Ці підсумкові статистичні дані мають суттєві обмеження: вони не враховують відповідні ринки, які можуть бути вужчі, ніж формується статистика (наприклад, конкретні регіональні ринки) або ширші (наприклад, фірми одних сегментів, що конкурують з фірмами в інших).

Вони не встановлюють, чи підвищується концентрація, що призводить до більшої ринкової влади, або, наприклад, чи є результатом посилення конкуренції, яка виховує найбільш неефективні фірми. Але вони встановлюють чіткий тренд притаманний як для економіки США, так і в цілому для світу.

Узагальнені дані доповнюються тематичними дослідженнями у широкому колі галузей, які демонструють підвищену концентрацію позикових часток основних фінансових установ, збільшення частки доходів у провідних компаніях для восьми з дев'яти сільськогосподарських галузей, 50-відсоткове збільшення середнього індексу Герфіндаля-Хіршмана в лікарняному секторі, а також збільшення концентрації в бездротовій мережі та залізницях [18].

Крім того, ці статистичні дані можуть занижувати рівень консолідації, оскільки вони лише вимірюють частку ринку окремих фірм. Якщо за базу аналізу взяти ринкові частки власників фірм, було б доведено ще більшу консолідацію, як це задокументовано в серії робіт Мартіна Шмальца та інших [18]. Зокрема, спільна власність зросла, оскільки невелика кількість великих керуючих активами все частіше

володіє великими частками у всіх основних гравців галузі, що потенційно може призвести до їх неконкурентоспроможності.

Існують різні засоби правового захисту ринку від монополіста. Вони можуть включати грошові кошти, тобто штрафи та штрафні збитки, що забороняють монопольну поведінку в майбутньому, із зазначенням майбутніх умов угод або структурних реформ від визначення продажу майна до зміни регуляторної та торгової політики.

Питання щодо розробки засобу у конкретному випадку полягає в тому, якою є мета захисту? Один з підходів полягає в тому, щоб трансформувати ринки як можна ближче до стану «досконалої конкуренції», тобто ринку численних конкурентів та вільного входу. Однак там, де є економія масштабу, реалізація такої мети може зменшити продуктивну ефективність і, в довгостроковій перспективі, зменшити стимули для інновацій тощо. Альтернативою можуть бути зміни в регуляторному режимі. Якщо товар може продаватися на міжнародному рівні, скорочення торговельних бар'єрів може зменшити домінування фірми.

Поведінкові засоби правового захисту можуть також створювати витрати, за винятком тих випадків, коли існує відповідне регуляторне агентство, яке створює нормативні засоби правового захисту. В іншому випадку може бути або судова система, або антимонопольний орган, який повинен діяти як регулятор ринкової поведінки. Поведінкові засоби можуть знизити безпосередньо зловживання на ринку, наприклад, рекомендації щодо ціноутворення або скорочення бар'єрів для входу, обов'язковий доступ до об'єктів або зміни умов ексклюзивних договорів.

Структурні засоби можуть включати в себе «де-злиття». Цей стандарт регуляторних заходів може бути доречним, коли органи з питань конкуренції невпевнені у економіці за масштабом, та масштабах від вертикальної інтеграції. Інші можливі структурні засоби правового захисту включають обов'язкове ліцензування.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Зловживання домінуванням та подібними юридичними поняттями відрізняються від одної юрисдикції до іншої. Ця різниця може відображати різницю в цілях конкурентної політики або відмінності в тому, як фірми виходять на ринкові позиції. У більшості країн визначення зловживання домінуванням передбачає декілька етапів: визначення відповідного ринку, визначення того, чи домінує фірма на ринку, чи існують перешкоди на шляху входження та інші характеристики, а також оцінку відповідності поведінки фірми меті закону про конкуренцію. Проте існують відмінності у визначенні поняття «пануючого становища», як з точки зору відмінностей в інтерпретації ступеня - наприклад, частка ринку в 40 відсотків інтерпретується по-різному, - так і в термінах використання критеріїв здійснення цієї оцінки. Існують також відмінності в запобіганні конкретній поведінці, пов’язаній з використанням домінуючого положення, яке може відображати відмінності в цілях і ринковому середовищі. Засоби зловживання домінуванням залежать від специфіки кожної конкретної ситуації та можуть враховувати існуючі регулюючі структури, а також інші важелі державної політики. Нарешті, випадки, коли відчуваються ефекти від домінування тієї або іншої країни, можуть викликати необхідність застосування різних політичних інструментів та засобів захисту конкуренції і торговельних спільнот.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Уманців Ю.М. Механізм економічної політики: Навчальний посібник / Ю.М. Уманців, О.І. Міняйло, В.І. Косик. – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2010. – 436 с

2. Яcько Ю.І. Оцінка стану механізму реалізації конкурентної політики в Україні // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.uaю – стор. 275-276
3. Autor, David, David Dorn, Lawrence F. Katz, Christina Patterson, and John Van Reenan. 2017. “The Fall of the Labor Share and the Rise of Superstar Firms.” NBER Working Paper No. 23396. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
4. BOSCHECK, Ralf (1994). "Competitive Advantage: Superior Offer or Unfair Dominance?," California Management Review, vol. 37, no. 1, Fall, pp. 132-151.
5. BUREAU OF COMPETITION POLICY, CANADA (1991). Reference Document on Abuse of Dominance, preliminary draft, 23 October.
6. COMPETITION AUTHORITY, IRELAND (1995). Interim Report of Study on the Newspaper Industry.
7. HOVENKAMP, Herbert (1986). Antitrust, Black Letter Series, West Publishing Co.: St. Paul, MN.
8. KATZ, Michael (1987). The Welfare Effects of Third-Degree Price Discrimination in Intermediate Goods Markets, American Economic Review, vol. 77 no. 1, March, pp 154-167.
9. KATZ, Michael (1989). "Vertical Contractual Relations" in Handbook of Industrial Organisation, vol. 1, R. Schmalensee and R.D. Willig, eds. Elsevier Science Publishing: Amsterdam. KAUPER, Thomas E. (1991) "Article 86, Excessive Prices, and Refusals to Deal," Antitrust Law Journal, vol. 59, pp. 441-456.
10. OECD, (1996). Abuse of Dominance and Monopolisation, OCDE/GD(96)131
11. OECD, (1994). Trade and Competition Policies, OCDE/GD(94)63.
12. OECD, Competition policy, www.oecd.org/daf/competition/.
13. OECD (2014), Competition and macroeconomic outcomes factsheet, www.oecd.org/daf/competition/factsheetmacroeconomics-competition.htm.
14. OECD (2001), Recommendation concerning Structural Separation in Regulated Industries, www. oecd.org/daf/competition/recommendationconcerningstructuralseparationinregulatedindustries .htm.
15. OECD, Competition Assessment Toolkit, www.oecd.org/daf/competition/assessment-toolkit.htm.
16. OECD, Country reviews of competition policy frameworks, www.oecd.org/daf/competition/countryreviewsof/competitionpolicyframeworks.htm.
17. OECD, Fighting bid rigging in public procurement, www.oecd.org/daf/competition/fightingbid rigginginpublic/procurement.htm.
18. OECD, (2018). Market Concentration - Note by Jason Furman, DAF/COMP/WD(2018)67
19. OECD, Pro-competitive Policy Reforms, www.oecd.org/daf/competition/reforms/
20. ORDOVER, Janusz A. and SALONER, Garth (1989). “Predation, Monopolization, and Antitrust” in Handbook of Industrial Organisation, vol. 1, R. Schmalensee and R.D. Willig, eds. Elsevier Science Publishing: Amsterdam.
21. Smith A. AN INQUIRY INTO THE NATURE AND CAUSES OF THE WEALTH OF NATIONS. - The Pennsylvania State University. – 2005. – 786 p.
22. VARIAN, Hal R. (1989). "Price Discrimination" in Handbook of Industrial Organisation, vol. 1, R. Schmalensee and R.D. Willig, eds. Elsevier Science Publishing: Amsterdam.
23. WHISH, Richard and SUFRIN, Brenda (1993). Competition Law, 2nd ed., Butterworths: London.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.2
УДК 331.851

Коляденко С. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Вінницького національного аграрного університету

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

Предметом дослідження є імідж регіону як результат функціонування туристичних кластерів. Метою статті є обґрунтування особливостей формування іміджу регіону в умовах створення та активізації туристичних кластерів. Методичну базу дослідження складають методи логічних узагальнень, дедукція, індукція, проведення аналогій, комплексний та системний аналіз, метод порівнянь.

В статті комплексно досліджено вплив кластеризації туристичної сфери на формування регіонального іміджу. Виявлені відмінні особливості туристичних кластерів, їх роль в розвитку територій. Проаналізована структура кластеру, встановлені його основні компоненти. Наведено світовий досвід формування туристичних кластерів, а також стан України в цій сфері. Встановлено, що в Україні процес впровадження кластерної моделі організації господарської діяльності знаходиться у стадії становлення. Виявлено напрями поширення процесів кластеризації через просування іміджу території. Доведено, що туристичний кластер виступає каталізатором регіональної інтеграції, популяризації цінностей та відіграє важливу роль у формуванні національної самосвідомості. Обґрунтовано, що через кластерні технології формується єдине комплексне уявлення про регіон, яке за допомогою інструментів територіального маркетингу трансформується в імідж. Виокремлено особливу роль туристичних кластерів для розвитку малого та середнього бізнесу, а саме зниження бар'єрів виходу на ринки збуту продукції і поставок сировини та матеріалів, робочої сили, розвиток ділової активності. Імідж кластера переноситься зовнішніми по відношенню до кластеру партнерами і на окремі підприємства.

Сферою застосування результатів дослідження є державне та регіональне управління в контексті формування та просування позитивного іміджу територіальних структур. У якості перспективних напрямів подальших досліджень виділено розробку засобів діагностики регіонального іміджу, імплементацію світового досвіду формування туристичних кластерів та створення інноваційних структур управління туристичним бізнесом.

Ключові слова: регіон, територія, імідж, туристичний кластер, туристична сфера, територіальний маркетинг, кластерний підхід, інноваційна модель, конкурентоспроможність, інтеграція.

Коляденко С.В.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

Предметом исследования есть имидж региона как результат функционирования туристических кластеров. Цель статьи – обоснование особенностей формирования имиджа региона в условиях создания и активизации туристических кластеров. Методическую базу исследования составляют методы логических обобщений, дедукция, индукция, проведение аналогий, комплексный и системный анализ, метод сравнений.

В статье комплексно исследовано влияние кластеризации туристической сферы на формирование регионального имиджа. Определены отличительные особенности

туристических кластеров, их роль в развитии территорий. Проанализирована труктура кластера, установлены его компоненты. Приведен мировой опыт формирования туристических кластеров, а также состояние Украины в этой сфере. Установлено, что в Украине процесс внедрения кластерной модели организации хозяйственной деятельности находится в стадии становления. Определены направления расширения процессов кластеризации используя продвижение имиджа территорий. Доведено, что туристический кластер выступает катализатором региональной интеграции, популяризации ценностей и играет важную роль в формировании национального самосознания. Обосновано, что через кластерные технологии формируется единственное комплексное представление о регионе, которое с помощью инструментов территориального маркетинга трансформируется в имидж. Выделено особую роль туристических кластеров для развития малого и среднего бизнеса, а именно, снижения барьеров выхода на рынки сбыта продукции и поставок сырья и материалов, рабочей силы, развития деловой активности. Имидж кластера переноситься внешними по отношению к кластеру партнерами и на отдельные предприятия.

Сферой применения результатов исследования есть государственное и региональное управление в контексте формирования и продвижения позитивного имиджа территориальных структур. В качестве перспективных направлений дальнейших исследований выделена разработка средств диагностики регионального имиджа, имплементация мирового опыта формирования туристических кластеров и сохдание структур управления туристическим бизнесом.

Ключевые слова: регион, территория, имидж, туристический кластер, туристическая сфера, территориальный маркетинг, кластерный подход, инновационная модель, конкурентоспособность, интеграция.

Kolyadenko S. V.

THE REGION IMAGE IN THE CONDITIONS OF TOURIST CLUSTERS DEVELOPMENT

The subject of the study is the image of the region as a result of the operation of tourist clusters. The purpose of the article is to justify the peculiarities of forming the image of the region in terms of creation and activation of tourist clusters. Methodological basis of the research consists of methods of logical generalizations, deduction, induction, conducting analogies, complex and system analysis, method of comparisons.

The article deals with tourism sphere clustering and its influence on the regional image. It reveals the distinctive features of tourist clusters, their role in the development of territories. It points out the structure of the cluster, its main components; reviews the world experience of forming tourist clusters, as well as the state of Ukraine in this area. It establishes that in Ukraine the process of implementation of cluster model of economic activity organization is in the stage of formation. The article also considers the directions of clustering processes distribution through promotion of the territory image. It is proved that the tourist cluster serves as a catalyst for regional integration, popularization of values and plays an important role in the formation of national consciousness. It is substantiated that due to cluster technologies, a single comprehensive picture of the region is formed, which, with the help of territorial marketing tools, is transformed into an image. The author emphasizes the special role of tourist clusters for the development of small and medium-sized businesses, namely, the reduction of barriers to entry into the markets of products and supplies of raw materials, labor force, development of business activity. It should be noted that the image of the cluster is transferred external to the cluster partners and to individual enterprises.

The scope of application of the studies' results is state and regional management in the context of the formation and promotion of a positive image of territorial structures. As a promising direction for further research are the development of diagnostic tools for regional image, the implementation of world experience in forming tourist clusters and the creation of innovative tourism management structures.

Keywords: region, territory, image, tourist cluster, tourism sphere, territorial marketing, cluster approach, innovation model, competitiveness, integration.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність туристичної території та її привабливість для інвесторів багато в чому залежить від того, наскільки ефективно структурований її економічний простір та в якій мірі використовуються найбільш раціональні форми територіальної і галузевої організації. Сучасною ефективною і широко використовуваною в розвинених країнах світу формою територіальної організації економіки є кластери.

Кластери як інтегровані групи підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній сфері бізнесу, є глобальним явищем [1, с. 39], на рівні держави (в т.ч. і України) існують завдання, які ставляться подібним об'єднанням. В сучасних умовах інтеграційних процесів туристичний кластер виступає формою концентрації у регіоні туристичних складових та сприяє розвитку туристичних дестинацій. Також передбачається, що за рахунок великих формувань робота підприємств, що входять в кластер, стане більш ефективною, відбуватиметься розвиток нових напрямків, включення інноваційних систем і технологій.

Створення туристичного кластера формує уявлення про регіон і його перспективи, стимулює просування і утвердження нових елементів у складі його структури, а культурно-туристичні об'єднання допоможуть привернути увагу до території як цікавого об'єкта для відвідування. За допомогою кластерних утворень формується імідж регіону, що сприятиме збільшенню туристичних потоків та обміну культурами. У реаліях української економіки створення туристичних кластерів стане поштовхом до підвищення якості туристичних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування позитивного туристського іміджу держави з використання кластеризаційних підходів широко розглядаються вітчизняними науковцями, зокрема проблеми та перспективи формування туристського іміджу як важливої складової розвитку туризму та економіки досліджують такі автори, як В. Поліщук [1], О.А. Беспала [2], Л. Оболенцева [3], С. Александрова [3]; питанням кластеризації туристичної сфери присвячені праці О. Тищенка [4], Н. Петрової [4], О. Маслигана [5], М. Дички [5], О. Стоцького [6], Г. Сильванской [7], А. Попович [7], О. Кальченка [8], І. Левицької [9] та ін.

Невирішена частина загальної проблеми. Незважаючи на активний інтерес до проблем розвитку туристичної сфери, питання впливу процесів кластеризації ринку туристичних послуг на формування іміджу регіону є малодослідженими попри свою актуальність та практичну значимість для іміджевої політики.

Мета статті полягає у обґрунтуванні особливостей формування іміджу регіону в умовах створення та активізації туристичних кластерів.

Основний матеріал дослідження. Туристичний бізнес значно впливає на економіку абсолютно кожної країни, тому недооцінювати його значення не можна. Для країн, що динамічно розвиваються, туризм стає критерієм зростання економічних показників.

До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих

географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільне управління та маркетингову діяльність. Регіональний туристичний кластер визначається як взаємодія прилеглих в географічному плані суб'єктів господарювання, функціонування яких засноване на використанні місцевих туристичних ресурсів і пам'яток для спільної діяльності в області створення туристичного продукту.

Туристичний кластер є об'єднанням організацій, що надають послуги в сфері туризму. У своєму складі він має дрібні і великі фірми, які постійно взаємодіють між собою та знаходяться на єдиній території в межах одного регіону. Робота ведеться як у внутрішньому (подорожі всередині країни), так і в зовнішньому напрямку (зарубіжні поїздки).

Туристичний кластер кардинально відрізняється від виробничого, оскільки в його діяльності, крім економічного, істотні ще два компоненти - соціальний і екологічний. Ініціювання кластера, його самоорганізація і управління – надзвичайно складний процес, який вимагає практично активізацію технологій регіонального менеджменту. Це обумовлено тим, що в основі туристичного кластера лежать людські відносини – відносини між власниками (або керуючими) підприємницьких структур, пам'яток, розваг, представниками влади, некомерційними організаціями, лідерами місцевих громад і т.п. Всі учасники кластера повинні усвідомити вигоду від спільної діяльності та як результат створити певну організаційну структуру.

Дотримуючись думки О. Тищенка та Н. Петрової [4], головною концепцією кластерної теорії можна вважати об'єднання окремих елементів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації певної цілі. О. Кальченко поєднав підходи до визначення кластера в сфері туризму, таким чином визначивши туристський кластер як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристського продукту. До туристських кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристські ресурси, спеціалізовану туристську інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [8].

І. В. Левицька пропонує виділяти на території, наприклад, області зони і центри, які могли б стати вузловими елементами того, що формує туристський кластер. З погляду розвитку туризму і його просторової диференціації в області виділяють два типи зон, що включають центри туристської активності: опорні (основні) й автономні (другорядні) туристські зони. Опорні туристські зони пов'язані між собою єдиною мережею туристських маршрутів та спільною туристською інфраструктурою; опорні туристські зони включають найпопулярніші об'єкти туристського показу та охоплюють основні туристські потоки. Автономні туристські зони і центри в інфраструктурному плані недостатньо пов'язані з опорними туристськими зонами, їх функціонування більшою мірою пов'язане з реалізацією можливостей використання туристсько-рекреаційного потенціалу в рамках даної території [9].

Структура кластерів являє собою ієрархічну систему, ланкою, яка її очолює є керуюча компанія. Держава передає їй повноваження з управління тими чи іншими економічними територіями. Відносини в цих ланках базуються на основі партнерства; залежно від напрямку розвитку туристичного кластера здійснюється фінансова підтримка в необхідних обсягах. Керуюча компанія, в свою чергу, регулює роботу таких підрозділів: туристичні оператори; агентства з надання туристичних послуг;

організації, що здійснюють послуги з розміщення гостей (готелі, пансіонати, санаторії тощо).

Оскільки будь-яке кластерне утворення є багатокомпонентне, а сфера туризму не є виключенням, то для використання теорії кластерів у дослідженнях туризму необхідно проводити аналіз взаємодії таких компонентів:

об'єктів природної і культурної спадщини (туристські цінності);

інфраструктурних об'єктів, пов'язаних з обслуговуванням туристів;

освітніх організацій (підготовка кадрів);

органів управління в туристській сфері;

проектних та наукових установ.

Також в структуру туристичного кластеру входять: компанії з організації трансферту; підприємства харчування (ресторани, кафе, бари тощо), місця дозвілля та відпочинку (парки, спортивні зали і майданчики, кінотеатри та інші), торгові точки з сувенірною продукцією, об'єкти з ремонту та обслуговування транспорту.

Залежно від туристичної спрямованості виділяють різні види: розважальні, музейні, курортні, екологічні та інші кластери. За масштабними параметрами виділяють регіональні, локальні, національні та транснаціональні об'єднання (кластери). Більші з них можуть займати значні території і впливати на прилеглі структури. Формування кластерів відбувається або за цільовим призначенням, або він є історично сформованою структурою.

Відмінні риси кластера: територіально відноситься до певної зони; туристичний кластер – це відкрита система, в той час як мережі притаманне обмежене членство; взаємодія в кластері базується на соціальних цінностях і довірі; компілює організації для створення всебічної системи, створює попит; ґрунтується на конкуренції і кооперації; формує колективний образ майбутнього, має спільні завдання.

Досвід багатьох країн свідчить про те, що великі інтеграції сприяють підвищенню ефективності економіки. Основні центри: Азіатський, Європейський (Західна Європа) і Північноамериканський. В європейських країнах туристичний кластер – це розвинена система. Завдяки взаємодії організацій з державним апаратом, туризм такої країни, як Італія, сьогодні має сучасну розвинену туристичну інфраструктуру. Пам'ятники історичної та культурної спадщини дбайливо зберігаються. Вони стали основними пам'ятками держави. Активно використовуються всі сучасні досягнення, що робить туризм привабливим. Для Ізраїлю туристичний бізнес є ключовою складовою. Він приносить 4 % від ВВП держави. Діловий і медичний туризм – ось що відрізняє Ізраїль. У цій країні кластер не просто самостійне об'єднання окремих компаній, а чітка взаємодія всіх структур, контрольоване органами державної влади [5, с.262].

Іншими вдалими прикладами є території, які вже зарекомендували себе, як успішно функціонуючі туристичні кластери: узбережжя Середземного і Адріатичного морів, Карибського басейну; Об'єднані Арабські Емірати; гірськолижна індустрія Альпійського регіону; розважальна індустрія в Лас-Вегасі і Голлівуді; Австралія – на основі унікальних природних ресурсів Великого Бар'єрного рифа (Tropical North Queensland); Napa Valley, сформований на базі винного кластера в Сан-Франциско (США) [5, с.261].

Регіони неоднаково багаті різними рекреаційними ресурсами, тому розташування кластерних структур нерівномірне. Найчастіше вони утворюються саме в місцях з високою концентрацією пам'яток, як природних, так і штучних. Одним з факторів може стати розміщення подібного кластеру в певній зоні з метою підняття

економічного рівня.

За допомогою кластерів органи влади можуть ефективніше використовувати нові ринкові тенденції для соціально-економічного розвитку регіону, поєднуючи оцінки всередині кластера (як учасник кластера) і розуміння зовнішніх макроекономічних факторів, соціально-політичних тенденцій і реалій.

Кластерний підхід надає органам влади інструментарій ефективної взаємодії з бізнесом, більш глибокого розуміння його характерних показників і тактичних завдань, дає можливість цілеспрямованого, реального і мотивованого стратегічного планування ресурсів регіону, розвитку територій.

Для багатьох регіонів кластери є інноваційною моделлю перспективного економічного розвитку, в тому числі туристські кластери на територіях, що раніше належали до категорії монопрофільних і орієнтованих на промисловий сектор. Створення інноваційного кластеру в такому районі дозволить найкращим чином спроектувати можливості соціально-економічного розвитку, а також ефективно вибудувати і реалізувати стратегію довгострокового розвитку регіону.

В Україні процес впровадження кластерної моделі організації господарської діяльності знаходиться у стадії становлення. Не дивлячись на здійснення ряду заходів, спрямованих на підвищення конкурентоздатності окремих секторів економіки України та її регіонів на базі кластерної моделі, кількість діючих кластерів залишається незначною. Особливо це стосується туристської галузі, що є перспективною в цьому відношенні. Кластерні технології застосували спочатку на Хмельниччині, а трохи згодом на Івано-Франківщині. На Хмельниччині така модель впроваджується досить успішно, вже діють чотири кластери. Це: будівельний та швейний у Хмельницькому, туристичний та харчовий кластер в Кам'янці-Подільському. Успішно діє кластер агроекотуризму «Оберіг». Зараз він об'єднує 6 тисяч працівників. Це перший подібний кластер сільського туризму в Україні [8].

Іміджева складова функціонування кластерів проявляється в популяризації конкурентних переваг туристичної сфери в певному територіальному розрізі. В даному випадку принципово важливим є усвідомлення того, що при такому розумінні регіону в центрі його конкурентоспроможності виявляється не стільки конкурентність продукції, скільки сам регіон як певна «символічна цінність». Потрапляючи в інформаційне середовище, під впливом інформаційно-комунікативних технологій така «символічна цінність» стає частиною іміджу регіону і набуває цілком реальну оціночну вартість.

Кластерні моделі знайшли активне застосування в сфері бізнесу, де позитивний імідж тієї чи іншої компанії перетворюється на джерело значних додаткових прибутків. Постіндустріальний рівень розвитку суспільства зумовив зростання інформаційно-знакових компонентів у всіх сферах суспільно-політичного життя, у тому числі це знаходить відображення в необмеженому експорті світової економіки (в тому числі, експорт послуг освіти, медицини, юстиції, культури тощо). Повною мірою це відноситься і до регіону як одиниці символічного споживання світовою громадською думкою. Таким чином, присутність регіону в глобальному інформаційному просторі стає однією з ключових складових регіональної конкурентоспроможності, що визнається сьогодні багатьма експертами [2, 6, 7].

Для малих і середніх підприємств кластер може істотно знижувати бар'єр виходу на ринки збуту продукції і поставок сировини і матеріалів, робочої сили. Використовуючи репутацію кластера, підприємства малого і середнього бізнесу отримують нові можливості доступу до фінансових ресурсів. Імідж кластера переноситься зовнішніми по відношенню до кластеру партнерами і на окремі

підприємства.

Кластер виступає каталізатором регіональної інтеграції, популяризації цінностей, створених людиною протягом усієї її історії, та відіграє важливу роль у формуванні національної самосвідомості, консолідації суспільства. Саме від рівня розвитку процесів кластеризації, значимості та унікальності туристичного кластеру залежить його привабливість для потенційних туристів. Водночас кожен регіон за допомогою туристичних кластерів розкриває свої ідейні, культурно-історичні, побутові цінності, і на цій основі кластер слугує засобом збереження національних надбань, виховання нових поколінь та є важливим інструментом досягнення взаєморозуміння і співпраці, збагачення культур різних народів. Через кластерні технології формується єдине комплексне уявлення про регіон, яке за допомогою інструментів територіального маркетингу трансформується в імідж.

Завдяки активному функціонуванню кластер розкриває можливості регіону як цікавої туристичної дестинації та забезпечує залучення інвестицій, розвиток в'їзного туризму, розширення ринків збуту регіонального туристичного продукту та вихід на міжнародний ринок, створення нових робочих місць, наповнення коштів місцевих і державного бюджетів, збереження і нарощення культурного потенціалу, гармонізацію міжнародних відносин, активну участь регіональних органів влади, територіальних громад та суб'єктів господарювання у збереженні й оздоровленні навколишнього природного середовища, підвищення якості життя місцевого населення.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для розвитку туризму на певній території принципово важливим є інтеграція всіх учасників надання туристичних послуг в єдину комплексну систему – кластер. Об'єднанні зусилля дозволяють більш оперативно реагувати на потреби ринку, концентрувати увагу на створенні привабливого образу території – її іміджу. За таких умов туристичний регіон стає певним «продуктом», який потребує конкретної цільової аудиторії (туристів, інвесторів), заходів щодо позиціонування і диференціації від конкурентів за допомогою привабливого іміджу. Тому ефективне формування та управління іміджем, з використанням кластерних моделей здатне забезпечити успіх регіону навіть при первісній мінімальній кількості туристських ресурсів.

У якості перспективних напрямів подальших досліджень можна виділити розробку засобів діагностики регіонального іміджу, імплементацію світового досвіду формування туристичних кластерів та створення інноваційних структур управління туристичним бізнесом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Поліщук В. Л. Формування іміджу регіону як івентивної туристичної дестинації [Текст] / В. Л. Поліщук // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2013. – № 1 (16). – С. 39-46.
2. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні [Текст] / О.А. Беспала // Економіка: реалії часу. – №6 (34). – 2017. – С. 9-17.
3. Оболенцева Л.В. Проблеми та перспективи формування туристського іміджу України як важливої складової розвитку туризму та економіки держави [Текст]/ Оболенцева Л. В., Александрова С. А., Петренко К. О. // Международный научный журнал. – № 1. – 2016. – С. 72-76.
4. Тищенко О.М. Особливості туристських кластерів як синтетичних утворень / О. М. Тищенко, Н.Б. Петрова // Проблеми економіки. – № 3. – 2009. – С. 24-30.

5. Маслиган О. О. Зарубіжний досвід кластеризації сфери рекреації та туризму [Текст] / О. О. Маслиган, М. В. Дичка // Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка. – Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2012. – Вип. 2 (36). – С. 260-266.
6. Стоцький О. Кластери у світовій індустрії туризму [Текст] / О. Стоцький // Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації» (м. Тернопіль, 3-4 квітня 2014 р.). Тернопіль: ТНЕУ, 2014. –С. 289-292.
7. Сильванская Г. Н. Кластерный подход к позиционированию в туризме [Текст] / Г. Н. Сильванская, А. В. Попович // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем. – № 1 (20). – 2013. – С. 159-180.
8. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс] / О.М. Кальченко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009_39/22.htm
9. Левицька І. В. Розвиток туристсько-рекреаційного потенціалу регіону як основа формування туристичного кластера [Текст] / І. В. Левицька // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Випуск 9. – 2016. – С. 92-96.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.3
УДК 331.101.52:330.341.1:005.21
Лісогор Л.С., д.е.н., професор, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України
Руденко Н.В., к.е.н., Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Чувардинський В.О., аспірант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РОБОЧОЇ СИЛИ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН НА РИНКУ ПРАЦІ

У статті комплексно досліджено умови підвищення конкурентоспроможності робочої сили, зокрема необхідність постійного оновлення знань, умінь, навичок, формування сприятливого соціально-психологічного клімату та відповідних умов праці. Доведено, що пріоритетного значення в умовах глобалізації набувають інноваційні чинники розвитку, пов'язані із забезпеченням технологічного оновлення виробництва, підвищенням ступеню готовності робочої сили до інноваційних змін. Обґрунтовано можливість досягнення високого рівня конкурентоспроможності національних економік за рахунок мобілізації чинників ефективності та інноваційності, створення умов для реалізації конкурентних переваг робочої сили на внутрішньому та зовнішньому ринках праці. Досліджено специфіку формування та реалізації конкурентних переваг робочої сили, обумовлену особливостями характеру та змісту праці, у процесі якого використовуються споживчі якості робочої сили. Доведено, що формування конкурентних переваг робочої сили пов'язано з існуючим демографічним, трудовим та соціальним потенціалами окремих індивідів та населення у цілому, а також можливостями їх ефективного використання та розвитку. Обґрунтовано, що посилення ролі творчого характеру праці в умовах інноваційних змін (при зниженні значимості жорстко регламентованої, уніфікованої праці) обумовлює відповідні зміни у співвідношенні способів отримання конкурентних переваг. В ході дослідження визначено залежність між способом реалізації конкурентних переваг робочої сили та співвідношенням попиту та пропозиції. Розроблено структурно-логічну схему формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили на основі реалізації цінових та нецінових конкурентних переваг. Проаналізовано вплив демографічних, техніко-організаційних, соціально-економічних, освітньо-професійних та особистісно-мотиваційних чинників на формування та реалізацію конкурентоспроможності робочої сили. Розроблено систему заходів, спрямованих на запобігання трансформації ризиків формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили у загрози. У якості перспектив подальших досліджень запропоновано розроблення механізму забезпечення реалізації конкурентних переваг робочої сили, дослідження синергетичного ефекту від дії чинників впливу на формування та реалізацію конкурентоспроможності робочої сили.

Ключові слова: конкурентоспроможність робочої сили, конкурентні переваги, ринок праці, ризики, інноваційні чинники.

Лисогор Л.С., Руденко Н.В., Чувардинский В.А.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ НА РЫНКЕ ТРУДА

В статье комплексно исследовано условия повышения конкурентоспособности рабочей силы, необходимость постоянного обновления знаний, умений, навыков, формирования благоприятного социально-психологического климата и соответствующих условий труда. Доказано, что в условиях глобализации приоритетное значение приобретают инновационные факторы развития, связанные с обеспечением технологического обновления производства, повышением степени готовности рабочей силы к инновационным изменениям. Обоснована возможность достижения высокого уровня конкурентоспособности национальных экономик за счет мобилизации факторов эффективности и инновационности, создания условий для реализации конкурентных преимуществ рабочей силы на внутреннем и внешнем рынках труда. Исследована специфика формирования и реализации конкурентных преимуществ рабочей силы, обусловленная особенностями характера и содержания труда, в процессе которого используются потребительские качества рабочей силы. Доказано, что формирование конкурентных преимуществ рабочей силы связано с существующим демографическим, трудовым и социальным потенциалами отдельных индивидов и населения в целом, а также возможностями их эффективного использования и развития. Обосновано, что усиление роли творческого характера труда в условиях инновационных изменений (при снижении значимости жестко регламентированного, унифицированного труда) обусловливает соответствующие изменения в соотношении способов получения конкурентных преимуществ. В ходе исследования определена зависимость между способом реализации конкурентных преимуществ рабочей силы и соотношением спроса и предложения. Разработана структурно-логическая схема формирования и реализации конкурентоспособности рабочей силы (на основе реализации ценовых и неценовых конкурентных преимуществ). Проанализировано влияние демографических, технико-организационных, социально-экономических, образовательно-профессиональных и личностно-мотивационных факторов на формирование и реализацию конкурентоспособности рабочей силы. Разработана система мероприятий, направленных на предотвращение трансформации рисков формирования и реализации конкурентоспособности рабочей силы в угрозы. В качестве перспективных исследований предложена разработка механизма обеспечения реализации конкурентных преимуществ рабочей силы, исследования синергетического эффекта от действия факторов влияния на формирование и реализацию конкурентоспособности рабочей силы.

Ключевые **слова:** конкурентоспособность рабочей силы, конкурентные преимущества, рынок труда, риски, инновационные факторы.

Lisogor L.S., Rudenko N.V., Chuvardynskyy V.O.

COMPETITIVENESS OF LABOUR FORCE: PROBLEMS OF THE FORMATION AND REALIZATION UNDER CONDITIONS OF INNOVATIVE CHANGES AT LABOUR MARKET

The article investigates the conditions for increasing the competitiveness of the labour force, in particular the need for updating of knowledge, skills, qualifications and the formation of a favorable socio-psychological climate and appropriate working conditions. It is

proved that the innovative factors of development connected with providing of the technological upgrading of production, increasing the readiness of labour force to innovate changes became the priorities under globalization. The possibility of achieving a high level of competitiveness of national economies based on the mobilization of efficiency and innovation factors, creation of the conditions for realization of competitive advantages of the labour force at the domestic and foreign labour markets is substantiated. The specific features of the formation and implementation of competitive advantages of the labour force, determined by the peculiarities of the nature and content of labor, in which the consumer qualities of the labour force are used, are investigated. It is proved that the formation of competitive advantages of the labour force is connected with the existing demographic, labour and social potential of individual individuals and the population as a whole, as well as opportunities for their effective using and development. It is substantiated that strengthening the role of the creative nature of labour in the conditions of innovative changes (with a decrease in the importance of strictly regulated, unified labor) causes the corresponding changes in the ratio of methods of obtaining competitive advantages. During research, the dependence between the way of realizing the competitive advantages of the labour force and the ratio of demand and supply had been determined. The structural-logical scheme of formation and realization of labour competitiveness is developed on the basis of realization of price and non-price competitive advantages. The influence of demographic, technical and organizational, socio-economic, educational and professional and individual and incentive factors on formation and realization of labour competitiveness is analysed. A system of measures aimed at preventing the transformation of the risks of the formation and implementation of the competitiveness of the labour force into a threat has been developed. As prospects for further researches, it is proposed to develop a mechanism for ensuring the realization of competitive advantages of a workforce, studying the synergistic effect from the influence of factors of influence on the formation and implementation of the competitiveness of the labour force.

Key words: competitiveness of labour force, competitive advantages, labour market, risks, innovative factors.

Постановка проблеми. Посилення глобалізаційних тенденцій розвитку світової економіки обумовлює необхідність пошуку країнами найбільш ефективних моделей економічного розвитку, пов'язаних з отриманням та реалізацією конкурентоспроможних переваг інноваційного типу. Серед найважливіших пріоритетів суспільного розвитку, затверджених у 2014 році *Європарламентом, Радою Європи, Європейським Соціально-Економічним Комітетом та Комітетом Регіонів Комюніке комісії «Про Європейське Індустріальне Відродження»* ("For a European Industrial Renaissance". Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions), було відзначено необхідність модернізації промисловості для створення робочих місць; сприяння конкурентоспроможності та інноваціям, розвитку навичок та підприємництва; поліпшення можливостей навчання та підвищення мобільності населення [1]. Прийнята країнами «Великої Двадцятки» *Стратегія «Кваліфікована робоча сила для потужного, сталого та збалансованого зростання»* (A G20 Training Strategy "A Skilled Workforce for Strong, Sustainable and Balanced Growth") також передбачала швидке реагування систем освіти та навчання економічно розвинених країн на зміни вимог до кваліфікацій, обумовлені прискоренням технологічного прогресу та поширенням інновацій [2].

Недооцінка важливості інноваційних чинників забезпечення конкурентоспроможності економіки може призвести до «звуження» спеціалізації менш економічно розвинених країн, консервації їх технологічного відставання від країн–інноваторів. Обмеження можливостей підвищення інноваційної активності економіки може дестимулюючим чином впливати на якісні характеристики робочої сили, загострюючи ризики погіршення якості освіти, декваліфікації, збільшення масштабів міграційного відтоку економічно активного населення.

В умовах глобалізації пріоритетного значення набувають інноваційні чинники розвитку, пов'язані не тільки із забезпеченням технологічного оновлення виробництва, але й підвищенням ступеню готовності робочої сили до інноваційних змін. Передусім, це обумовлює необхідність створення умов для підвищення конкурентоспроможності робочої сили на основі використання конкурентних переваг, пов'язаних з поліпшенням її якісних параметрів. Саме тому наукова спільнота продовжує досліджувати проблеми конкурентоспроможності робочої сили, орієнтуючись на визначення шляхів та напрямів її забезпечення в умовах інноваційних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом вітчизняні та зарубіжні науковці приділяли достатньо уваги дослідженню еволюції економічного змісту конкурентоспроможності робочої сили в умовах трансформаційних змін. Зокрема, найбільш значимий внесок у розвиток теорії конкурентоспроможності робочої сили внесли такі вітчизняні вчені-економісти як Д.П. Богиня, І.А. Войналович, Н.М. Глевацька, О.А. Грішнова, Е.М. Лібанова, М.О. Кримова, Л.Б. Мартинова, І.Л. Петрова, М.В. Семикіна, Л.В. Шаульська, І.О. Штундер. Серед зарубіжних дослідників проблем конкурентоспроможності, конкурентних переваг необхідно відзначити, у першу чергу, таких науковців як Дж. Альбрехт (J. Albrecht), Ю. Ванхала (J. Vanhala), С. Вроман (S. Vroman), Ж. Ламбен (J. Lambin), М. Портер (M. Porter), К. Сала-і-Мартін (Xavier Sala-i-Martin), Н. Хоффман (N. Hoffman).

Аналізуючи можливості підвищення конкурентоспроможності національних економік, Дж. Альбрехт та С. Вроман серед найбільш важливих конкурентних переваг працівників на сучасному ринку праці відзначали високий рівень кваліфікації, що забезпечує можливість зайнятості на конкурентоспроможних робочих місцях [3]. Ю. Ванхала у ході дослідження "Labor Market Frictions, Technological Change and Macroeconomic Fluctuations" підтвердив гіпотезу стосовно необхідності систематичного оновлення знань та кваліфікацій працівників, оскільки в сучасних умовах зростання продуктивності нового капіталу залежить у більшій мірі від рівня навиків, ніж від рівня витрат на робочу силу [4].

Переважна більшість науковців досліджувала еволюцію економічного змісту категорії «конкурентоспроможність робочої сили» у контексті формування економіки знань, орієнтуючись, насамперед, на визначення якісних аспектів забезпечення конкурентоспроможності. Характеризуючи особливості формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили в умовах обмеженості ресурсів, І.О. Штундер зазначала, що конкурентоспроможність робочої сили можна визначити як результат її розвитку, котрий досягається через застосування комплексу заходів, що охоплює професійне навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів, а також планування кар'єри працівників. Серед найбільш важливих умов підвищення конкурентоспроможності робочої сили було відзначено необхідність постійного оновлення знань, умінь, навичок, формування сприятливого соціально-психологічного клімату та відповідних умов праці, покращення соціального забезпечення працівників, поліпшення показників морального та фізичного здоров'я [5, с. 202]. Загалом, це

свідчить про існування значного наукового інтересу до питань конкурентоспроможності людського чинника, забезпечення можливостей реалізації конкурентних переваг робочої сили.

Однак дотепер недостатньо дослідженими залишаються питання, пов'язані із забезпеченням реалізації конкурентних переваг робочої сили задля підвищення рівня її конкурентоспроможності у контексті інноваційних трансформацій. Це актуалізує необхідність дослідження проблем не тільки формування, але й реалізації конкурентоспроможності робочої сили, пов'язаних з посиленням інноваційних засад суспільного розвитку.

Метою статті є дослідження проблем формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили з урахуванням впливу інноваційних чинників, визначення напрямів реалізації конкурентних переваг робочої сили в умовах трансформаційних змін.

Виклад основного матеріалу. Динамічність трансформаційних змін глобалізованого світового економічного середовища, посилення значення інноваційних чинників розвитку обумовлює необхідність покращення якості робочої сили. Досягнення високого рівня конкурентоспроможності національних економік за рахунок мобілізації чинників ефективності та інноваційності можливо на основі підготовки та використання конкурентоспроможної робочої сили, створення умов для реалізації її конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках праці.

Це передбачає необхідність дослідження проблем отримання та реалізації конкурентних переваг робочої сили. Країни можуть отримати статус «лідерів-інноваторів», згідно точки зору М. Портера, за рахунок реалізації набутих фірмами конкурентних переваг, які ґрунтуються на постійно здійснюваних інноваціях та оновленні технологій [6]. Н. Хоффман, аналізуючи проблеми досягнення та реалізації конкурентних переваг, визначає їх як достатньо унікальні особливості (властивості), володіння якими забезпечує отримання переваг (виграшів), порівняно з конкурентами, протягом достатньо тривалого проміжку часу [7]. При цьому конкурентні переваги можуть бути отримані двома способами:

1) *ціновими* (зниженням цін на товари, послуги, порівняно з цінами на товари, послуги подібної якості);

2) *неціновими* (забезпеченням більш високої якості товару, порівняно з якісними характеристиками аналогічних за цінами товарів, послуг).

Специфіка формування та реалізації конкурентних переваг робочої сили обумовлена особливостями характеру та змісту праці, у процесі якого використовуються споживчі якості робочої сили. Формування конкурентних переваг робочої сили пов'язано, передусім, не тільки з існуючим демографічним, трудовим та соціальним потенціалами окремих індивідів та населення у цілому, але й можливостями їх ефективного використання та розвитку. При цьому реалізація набутих у процесі життєдіяльності переваг повинна забезпечувати суб'єктам конкуренції перевагу над наявними або потенційними конкурентами.

Водночас слід зазначити, що конкурентоспроможність робочої сили та можливості її підвищення визначаються якісними характеристиками робочої сили, її споживчими властивостями та ціною, різні комбінації яких формують конкурентні переваги робочої сили [8]. Переважна більшість науковців при дослідженні економічної сутності поняття «конкурентоспроможність робочої сили» підкреслює необхідність забезпечення відповідності якості робочої сили вимогам ринку, можливість перемагати в конкуренції на ринку праці, тобто «повніше порівняно з іншими кандидатами

задовольняти вимоги роботодавців за рівнем знань, вмінь, навичок, особистих якостей» [9, с. 122]. При цьому науковці наголошують на тому, що конкурентоспроможність працівників може бути визначена як їх «готовність та спроможність в умовах конкурентної боротьби реалізувати конкурентні переваги на основі забезпечення відповідності характеристик робочої сили вимогам робочих місць та потребам економіки» [8].

Еволюція змін процесу формування та розвитку конкурентоспроможності робочої сили свідчить про існування певних закономірностей. Для індустріальної та постіндустріальної моделей економік було характерно підвищення попиту на кваліфікованих робітників з інструментом, трудова діяльність яких була спрямована на виконання регламентованих операцій по обслуговуванню технологічного устаткування. Відповідно, конкурентні переваги отримувалися, передусім, працівниками, здатними до навчання та підвищення кваліфікації, що результувалися в освоєнні прогресивних форм організації праці. Пріоритетного значення на етапах економічного розвитку, які характеризувалися значними циклічними та кон'юнктурними змінами, набували саме цінові конкурентні переваги робочої сили, пов'язані з можливостями зниження вартості та ціни робочої сили в умовах обмеженого попиту з боку роботодавців.

Перехід до інформаційної моделі економіки супроводжувався посиленням ролі інноваційних технологій, що потребувало залучення знаннєвоємної праці. Початок глобальної трансформації (Четвертої промислової революції), яка, на думку експертів World Economic Forum, характеризується конвергенцією цифрових, фізичних і біотехнологій, спрямованою на зміни способів виробництва, споживання, спілкування, переміщення, генерування енергії та комунікації між людьми, принципово змінює сферу праці, геополітичне безпекове середовище, соціальні цінності та етичні норми [10]. Відповідно, відбуваються зміни у характері праці, пов'язані з швидкою «інформаціоналізацією» суспільства, поширенням нестандартних форм зайнятості, зміною концептуальних підходів до традиційної праці.

Посилення ролі творчого характеру праці в умовах інноваційних змін (при одночасному зниженні значимості жорстко регламентованої, уніфікованої праці) обумовлює відповідні зміни у співвідношенні способів отримання конкурентних переваг. Домінуючими поступово стають нецінові конкурентні переваги робочої сили, отримані за рахунок забезпечення більш високої її якості (насамперед, підвищення рівня освіти, кваліфікації, оволодіння сучасними навиками). Реалізація цих конкурентних переваг в умовах прискорення технологічного розвитку потребує постійного удосконалення освітньо-кваліфікаційних характеристик робочої сили шляхом систематичного оновлення знань, умінь та навичок працівників на основі безперервної освіти.

Однак можливості формування та реалізації конкурентних переваг робочої сили залежать не тільки від створення умов для покращення її якості, підвищення кваліфікації, але й наявності ефективних робочих місць та вакансій. Обмежені перспективи створення ефективних, конкурентоспроможних робочих місць суттєво звужують можливості реалізації конкурентних переваг робочої сили, пов'язаних з покращенням її якісних параметрів.

Не менш важливим є вплив на реалізацію конкурентних переваг робочої сили співвідношення попиту та пропозиції на ринку праці. За умов *скорочення обсягів попиту на робочу силу* (з боку роботодавців) посилюється конкуренція між пошукувачами робочих місць (працівниками). Це, відповідно, стимулює пошукувачів до активації існуючих та акумулювання додаткових конкурентних переваг. При цьому

співвідношення між ціновими та нецiновими складовими конкурентних переваг залежить від сили конкуренції в окремих сегментах ринку праці як з боку роботодавців, так і працівників. У разі посилення конкуренції між пошукувачами за отримання робочого місця можливе застосування практики т.зв. «демпінгування», в результаті якого працівники погоджуються виконувати роботу за невисокий рівень оплати праці, не зосереджуючись на покращенні її якості.

Відповідно, працівник може отримувати конкурентні переваги за рахунок або більш високої якості робочої сили (при утриманні постійного рівня цін), або зниження ціни (при збереженні достатньо стабільних параметрів якості). Однак оскільки ціна товару «робоча сила» на ринку праці має тенденцію до вирівнювання, то більш прийнятним варіантом для підвищення конкурентоспроможності робочої сили може стати поліпшення її якості. Недостатньо високий рівень професійно-кваліфікаційної мобільності значно звужує функціональні можливості працівників, може ускладнювати реалізацію конкурентних переваг у ході конкурентної боротьби за робочі місця. Натомість, посилення адаптаційних можливостей фахівців, обумовлене наявністю фундаментальної підготовки, універсалізацією працівників стають необхідною передумовою підвищення рівня їх професійно-кваліфікаційної мобільності, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності.

За умов *збільшення попиту на робочу силу* (посилення мотивації роботодавців до виробництва більш конкурентних товарів / послуг) можливе посилення конкуренції між ними за найм працівників, що мають більш значні конкурентні переваги. У цьому випадку роботодавці, зацікавлені у наймі кваліфікованої робочої сили, здатної обслуговувати сучасні технології, пропонують більш високий рівень оплати праці. Конкурентні позиції роботодавців на ринку праці визначаються, насамперед, рівнем оплати праці, що пропонується ними. Цінова конкуренція при цьому передбачає підбір необхідної робочої сили за рахунок маніпулювання рівнем витрат на її найм, залучення підприємцем висококваліфікованих спеціалістів за рахунок більш високого рівня оплати праці, що пропонується.

Посилення конкуренції між роботодавцями за найм кваліфікованої робочої сили може стимулювати їх до удосконалення форм організації виробництва або за рахунок інвестування в оновлення технологічних процесів, або за рахунок удосконалення організаційних умов діяльності працівників. При цьому конкурентоспроможність роботодавців на ринку праці залежить не тільки від фінансово-економічних можливостей технічного переозброєння робочих місць, але й від обґрунтованості розрахунків термінів окупності інвестицій, спрямованих на залучення високопрофесійних фахівців.

Зниження рівня монополізації ринку праці об’єктивно супроводжується універсалізацією працівників, що посилює їх адаптованість до нових умов трудової діяльності. Забезпечення конкуренції на ринку праці як дієвого регулятора співвідношення попиту та пропозиції на ринку праці, стимулює працівників до підвищення рівня кваліфікації, з одного боку, та роботодавців − до покращення якості робочих місць, з іншого боку. Однак при цьому слід враховувати, що існування недобросовісної конкуренції на ринку праці, яка мінімізує шанси отримання рівного доступу до роботи для усіх категорій населення, суттєво звужує можливості реалізації конкурентних переваг та дестимулюючим чином впливає на мотивацію працівників до подальшого пошуку відповідної роботи.

В умовах кон’юнктурних змін на ринку праці можливості формування конкурентоспроможної робочої сили та реалізації її конкурентних переваг залежать від

впливу різноспрямованих або односпрямованих чинників, врахування дії яких може забезпечити результативність цього процесу. При цьому слід враховувати як ризики-загрози, так і ризики-можливості формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили, пов'язані з впливом демографічних, техніко-організаційних, соціально-економічних, освітньо-професійних та особистісно-мотиваційних чинників (Рис. 1)

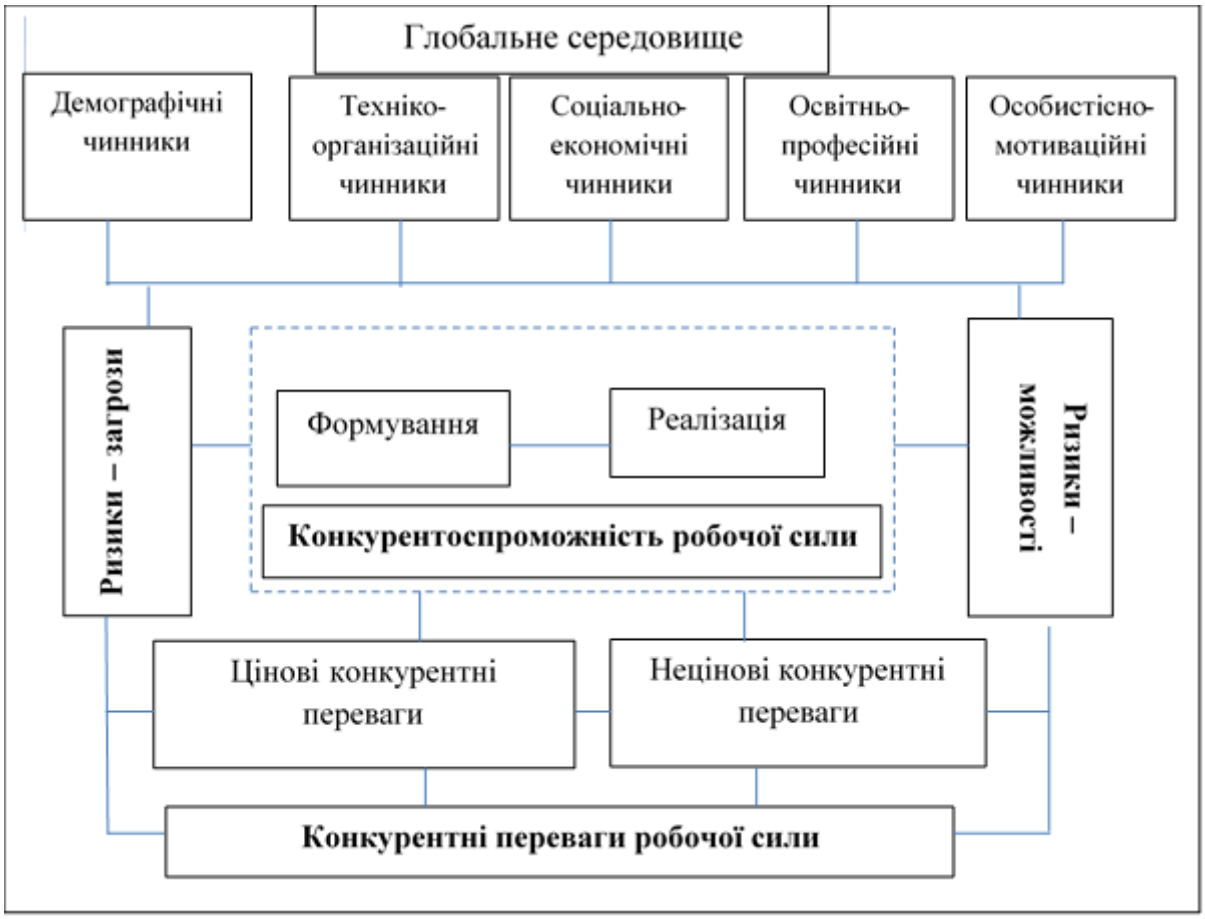


Рис. 1. Структурно-логічна схема формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили

Критично важливо визначити умови трансформації ризиків у загрози: причому це стосується не тільки умов формування конкурентоспроможності робочої сили (отримання цінових або нецінових конкурентних переваг), але й можливостей реалізації цих переваг у ході конкурентної боротьби за робочі місця. Водночас слід враховувати, що трансформація ризиків формування конкурентоспроможності робочої сили та реалізації її власних конкурентних переваг у загрози, як і можливості підвищення конкурентоспроможності загалом залежать від вектору та ступеню впливу демографічних, техніко-організаційних, соціально-економічних, освітньо-професійних та особистісно-мотиваційних чинників.

Результативність реалізації конкурентних переваг робочої сили, спрямованих на підвищення її конкурентоспроможності, обумовлена впливом *демографічних чинників.* Обсяги пропозиції робочої сили залежать, передусім, від демографічної ситуації, яка формується в результаті впливу чинників як екзогенного, так і ендогенного характеру. Звуження демографічного базису відтворення населення України супроводжується

наростанням ризиків, пов'язаних з постарінням населення. Зниження народжуваності (навіть зважаючи на запровадження ряду пронаталістських заходів [11]) призводить до відповідних змін демографічного навантаження на населення у віці 16–59 років. Зокрема, у 2016 р. спостерігалося зменшення цього навантаження з боку дітей (у віці 0–15 років) − до 265 осіб, при відповідному збільшенні з боку населення у віці 60 років і старше − до 367 осіб [12]. Розрив між Україною та країнами Європейського Союзу за показником очікуваної тривалості життя та іншими параметрами дожиття населення останнім часом також збільшується. Зокрема, очікувана тривалість життя при народженні в Україні становила у 2015 р. 66,4 роки – у чоловіків та 76,3 роки – у жінок. При цьому тривалість життя чоловіків в Україні була нижчою на 14 років, ніж у Швеції, та майже на 7 років, ніж у Польщі [12].

Міграційні процеси також суттєвим чином впливають на конкурентоспроможність робочої сили, обмежуючи обсяги її пропозиції. За результатами модульного вибіркового обстеження населення (домогосподарств) із питань трудової міграції, проведеного органами державної статистики у січні-червні 2017 року, кількість трудових мігрантів у 2015-2017 рр. становила 1303,3 тис. осіб. Причому у складі мігрантів домінували представники найбільш економічно активних груп населення [13]. Також серйозною проблемою для України може стати втрата значного освітнього потенціалу молоді внаслідок міграції для навчання та працевлаштування за кордоном. За результатами проведеного аналітичним центром CEDOS моніторингу кількості українських громадян, що навчаються у зарубіжних університетах, у 2014/2015 навчальному році 59648 громадян України навчалися за кордоном (з них переважна більшість у Польщі, Німеччині, Росії, Канаді, Італії, Чеській Республіці, США та ін.) [14].

Відповідно, погіршення демографічної ситуації в країні, збільшення міграційного відтоку найбільш продуктивних груп населення може призводити до трансформації демографічних ризиків у загрози, ускладнює вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності робочої сили.

Необхідно відзначити, що реалізація конкурентних переваг робочої сили, спрямованих на підвищення її конкурентоспроможності, залежить також від впливу *техніко-організаційних чинників*. Наростання ризиків, пов'язаних з впливом таких чинників як повільні темпи структурної перебудови економіки України, обмежена кількість високотехнологічних робочих місць, слабка мотивація роботодавців до технологічного оновлення виробничих процесів ускладнюють можливості реалізації нецінових конкурентних переваг робочої сили. Дотепер інноваційна активність економіки залишається невисокою: протягом 2014–2016 рр. частка інноваційно активних підприємств становила лише 18,4% від загальної кількості обстежених підприємств [15]. Відповідно, обмежені можливості генерації та впровадження інновацій також ускладнюють можливості реалізації нецінових конкурентних переваг робочої сили, ослаблюють мотивацію до покращення якісної складової конкурентоспроможності.

Не менш важливим *соціально-економічним чинником* впливу на підвищення конкурентоспроможності робочої сили в Україні є заниження вартості робочої сили, слабкість кореляції між рівнем кваліфікації працівників та рівнем доходів від зайнятості, надмірна соціалізація політики доходів в Україні. Превалювання моделі «дешевої» робочої сили в Україні протягом останніх десятиріч призвело до консервації низького рівня заробітної плати (порівняно з переважною більшістю європейських країн). За даними МОП, середній рівень заробітної плати в Україні у 2016 році

становив 767 $ (constant 2011 PPP), порівняно з 2264 $ (constant 2011 PPP) у Польщі, 2053 $ (constant 2011 PPP) в Угорщині, 2235 $ (constant 2011 PPP) у Чеській Республіці [16]. За даними Державної служби статистики України, частка витрат на персонал підприємств (витрат на оплату праці та соціальні заходи підприємств) у собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) на великих підприємствах скоротилася з 3,74% у 2014 році до 3,36% у 2016 р. [17]. Економіка, що базується на низькій вартості робочої сили, не гарантує розширення внутрішнього споживчого попиту, не забезпечує високих стандартів споживання, звужує можливості якісного відтворення робочої сили, провокує відплив найбільш ініціативних економічно активних громадян до інших країн, дестимулює зростання продуктивності праці та призводить до погіршення якості людського капіталу [18].

Серед освітньо-професійних чинників, що суттєво впливають на ризики формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили, можна виокремити також *освітньо-професійну структуру зайнятості*. Збереження індустріального (екстенсивного) типу зайнятості характеризується диспропорціями між рівнями освіти та вимогами працівників до умов найму та оплати праці, з одного боку, та потребами економіки у робочій силі за професіями та кваліфікаціями, з іншого. Достатньо поширеним є феномен т.зв. «надлишкової кваліфікації» («вертикальна кваліфікаційна невідповідність»), коли отриманий рівень освіти перевищує рівень вимог до обслуговування робочого місця [19]. Водночас значною залишається частка зайнятих за масовими професіями вузького профілю. За даними обстеження економічної активності населення у 2017 році, частка представників найпростіших професій у структурі зайнятого населення становила 19,4%. Натомість, питома вага професіоналів у загальній чисельності зайнятого населення становила 17,9%, фахівців – 11,3%, що, відповідно, свідчить про збереження ресурсоємної структури зайнятості [20].

Разом з тим, достатньо слабкими залишаються стимули до підвищення професійного рівня зайнятого населення, що значно загострює ризики-загрози формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили. Зокрема, результати обстеження «Перехід молоді від навчання до стабільної роботи», проведеного у 2015 році Українським центром соціальних реформ, Інститутом демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, Центром соціального моніторингу, за сприяння Міжнародної організації праці, The Mastercard Foundation, “Work4Youth” свідчать, що дотепер невисокою залишається націленість молоді на продовження освіти / професійної підготовки у перспективі. Зокрема, традиційно зорієнтованими на продовження навчання є представники вікової групи 15-19 років (53,9%). Водночас достатньо загрозливою залишається ситуація з мотивацією навчання молоді у віці 25-29 років щодо продовження навчання (майже 60,9% відзначили, що не бажають її продовжувати) [21].

Особистісні риси людини (креативність, творчий підхід до вирішення поставлених завдань, новаторство) також виступають важливими передумовами посилення готовності до підвищення власної конкурентоспроможності. Однак готовність до оновлення знань, підвищення професійно-кваліфікаційного рівня, до участі в інноваційної діяльності залежить передусім від мотиваційних настанов особистості. Згідно результатам національних щорічних моніторингових опитувань «Українське суспільство 1992-2016 рр. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг», проведених Інститутом соціології НАН України, у 2016 році майже 78,7% респондентів відзначили важливість підвищення освітнього рівня (порівняно з 70,9% у 2014 р.) [22]. Це свідчить про поступову зміну пріоритетів у рейтингу ціннісних

орієнтацій людей, збільшення націленості на отримання конкурентних переваг, пов'язаних з покращенням якісних характеристик. Водночас важливим є вплив об'єктивних чинників, зокрема, ступеню розвиненості інституційного середовища, що забезпечуватиме реалізацію мотиваційних настанов на підвищення кваліфікаційного рівня.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Загалом, усі зазначені вище чинники суттєво впливають на формування та реалізацію конкурентоспроможності робочої сили, визначаючи траєкторію їх змін з урахуванням впливу інноваційних чинників розвитку. З метою запобігання трансформації ризиків формування та реалізації конкурентоспроможності робочої сили, пов'язаних із звуженням демографічного базису, погіршенням освітньо-професійної структури зайнятості внаслідок технологічної застарілості виробничих процесів, низької інноваційної активності економіки, утримання неконкурентної заробітної плати, у загрози, доцільно реалізовувати наступні заходи:

- сприяти проведенню структурних реформ в економіці, спрямованих на забезпечення реструктуризації зайнятості, переходу до інноваційної моделі розвитку на основі інформатизації суспільства, технологічного оновлення виробництва;
- розробити та впроваджувати заходи державної політики у демографічній сфері, спрямовані на поліпшення якості життя населення, зниження рівня смертності населення працездатного віку, мінімізації втрат від зростання захворюваності, утримання значної частки робочих місць з шкідливими умовами праці; активізації пропагування здорового способу життя;
- удосконалювати державну політику в освітній сфері у напряму досягнення освітньо-кваліфікаційної збалансованості, покращення якості освітніх послуг;
- забезпечувати нормативно-правове забезпечення інституційних реформ, пов'язаних із забезпеченням гідних умов найму та оплати праці; посиленням взаємозв'язку між рівнем кваліфікації та доходів від зайнятості;
- стимулювати активізацію поведінкових стратегій населення, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності робочої сили на основі реалізації конкурентних переваг, пов'язаних з поліпшенням якісних характеристик. В якості перспектив подальших досліджень доцільно розроблення механізму забезпечення реалізації конкурентних переваг робочої сили, дослідження синергетичного ефекту від дії усіх чинників впливу на формування та реалізацію конкурентоспроможності робочої сили.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. For a European Industrial Renaissance (2014). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. – Last access: 2014. – Title from the screen: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri= CELEX:52014DC0014&from=EN
2. A Skilled Workforce for Strong, Sustainable and Balanced Growth: A G20 Training Strategy (2010). – Geneva: International Labour Office. – Last access: 2010. – Title from the screen: https://www.oecd.org/g20/summits/toronto/G20-Skills-Strategy.pdf
3. Albrecht, James and Susan Vroman (2002): A Matching Model with Endogenous Skill Requirements. International Economic Review, vol. 43, No. 1, February 2002. – Last access: 2002. – Title from the screen. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2354.t01-1-00012

4. Vanhala, J. (2007) Essays on Labor Market Frictions, Technological Change and Macroeconomic Fluctuations. Research Reports Kansantaloustieteen laitoksen tutkimuksia, No. 108:2007 – Last access: 2002. – Title from the screen: http://ethesis.helsinki.fi/julkaisut/val/kansa/vk/vanhala/essayson.pdf
5. Штундер І.О. Ефективна зайнятість: реалії та інноваційні перспективи: моногр. / І.О. Штундер. – Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2016. – 392 с.
6. Porter, Michael E. (1998) Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with a new Introduction New York: The Free Press. – Last access: 2005. – Title from the screen: https://trove.nla.gov.au/version/8667868
7. Hoffman, Nicole P. (2000). An Examination of the "Sustainable Competitive Advantage" Concept: Past, Present, and Future, Academy of Marketing Science Review, v 2000 (4). – Last access: 2014. – Title from the screen: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.200.7948&rep=rep1&type=pdf
8. Войналович І.А. Освітній компонент конкурентоспроможності робочої сили як інноваційний чинник її підвищення / І.А. Войналович // Вісник Хмельницького національного університету. Науковий журнал. / Економічні науки. – №5. − Т. 2. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – С. 26-30
9. Грішнова О.А. Формування якості робочої сили та конкурентоспроможності працівника в процесі інвестування в людський капітал / О.А. Грішнова // Конкурентоспроможність у сфері праці: Збірник наукових праць Інституту економіки НАН України. Серія «Економіка праці та соціальної сфери». − Випуск 1. – Київ, 2001. – 163 с.
10. Global Competitiveness Report-2016-2017. – Last access: 2005. – Title from the screen: https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2016-2017-1
11. Населення України. Народжуваність в Україні у контексті суспільно-трансформаційних процесів. – К.: АДЕФ-Україна, 2008. – 288 с.
12. Населення України за 2016 рік. Демографічний щорічник. Державна служба статистики України, 2017. [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/12/ naselen2016w.zip
13. Зовнішня трудова міграція населення (за результатами модульного вибіркового обстеження). Статистичний бюлетень Державної служби статистики України, 2017. [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/12/bl_ztm_2017_w.zip
14. Українські студенти за кордоном: скільки та чому? Олександра Слободян, Єгор Стадний // 13.12.2016 р. [Електронний ресурс]. − Режим доступу: https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu
15. Експрес-випуск «Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014-2016 років» (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції) від 6.10.2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2017/05/90_w.zip
16. Monthly earning. ILO Stat data – Last access: 2017. – Title from the screen: http://www.ilo.org/ilostat/faces/oracle/webcenter/portalapp/pagehierarchy/Page3.jspx?MBI_ID=435
17. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за 2016 рік. Статистичний збірник //Державна служба статистики України. − [Електронний ресурс]. − Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/12/zb_dsvsm 2016pdf.zip

18. Людський розвиток в Україні. Інноваційні види зайнятості та перспективи їх розвитку: моногр.) / за ред. Е.М. Лібанової // Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. – К., 2016. – 328 с.
19. Skills mismatch experimental indicators. Eurostat. – Last access: 2017. – Title from the screen: https://ec.europa.eu/eurostat/ web/skills/background/experimental-statistics
20. Економічна активність населення України у 2017 році. Стат. збірник / Державна служба статистики України, 2017. − [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_eanu2017w.zip
21. Перехід на ринок праці молоді України: результати міжнародного дослідження «School-to-work transition surveys» в Україні у 2013 та 2015 роках / Елла Лібанова, Олександр Цимбал, Олег Ярош. − [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.idss.org.ua/monografii/2016_SDGs_Ukraine_ua.pdf

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.4
УДК 332.12.656.2
Савченко М.В., д.е.н., професор кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет ім. Василя Стуса
Шкуренко О.В., к.е.н., доцент кафедри бізнес-логістики та транспортних технологій, Державний університет інфраструктури та технологій, м. Київ

ДЕТЕРМІНАНТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розкрито сутність криз та кризових явищ в розвитку соціально-економічної системи, охарактеризовано її види, причини та наслідки. Застосовано методи індукції та дедукції (для дослідження категорій «криза», «економічна криза»); методи аналізу, синтезу та порівняльного аналізу (для оцінки трактувань змісту поняття «криза»); метод системного аналізу та узагальнення (для дослідження причин та наслідків економічної кризи) тощо. В статті визначено, що в сучасній науково-економічній літературі існує велика кількість суперечливих поглядів щодо визначення змісту поняття «криза». Обґрунтовані три основні наукові напрямки визначення поняття «криза», «економічна криза»: криза виконує руйнівну функцію, що призводить до загрози життєздатності системи; криза руйнує, що призводить до подальшого розвитку і переходу до іншого якісно нового стану існування; криза є порушенням рівноваги. Визначено, що виділяють два різновиди економічної кризи: фінансова криза; енергетична криза. Сформульовано етапи характерних проявів кризи в економіці України: етап морфогенезу національної соціально-економічної системи (НСЕС) (1991-1995 рр); етап економічної біфуркаційності НСЕС (1996-2002 рр.); етап економічних флуктуацій в ендогенній моделі зростання НСЕС (2003-2008 рр.); етап економічного падіння (2009- донині). Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку рекомендацій щодо формування механізму антикризового управління, спрямованого на уникнення та запобігання кризових фаз з метою мінімізації негативних наслідків.

Ключові слова: криза, морфогенез, економічна біфуркаційність, флуктуація.
Рис. 3, Табл. 1, Літ. 22

Савченко М.В., Шкуренко О.В.

ДЕТЕРМИНАНТЫ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье раскрыта сущность кризисов и кризисных явлений в развитии социально-экономической системы, охарактеризованы ее виды, причины и последствия. Были использованы методы индукции и дедукции (для исследования категорий «кризис», «экономический кризис»); методы анализа, синтеза и сравнительного анализа (для оценки трактовок содержания понятия «кризис»); метод системного анализа и обобщения (для исследования причин и последствий экономического кризиса) и др. В статье определено, что в современной научно-экономической литературе существует большое количество противоречивых взглядов на определение содержания понятия «кризис». Обоснованы три основные научные направления определения понятия «кризис», «экономический кризис»: кризис, выполняет разрушительную функцию, что приводит к угрозе жизнеспособности системы; кризис разрушает, что приводит к дальнейшему развитию и переходу к другому качественно новому состоянию существования; кризис является нарушением равновесия. Определено, что выделяют две разновидности экономического кризиса: финансовый кризис; энергетический

кризис. Сформулированы этапы характерных проявлений кризиса в экономике Украины: этап морфогенеза национальной социально-экономической системы (НСЕС) (1991-1995 гг.); этап экономической бифуркационности НСЕС (1996-2002 гг.); этап экономических флуктуаций в эндогенной модели роста НСЕС (2003-2008 гг.); этап экономического падения (2009-по настоящее время). Дальнейшие исследования будут направлены на разработку рекомендаций по формированию механизма антикризисного управления, направленного на избежание и предотвращение кризисных фаз с целью минимизации негативных последствий.

Ключевые слова: кризис, морфогенез, экономическая бифуркационность, флуктуация.

Savchenko M.V., Shkurenko O.V.

DETERMINANTS OF THE FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

The article reveals essence of crises and crisis phenomena in the development of the socio-economic system, describes its types, causes, consequences and deep interconnection. Methods of induction and deduction have been applied (for studying the categories «crisis», «economic crisis»); methods of analysis, synthesis and comparative analysis (to assess the interpretation of the content of the concept of «crisis»); the method of system analysis and generalization (for studying the causes and consequences of the economic crisis), etc. The article states that in modern scientific and economic literature there is a large number of contradictory views on the definition of the meaning of the concept of «crisis». Three basic scientific directions of the definition of «crisis», «economic crisis» are substantiated: the crisis performs a destructive function, which leads to a threat to the viability of the system; the crisis destroys, which leads to further development and transition to another qualitatively new state of existence; the crisis is a disturbance of equilibrium. It is determined that distinguish two varieties of the economic crisis: the financial crisis; energy crisis. The stages of characteristic manifestations of the crisis in the Ukrainian economy are formulated: the stage of the morphogenesis of the national socio-economic system (1991-1995); Stage of economic bifurcation of the NSES (1996-2002); the stage of economic fluctuations in the endogenous model of growth of NSES (2003-2008); stage of economic decline (from 2009 till now). Further research will be aimed at developing recommendations for the creation of a mechanism for crisis management, aimed at avoiding and preventing crisis phases in order to minimize negative impacts.

Key words: crisis, morphogenesis, economic bifurcation, fluctuation.

Постановка проблеми. Перехід України до соціально-орієнтованої економіки зумовив певні зміни в системі економічних відносин, що спричинило появу нової ринкової системи, яка є достатньо інтегрованою до світової економічної спільноти. Результат впливу інтеграційних процесів на економіку держави у різних країнах обумовлений ступенем її спроможності сприйняти ці зміни, здатністю адаптуватись до них чи опиратись змінам. Саме тому всі економічні процеси, що мають місце у світовій економіці, проявляються на економіці України, хоча і дещо з запізненням. Однією з основних характерних ознак ринкової економіки є виникнення дисбалансів розвитку, які в умовах високого рівня динамізму трансформуються у передумови світових фінансово-економічних криз. В сучасних умовах трансформації від держави потрібна мобілізація всіх зусиль для створення умов виходу України із економічної кризи і формування ефективного інструментарію, що сприятиме зменшенню згубного впливу

наслідків глобальних кризових явищ та посиленню позитивних аспектів кризи, як стимулу для подальшого еволюційного розвитку національної економіки. Парадоксом розвитку світової економіки на даному етапі є відсутність позитивних зрушень при тривалому прояві кризових явищ, що на наш погляд, є прямим свідчення їх поглиблення. Все це актуалізувало дослідження кризових явищ, їх причин та шляхів подолання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемою світової фінансово-економічної кризи займаються багато дослідників. Серед них виділяються К. Кравчук, Ю. Уманців, М. Пузир, М. Фесенко, А. Гальчинський, В. Будкін, В. Геєць, С. Мочерний, Ю. Пахомов, А. Філіпенко, М. Чумаченко. В їхніх роботах висвітлюються такі питання, як сутність світових економічних криз у розрізі цивілізаційного розвитку світу, наслідки світових криз, для окремих економічних систем світу взагалі та України зокрема, розробка антикризових заходів, хоча і фрагментарного характеру. Щодо зарубіжних учених, то найбільшу увагу досліджуваним питанням приділяли Р. Хіт, та Р. Бірнінгем, Дж. Сорос, Ф. Аллен, В. Бітер, А. Веласко, О. Жан, П. Ізард, Дж. Кальво, П. Кругман, Л. Каватарі, Дж. Кауфман, Ж. Корсеті, П. Кругман, Н. Маріон, М. Монтес, А. Песенті, А. Сазерленд, Дж. Сорнетте, Дж. Сорос, Дж. Стігліц, Дж. Тобін, Р. Флуд, Є. Хансен, С. Хоффман та інші. В їх дослідженнях розкриті підходи щодо визначення сутності світових економічних криз у розрізі причин, що їх зумовлювали. Основна частина їх висновків ґрунтуються на основі того, що капітал не циркулює в світі, а перетікає з одної території на іншу, що і зумовлює кризові явища в наслідок недостачі грошової маси в середині окремо взятої країни.

Виділення невирішеної проблеми. Не дивлячись на значний доробок вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, доводиться констатувати, що теоретико-методологічні напрацювання щодо світових фінансово-економічних криз в умовах глобалізації знаходяться лише на початковій стадії теоретичного осмислення. Це означає, що теорія кризових процесів може відіграти вирішальну роль у виявленні закономірності впливу світових економічних криз на становлення економіки України. Отже, усвідомлення недостатньої теоретичної та практичної розробки проблеми, вирішення якої відповідало б потребам сучасного суспільства, може бути розглянуто як обґрунтування необхідності наукового дослідження.

Метою дослідження є дослідження та аналіз передумов виникнення економічних криз, механізму порушення макроекономічної рівноваги, їх впливу на економіку країн та визначення детермінантів, які вплинули на хід кризового розбалансування в Україні.

Виклад основного матеріалу. Теорія криз, включая визначення сутності понятия «криза», з'ясування причин їх виникнення, обґрунтування характерних загальних черт і особливостей, має давні історичні корни. Етимологічно термін «криза» має грецьке походження і дослівно переводится як «перелом».

Не дивлячись на це, в процесі розвитку наукових досліджень, поняття «криза» придбало більш глубокое змістовне значення. Так, на сьогоднішній день існує велика кількість суджень різних вчених з приводу визначення поняття «криза». З метою систематизації и структурування необхідно провести поглиблений теоретичний аналіз досліджуваного поняття (табл. 1).

Таблиця 1

Систематизація підходів до визначення сутності «криза»

Концепція	Автори	Сутність кризи
1	2	3
1 **Криза як ситуація небезпеки або загрози**		
Ситуація (подія) небезпеки	Ю. Розенталь, Б. Пиджненбург	«ситуація, що визначена високою небезпекою, станом невпевненості, почуттям невідкладності» [1]
	Л. Бартон	«широкомасштабна, непередбачена подія, яка веде до потенційно негативних результатів» [2]
	К. Херман	«це несподівана і непередбачувана ситуація, яка загрожує пріоритетним цілям при обмеженому часі для прийняття рішень» [3]
	В.Н. Крутько	«це раптовість, високий рівень загрози життєво важливим інтересам і гостра нестача часу для прийняття відповідних заходів» [4]
Ситуативна характеристика функціонування	Єпіфанов А.О. Козьменко С.М.	«ситуативна характеристика функціонування будь-якого суб'єкта, є наслідком невизначеності в його зовнішньому і внутрішньому середовищах» [5]
Загроза життєдіяльності системы	В.А. Василенко, К.В. Балдін, Е. Коротков, В.З. Звєрєв, А.В. Рукосуєв	«це крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (організації), що загрожує її життєстійкості в навколишньому середовищі» [6]
Загроза втрати контролю	П.С. Грін	«втрата контроля над ситуацією» [7]
2 **Криза як перехід системи в новий стан**		
Переламний етап функціонування системи	О.Д. Чернявський	«це переломний етап функціонування будь-якої системи, коли вона піддається впливу або зсередини, що вимагає від неї якісно нового реагування» [8]
	С.М. Іванюта	«це складне загострене стан, різкий перелом або занепад» [9]
	С.А. Бурий і Д.С. Мацеха	«це перелом, будь-яка якісна зміна процесу, перехід від існуючого стану до іншого, який істотно відрізняється за основними параметрами» [10]
Зміна системи	Тлумачний словник	«різка зміна звичайного порядку речей; злам, загострення становища» [11]
Зростання кількості взаємопов'язаних кризових явищ	А.М. Штангрет, А.І. Копилюк	«це зростання кількості взаємопов'язаних кризових явищ, які призводять до незначного погіршення окремих показників діяльності системи, але не викликають руйнування системи самозбереження» [12]

Продовження таблиці 1

1	2	3
3	**Криза як порушення рівноваги системи**	
Відхилення від рівноваги	А.М. Єсаков Л.А. Лігоненко	«...будь-яке відхилення від стану рівноваги, будь-яке збурення зовнішнього і внутрішнього середовища» [13] «кризовий стан системи є значним і тривалим порушенням рівноваги, і проявом нездатності системи використовувати механізми внутрішньої саморегуляції» [14]
Порушення рівноваги	Економічний словник	«порушення рівноваги між попитом і пропозицією на товари і послуги. Проявляється різким переломом кон'юнктури, моментально викликає спад виробництва, зростання безробіття, збільшення кількості банкрутств, а також тенденцію до поглиблення кризи» [15]
4	**Криза як зміна системи до оптимізації або знищення**	
Зміна параметрів системи	В.Г. Сибіряков, А.О. Єпіфанов, С.М.Козьменко	«будь-яка зміна параметрів системи, як позитивна, так і негативна, яка призводить до протилежної зміни інших параметрів системи» [16]
Об'єктивний процесс	І.В. Дацюк	«об'єктивний процес, який призводить до оптимізації системи або до її знищення в разі неможливості адаптуватися до нових умов і розвиватися, адже це відношення ґрунтується на діалектичній єдності основних тенденцій в існуванні системи – стійке функціонування і розвиток, які поступово змінюють один одного» [17]
	О.И. Галушко	«об'єктивний процес, що призводить до оптимізації системи або до її знищення в разі неможливості адаптуватися до нових умов і розвиватися» [18]

Джерело: складено авторами на основі [1-18]

1. визначення кризи **як переходу системи в новий стан,** який забезпечується переломним етапом функціонування будь-якої системи, коли вона піддається впливу, що вимагає від неї якісно нового реагування на можливе зростання кількості взаємопов'язаних кризових явищ, які приводять до незначного погіршення окремих показників діяльності системи, але не викликають руйнування системы самозбереження.

2. визначення кризи **як порушення рівноваги системи**, що виявляються в нездатності системи використовувати механізми внутрішньої саморегуляції.

3. визначення кризи **як зміни системи до оптимізації або знищенню**, в разі неможливості адаптуватися до нових умов та розвиватися. Адже це відношення ґрунтується на діалектичній єдності основних тенденций в існуванні системи - стійке функціонування й розвиток, поступово змінюють одне одного.

Таким чином, розгляд та аналіз теоретичних аспектів показали, що існує три основні наукові напрямки визначення поняття «криза», «економічна криза»:

1) криза виконує руйнівну функцію, що призводить до загрози життєздатності системи;

2) криза руйнує, що призводить до подальшого розвитку і переходу до іншого якісно нового стану існування;

3) криза є порушенням рівноваги.

Проведемо класифікацію різноманітних можливих кризових станів соціально-економічної системи шляхом розподілу й угруповання за характерними ідентифікаційними ознаками, що дозволить узагальнити інструментарій їх аналізу, прогнозування й визначення перспективних антикризисных заходів. Тобто необхідність в детальній класифікації криз пов'язана з диверсификацией засобів і засобів управління ними.

Розрізняють наступні види криз за відповідними ознаками їх класифікації (рис. 1). Більш детально проаналізуємо сутність економічної і фінансової криз. В даний час в наукових роботах як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів відсутнє чітке розуміння і відмінність в термінах «економічна криза», «фінансова криза».

Сутність економічної кризи проявляється в перевиробництві товарів стосовно платоспроможного сукупного попиту, в порушенні процесу умов відтворення суспільного капіталу, в масових банкрутства фірм, зростанні безробіття та інших соціально-економічних потрясіннях.

Виникнення і розвиток фінансових криз зумовлено великою кількістю чинників. Іноді визначити причини кризи досить складно. Економічні кризи досить динамічні. Їх причини, структура і конкретні прояви різні, але є деякі загальні закономірності, які дозволяють систематизувати досвід минулих століть і класифікувати економічні кризи та їх причини.

Райзберг Б.А. у сучасному економічному словнику розглядає економічну кризу як різке погіршення економічного стану країни, що виявляється в значному спаді виробництва, порушенні сформованих виробничих зв'язків, банкрутстві підприємств, зростанні безробіття і в підсумку – в зниженні життєвого рівня, добробуту населення [19].

Слід звернути увагу на те, що економічна криза виникає в результаті різкого і значного падіння обсягу національного виробництва, яке супроводжується порушенням балансу сукупного попиту і сукупної пропозиції. Виділяють два різновиди економічної кризи:

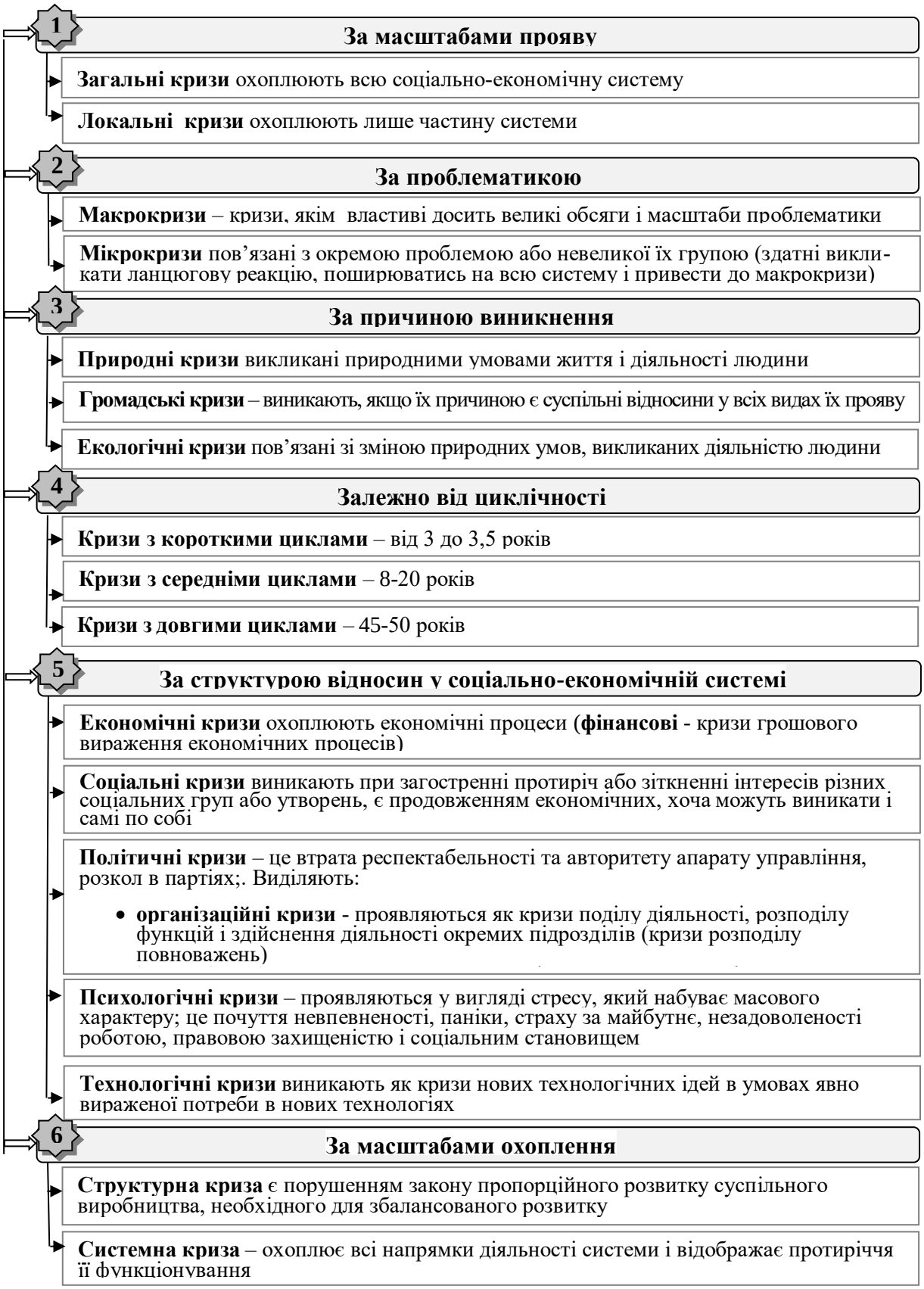


Рис. 1. Класифікація світових криз

Джерело: складено авторами

фінансова криза проявляється в тому, що зростання фіктивного капіталу випереджає зростання реального;

енергетична криза проявляється у обмеженні ресурсів, підвищенні цін на енергетичні ресурси, проблемах видобутку і розробці нових родовищ корисних копалин.

Наслідки економічної кризи проявляються у зниженні реального валового національного продукту, масовому банкрутстві підприємств, підвищенні рівня безробіття, інфляції та зниженні життєвого рівня населення.

Досить суперечливою є якісна характеристика непередбачуваності кризи, оскільки кризовому процесу передує ряд негативних факторів і дій; ни одна світова криза не була передбачуваною. Тільки при врахуванні трансформаційних рушійних сил з оцінкою сукупності ризиків, кризи можливо уникнути.

Таким чином, узагальнивши існуючі поняття, можна визначити кризу як об'єктивний процес якісних и кількісних змін, який обумовлено впливом зовнішніх або внутрішніх детермінант, що призводить до відхилення від рівноважного стану.

При цьому под рівновагою системи розуміється такий стан, за якого система має позитивну динаміку функціонування, або не виходить за діапазон встановлених меж, причому стабільність хоча и зауважимо, що в даному випадку крайньою точкою рівноважної зони є мінімально допустиме значення основних показників функціонування і розвитку системи.

Для аналізу і розроблення напрямів подолання економічної кризи в сучасних умовах необхідно вивчити причини виникнення та розвитку кризи.

За часів незалежності економіка України тривалий час перебувала в стані кризи (рис. 2), етапи характерних проявів яких наведено на рис. 3.

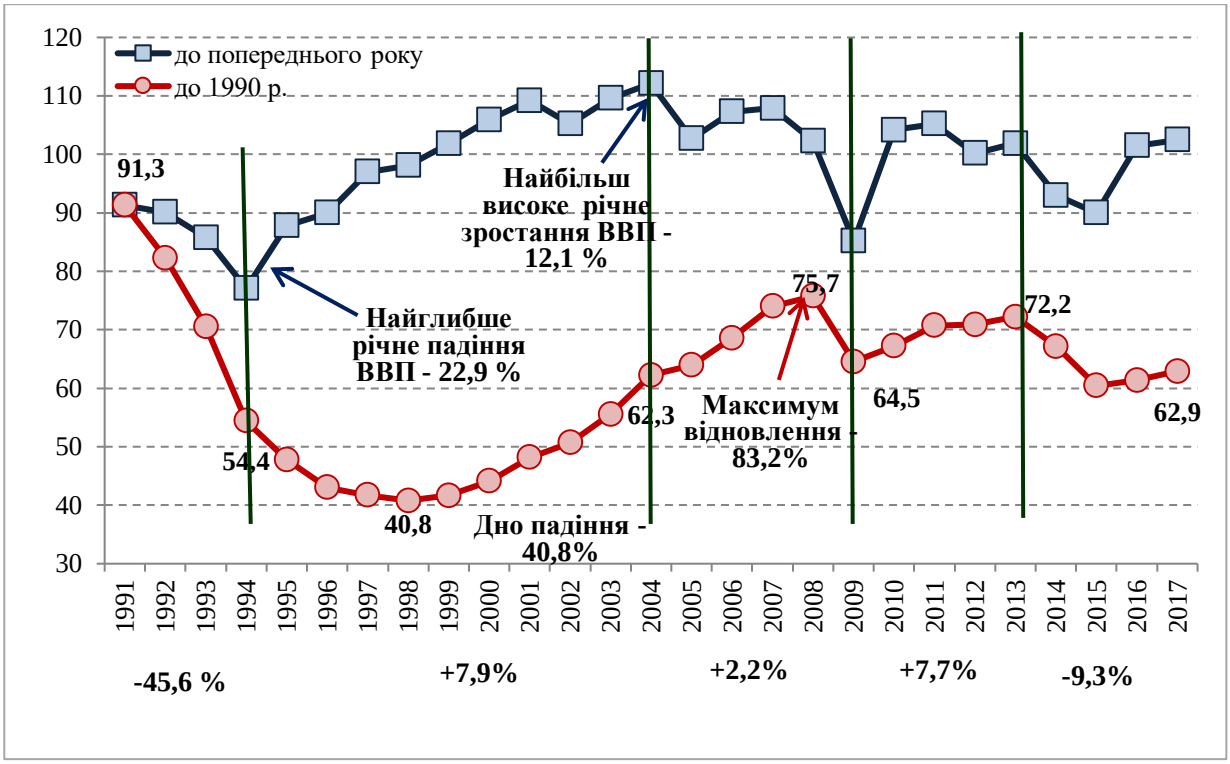


Рис. 2. Динаміка ВВП України, 1991-2017 рр., %

Джерело: складено авторами на основі [20]

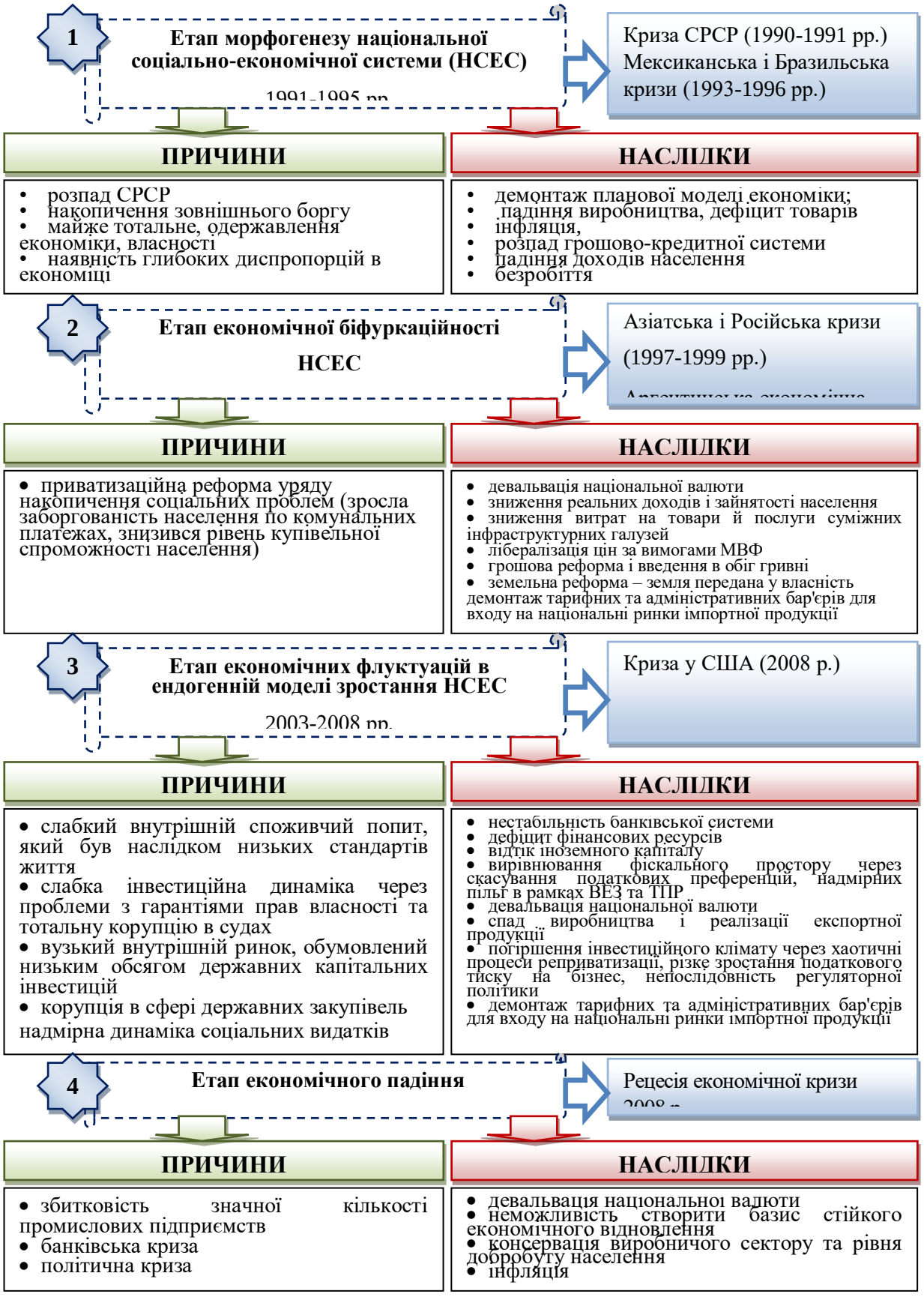


Рис. 3. Кризові прояви в економіці України
Джерело: складено авторами на основі [21, 22]

Можна виділити наступні етапи характерних проявів кризи в економіці України:

1-й етап – етап морфогенезу національної соціально-економічної системи (НСЕС) (1991-1995 рр);

2-й етап – етап економічної біфуркаційності НСЕС (1996-2002 рр.);

3-й етап – етап економічних флуктуацій в ендогенній моделі зростання НСЕС (2003-2008 рр.);

4-й етап – етап економічного падіння (2009 – донині).

Характерними рисами прояву кризи протягом вищеназваних етапів є девальвація гривні, інфляція, кон'юнктурні зміни на ринку. На макроекономічні показники України негативно вплинула глобальна фінансово-економічна криза 2008 р., що спричинило нестабільність банківської системи, дефіцит фінансових ресурсів, відтік іноземного капіталу, зупинку іпотечного ринку, девальвацію гривні, спад виробництва і реалізації експортної продукції.

Таким чином, можна сказати, что розуміння сутності, класифікації і причин виникнення криз допоможе уникнути їх негативних наслідків. На думку авторів, головним для розуміння наслідків економічних криз з точки зору переваг і недоліків є визнання того факту, що наслідки будь-якої кризи можуть бути не тільки негативні, але й можуть спонукати її до позитивних змін.

Отже, кризи як невід'ємні частини економічного розвитку суспільства еволюціонують та змінюють свої масштаби паралельно з розвитком світової економіки. Недопущення масштабних потрясінь та швидке подолання негативного впливу глобальних фінансово-економічних криз у разі їхнього виникнення набуває особливого значення для сучасної світової економіки.

Проведений аналіз кризових явищ в соціально-економічній сфері дозволив виділити класифікаційні критерії: масштаби прояву, проблематика, причина виникнення, циклічність розвитку, структура відносин у соціально-економічній системі, масштаби охоплення. При аналізі конкретної кризи необхідно її характеризувати за декількома ознаками, що доводить необхідність використання в даному випадку комплексу запропонованих класифікацій. Лише такий підхід може допомогти остаточно встановити причини та сутність кризи, що в свою чергу є необхідним для вироблення належних антикризових дій. Відтак країнам, з метою забезпечення власної економічної стабільності, як запоруки подальшого соціально-економічного розвитку, доцільно приділяти достатньо уваги прогнозуванню можливих загроз, діагностиці криз і кризових явищ та застосуванню системи раннього попереджування та реагування.

Фінансово-економічні кризи в умовах високого ступеня глобалізації стали викликом для цілого світу, тому необхідна координація дій і вироблення гнучкого міжнародного механізму регулювання процесів, що відбуваються на світовому ринку, що і стане напрямком подальших наукових досліджень авторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Rosenthal, U. and B. (1991) 'Simulation – oriented scenarios', U. Rosenthal and B. Pijnenburg (edc), Crisis Management and Decision Making: Simulation Oriented Scenarios. Dordrecht . Kluwer, P. 3.

2. Barton, L. (1993) Crisis in organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos. Cincinnati , Ohio: South-Western. – P. 2.

3. Forgue, B. Nouvelles approaches de la gestion des crises / B. Forgue // Rev francaise de gestion. Paris. 1996. № 108. – P. 72-73.

4. Дацюк, І. В. Сутнісна характеристика кризи підприємств./ І. В. Дацюк //Технологія і техніка друкарства. – 2010. – № 2(28). – С. 165-170.
5. Василенко, В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посібник. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 507 с. – С. 12.
6. Балдин, К.В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень: учеб . пособие / К.В. Балдин, В.С. Зверев, А.В. Рукосуев. – 2-е изд.– М.: Издательсько-торговая корпорация «Дашко и Ко», 2007. – 280 с. – С. 19.
7. Вишневська, О.В. Механізми анти кризового управління підприємством / О.В. Вишневська // Менеджмент в Росії і за кордоном. - 2007. - № 3. - С. 105 - 113.
8. Чернявський, А.Д. Антикризове управління підприємством: навч. посібник / А.Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2006. – 256 с. – С.4
9. Іванюта, С.М. Антикризове управління: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 288 с. – С. 283.
10. Бурий, С.А. Антикризове управління та управлінські рішення – проблеми підприємств малого бізнесу: монографія / С.А. Бурий, Д.С. Мацеха. – Хмельницький: ТОВ «Тріада-М», 2006. – 93 с. – С. 19.
11. Тлумачний словник. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lcorp.ulif.org.ua/dictua.
12. Штангрет, А.М. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. А.М. Штангрет, О.І. Копилюк.– К.: Знання, 2007. – 335 с. – С. 52.
13. Есакова, А.М. Место антикризисного управления в общей стратегии фирмы. Проблемы и опыт антикризисного управления / А.М. Есакова // Сборник материалов всероссийской научно-практической конференции. – Пенза , 2001. – С. 37-40.
14. Лігоненко, Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / Л.О. Лігоненко. – К.: Наукова думка, 2000. – 390 с.
15. Экономический словарь / [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://vseslova.com.ua/word/Экономические_кризисы-124634
16. Дацюк, І. В. Сутнісна характеристика кризи підприємств./ І. В. Дацюк //Технологія і техніка друкарства. – 2010. – № 2(28). – С. 165-170.
17. Там же
18. Галушко, О.І. Проблемы эффективного функционирования предприятий в современных условиях: материалы Всеукраинской научно-практич. конференции / О.І. Галушко. – Севастополь: СевНТУ. – 2003. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sevntu.com.ua/cgi-bin/irbis64r_72/cgiirbis_64.exe.
19. Райзберг Б. А., Лозівський Л. Ш., Стародубцева Е. Б.Современний економічний словник. 5-е изд., Перераб. і доп. - М .: ИНФРА-му, 2007/
20. ВВП Украины по годам (1991-2017). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://worldtable.info/yekonomika/tablica-vvp-ukrainy-po-godam-1991-2016.html.
21. Подлєсна В.Г. / Особливості сучасної соціально-економічної кризи в Україні та основні орієнтири її подолання / В.Г. Подлєсна // Науковий журнал «Економіка України». – 2015. – 6 (643). – С. 74-81.
22. Мельник Т.О. Економіка України в період незалежності: втрати, прорахунки і перспективи розвитку / Т.О. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8 (134). – С. 42-49.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.5
UDC 656:502/504(477)
Bahliuk Y. PhD, Associate profesor, Vasyl` Stus Donetsk National University
Kryzhanivska I. Magister, Vasyl` Stus Donetsk National University

INFLUENCE OF ECOLOGIZATION TENDENCIES IN THE WORLD ON RENEWAL AND DEVELOPMENT OF MOTOR CAR INDUSTRY IN UKRAINE

In the article the process of ecologization motor car industry in the world is considered. It is defined, that extrass of exhaust-gass of cars are principal reason of exceeding maximum of possible concentrations of toxic substances and carcinogens in the atmosphere of large cities, formation of smogs that are frequent reason of poisoning. Ecological standards that operate in the countries of EU for adjusting of content of harmful substances in exhaust gass are analysed. Motor car industry is an eventual step of productive pyramid and determines the level of technological development of country. Therefore the construction of the developed motor car industry requires the self-weighted public policy. It is well-proven that it is expedient to change the existent format of motor car industry Ukraine and take a reference-point on development of electric vehicles, stimulating not only a market but also input of own production. It will help in the nearest prospect to result in the speed-up bringing in of front-rank technologies and increase of economy.

Keywords: pollution of the environment, motor car industry, electric car, environmental standards, electric vehicles technology.

Баглюк Ю.Б., Крижанівська І.В.

ВПЛИВ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ НА ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК АВТОМОБІЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

У статті розглянутий процес екологізації автомобільної промисловості в світі. Визначено, що викиди вихлопних газів автомобілів являються основною причиною перевищення гранично допустимих концентрацій токсичних речовин і канцерогенів в атмосфері великих міст, утворення смогів, які є частою причиною отруєння. Проаналізовані екологічні стандарти, які діють в країнах ЄС для регулювання вмісту шкідливих речовин у вихлопних газах. Автомобілебудування являться кінцевою сходинкою виробничої піраміди і визначає рівень технологічного розвитку країни. Тому побудова розвиненої автомобільної галузі потребує виваженої державної політики. Доведено, що Україні доцільно змінювати існуючий формат автомобільної галузі та брати орієнтир на розвиток електричного транспорту, стимулюючи не тільки ринок, а й запровадження власного виробництва. Це допоможе в найближчій перспективі привести до прискореного залучення передових технологій та зростання економіки.

Ключові слова: забруднення навколишнього середовища, автомобільна індустрія, електромобіль, екологічні стандарти, електромобільні технології.

Баглюк Ю.Б., Крыжановская И.В.

ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ЭКОЛОГИЗАЦИИ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрен процесс экологизации автомобильной промышленности в мире. Определено, что выбросы выхлопных газов автомобилей являются основной причиной превышения предельно допустимых концентраций токсичных веществ и канцерогенов в атмосфере крупных городов, образования смогов, которые являются частой причиной отравления. Проанализированы экологические стандарты, действующие в странах ЕС для регулирования содержания вредных веществ в выхлопных газах. Автомобилестроение появятся конечной ступенью производственной пирамиды и определяет уровень технологического развития страны. Поэтому построение развитой автомобильной отрасли требует взвешенной государственной политики. Доказано, что Украине целесообразно менять существующий формат автомобильной отрасли и выбрать ориентир на развитие электрического транспорта, стимулируя не только рынок, но и внедрение собственного производства. Это поможет в перспективе привести к ускоренному привлечения передовых технологий и роста экономики.

Ключевые слова: загрязнение окружающей среды, автомобильная индустрия, электромобиль, экологические стандарты, электромобильные технологии.

Introduction. According to the annual report of World Health Organization in the world through contamination of atmospheric air prematurely 7 million people die on the average. Close 92% of such cases took place in countries with the low and middle level of GDP per capita. Especially serious consequences for the health of man contamination of air has by industrial or motor car gases [1]. Thus, the modern tendencies of forming of ecological consciousness in society induce industrial enterprises to adhere to the environmental standards.

The aim of the article is to educe influence of ecologization tendency in the world on the improvement of motor car industry in Ukraine.

Problem definition. The world tendency of passing to environmentally clean cars was discussed by the Scottish scientists Victor Timmers and Peter A.J. Achten, British researcher from the University of Hertfordshire Ranjeet Sokhi, Ozzi Zenera, Petrov S., Umryhina L., Klimchuk M. But a few questions remained indefinite, one of that there is this theme.

Research results. Electric car is an auto that is operated by one or a few electric motors with a feed from batteries or accumulators. Today it is the most popular type of motor vehicles. But one should not to think that it takes place first. Electric cars are not acquisition of the last decades, in fact in history enough facts that lead to opposite. Popularity and confession were already characteristic for them over a century ago. So, if initial development did not cease self on itself with the offensive era of internal combustion engine, maybe, to today electric vehicles technologies would move up where farther than now.

In the period of origin of electric car industry (that was on the end of 19th - beginning of 20th of century) nobody appreciated ecofriendlyness in electric carriges. Question of influence of motor vehicles (then, however, he was yet named «by a horseless carrige») on an environment and health of people nobody was worried yet. Another thing is absence of noise, vibration, cinder and strong smell, peculiar to the petrol cars of 1900th. A quite and «tidiness» could forgive even the slowness of the first electric vehicles. In addition, the driver of such carrige was confined necessity of transmissions switching that was in those years the most

difficult part of driving. The same goes for the start of engine - it was difficult with a starting handle. Driving lightness gave an opportunity to position electric cars as carriges for women and elderly people. The main disadvantages as small speed and necessity of the frequent recharging - as well as before allowed to use of cars in city, where on small distances were not so substantial. However, a situation with every year slowly changed to the best [10].

One of the first electric carriges, history of that counts over 100 years, created by William Morrison in 1891. Equipped by the tram-car 4-Horsepower engine Siemens (1hp = 735,5 watts), electric car was intended for transportation 6-12 passengers. Maximum speed arrived at 20 miles per hour (32 km/h), and batteries needed to be recharged every 50 miles (80 kilometres). Probably, it was the first ground vehicle, which was controlled by the steering wheel. It was a patented rake gear mechanism. All this construction weighed about two tons. During existence a company Morrison`s Company produced 11 such electric cars [10].

It is passed many years. Cars with the internal combustion engines and diesel engines caused catastrophic harm to ecology in a world scale. Especially it is affected industrial and populous regions.

Table 1

Comosition of exhaust gas from the internal combustion engine

Name	Petrol engines (%)	Diesel engines (%)
Nitrogen	74-77	76-78
Oxygen	0,3-8,0	2,0-18,0
Water vapor	3,0-5,5	0,5-4,0
Carbon dioxide	0,0-16,0	1,0-10,0
Carbon monoxide	0,1-5,0	0,01-0,5
Nitrogen oxides	0,0-0,8	0,0002-0,5
Hydrocarbons	0,2-3,0	0,09-0,5
Aldehydes	0,0-0,2	0,001-0,009

Source: authoring.

According to the European Environment Agency, air pollution is the main factor of premature deaths in Europe. The high levels of dust, gases and aerosols in midair provoke pathologies of breathing organs. Extrass of exhaust gass are principal reason of exceeding maximum of possible concentrations of toxic substances and carcinogens in the atmosphere of large cities, formation of smogs, that are frequent reason of poisoning in the reserved space [2]. The composition of exhaust gas from internal combustion engines is given in a table 1.

From 2015 in EU operates the environmental standard Euro 6, that regulates content of harmful substances in exhaust gas. On the requirements of Euro 6 close to the ecostandard of EPA10 (the USA) and Post NLT (Japan). The main difference of standards Euro 5 and 6 concerns requirements to the extrass of nitrogen oxide from a diesel engine [2]. Standard difference reprsented in table 2.

Automakers name this standard as «anti-diesel». Together with applying of new technologies in electric vehicles industry and they search the sales market for diesel produced. Just to beginning of Euro 6 action the German company Volkswagen in 2015 produced a lot of cars with diesel engines. Ukraine, other countries of post-soviet space, country with the low level of profit such as South America or Asia are optimal markets for a diesel [2].

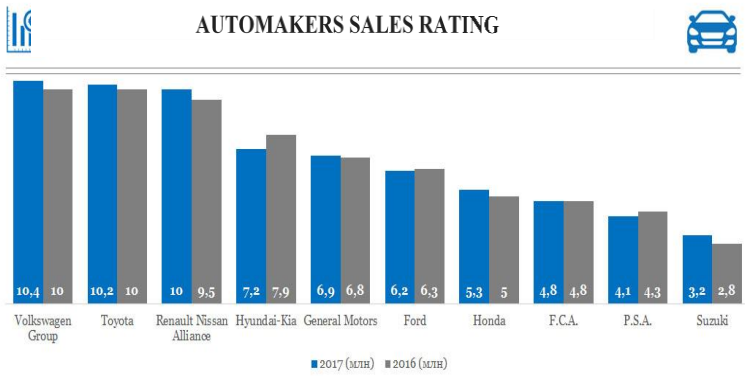
Sales` volumes of such brands as Volkswagen, BMW and other automotive companies in Germany are growing not only in the domestic market, but also around the world. According to the results of 2017, it is the German concern Volkswagen Group ranked first in

the ranking of the most successful car manufacturers with sales of 10.4 million cars (Fig.1) [3].

Table 2

Environmental standards

Ecological standard	Carbon oxide	Hydrocarbons	Easy organic substances	Nitrogen oxide	Soot + nitrogen oxide	Suspension
For a diesel engine						
Euro - 1	2,72 (3,16)	-	-	-	0,97 (1,13)	0,14 (0,18)
Euro - 2	1,0	-	-	-	0,7	0,08
Euro - 3	0,64	-	-	0,50	0,56	0,05
Euro - 4	0,50	-	-	0,25	0,30	0,025
Euro - 5	0,500	-	-	0,180	0,230	0,005
Euro - 6	0,500	-	-	0,080	0,170	0,005
For a petrol engine						
Euro - 1	2,72 (3,16)	-	-	-	0,97 (0,13)	-
Euro - 2	2,2	-	-	-	0,5	-
Euro - 3	2,3	0,20	-	0,15	-	-
Euro - 4	1,0	0,10	-	0,08	-	-
Euro - 5	1,000	0,100	0,068	0,060	-	0,005
Euro - 6	1,000	0,100	0,068	0,060	-	0,005



Source: focus2move

Fig. 1 Rating of sale of cars 2017-2016

Pollution of the land surface by vehicle and road emissions is gradually accumulating, depending on the amount of vehicles passing through the track, road, highway and is stored for a very long time even after the elimination of the roadway (closing the road, track, highways or complete elimination of roads and asphalt cover). For the future generation, which is most likely will give up cars in their present form, transport pollution of the soil will be the most difficult consequence of the past. It is possible that even during the elimination of roads built by our generation, polluted with non-oxidising metals and carcinogens, the soil will have to be cleaned from the surface.

Despite the negative effects, motor car industry is the closing element of the production pyramid and determines the level of technological progress in the country, because the construction of a developed motor car industry requires a well-balanced state policy. In

Europe, Germany is the largest producer of cars, and therefore it is an example for the use of experience [4]. The main political forces of Germany supported the Germany`s Bundesrat votes to ban the internal combustion engine by 2030. The Bundesrat resolution proposes that the European Commission «evaluate the impact of recent practices of taxes and contributions of community members on their effectiveness in promoting of mobility the emision-free vehicles (Mobility is the transition of an individual, a social object or value created or modified through human activity from one social position to another. The concept was introduced by P. Sorokin in 1927). This applies to low diesel fuel taxes operating in Europe. The document itself points out a few moments. Since by 2050 it is impossible to bring the entire industry and agriculture to emisions-free, the EU must by this time achieve mobility without emisions. This should be done together with efforts to reduce noise pollution. One of the points is the application of new tax and financial incentives for all registered emision-free vehicles by 2030. In order to achieve the goal, a good tax strategy and financial incentives should be used [5].

In a table 3 presented countries and cities that decided to prohibit or already banned vehicles with the internal combustion engine [6].

So, to get ready before that, automakers want to start executing new vehiles and reorienting to the so-called «green» vehiles - electric car or plug-in hybrid. For example, the Japanese company Nissan plans for the development of new diesel engines and stop sales of diesel models on the European market. Volvo and Porsche refused to release diesel cars [6]. At German the state support system (EUR 7000 for the purchase of such car) did not yet help stimulate of the citizens for the environmental protection of vehicles. Instead of the expected million, German citizens bought only 7K such vehicles [7].

By joint efforts, the number of electric cars in Europe in the first half of 2018 exceeded a million, and by the end of the year, the roads of the European continent will travel 1.35 million of its. In general, electric vehicles currently account for only 2% of all purchases of cars in Europe [7]. The leaders in the sale of electric vehicles were Norway, Germany, the United Kingdom, France and Sweden. In Norway, sales of electric cars and plug-in hybrid cars amounted to more than half of all new cars sold last year [7].

Table 3

First countries and cities that supported the ecologization tendency

Year	Country / City
2008	Berlin, Cologne, Hannover (Germany). Appearance of «Green Zone», where only cars that had ecological standards and environmental badge on glass.
2018	Germany. The court allowed local governments to prohibit the use of diesel cars.
2018	Ukraine. A removal of tax excise on the import of electric vehicles.
2018	Hamburg (Germany). Prohibition of driving on two central streets for cars with a diesel engine.
2020	UK. The introduction of taxes on a car with an internal combustion engine to reduce emissions of pollutants.
2022	Sweden. The use of Euro-5 vehicles in city centers will be prohibited.
2025	Norway. A total ban on the sale of new diesel-powered cars is planned.
2025	Lviv (Ukraine). 20% of all transport will be electric vehicles. This is still the only city ready for such transformations.
2030	Paris. Only cars with free exhaust emisions will be permitted.
2030	Izrael. A complete ban on the sale of patrol and diesel vehicles and complete elimination of taxes on electric car.
2030	Germany. A complete ban on the sale of patrol and diesel vehicles.
2030	India. A complete ban on the sale of patrol and diesel vehicles.
2040	UK and France. Complete ban on the sales of new diesel cars.

Source: authoring

The sale of electric cars in Ukraine in January-April 2018 compared to the same period in 2017 increased by 1.5 times to 1044 units. The growth was due to the import of used cars, the share of which in Ukraine increased to 85%.

The most popular electric car in Ukraine is the Nissan Leaf, which has reached 69% of the primary market of electric vehicles. From January to April, 723 cars of this model were registered. However, only 52 cars were new from this number. The second in the ranking was the car BMW I3. 58 cars of this model were registered, 19 of which are new. Third place in the Ukrainian rating of electric cars belongs to Tesla Model S. 52 cars have been registered. And only 18 of them are new cars Tesla Model S. Also, the rating of this period included electric cars: Mercedes-Benz B - 36 cars (8 new and 28 used) and Smart Fortwo Electric Drive - 32 units (all used).

The sale of electric vehicles in Ukraine in 2017 compared to 2016 increased in 2.3 times to 2697 units. The Ministry of Infrastructure of Ukraine, within the framework of the Program for stimulating the development of the market for electric vehicles, intends to increase the share of electric vehicles sales in the domestic automobile market by 15% by 2020 (Fig.2) [8].

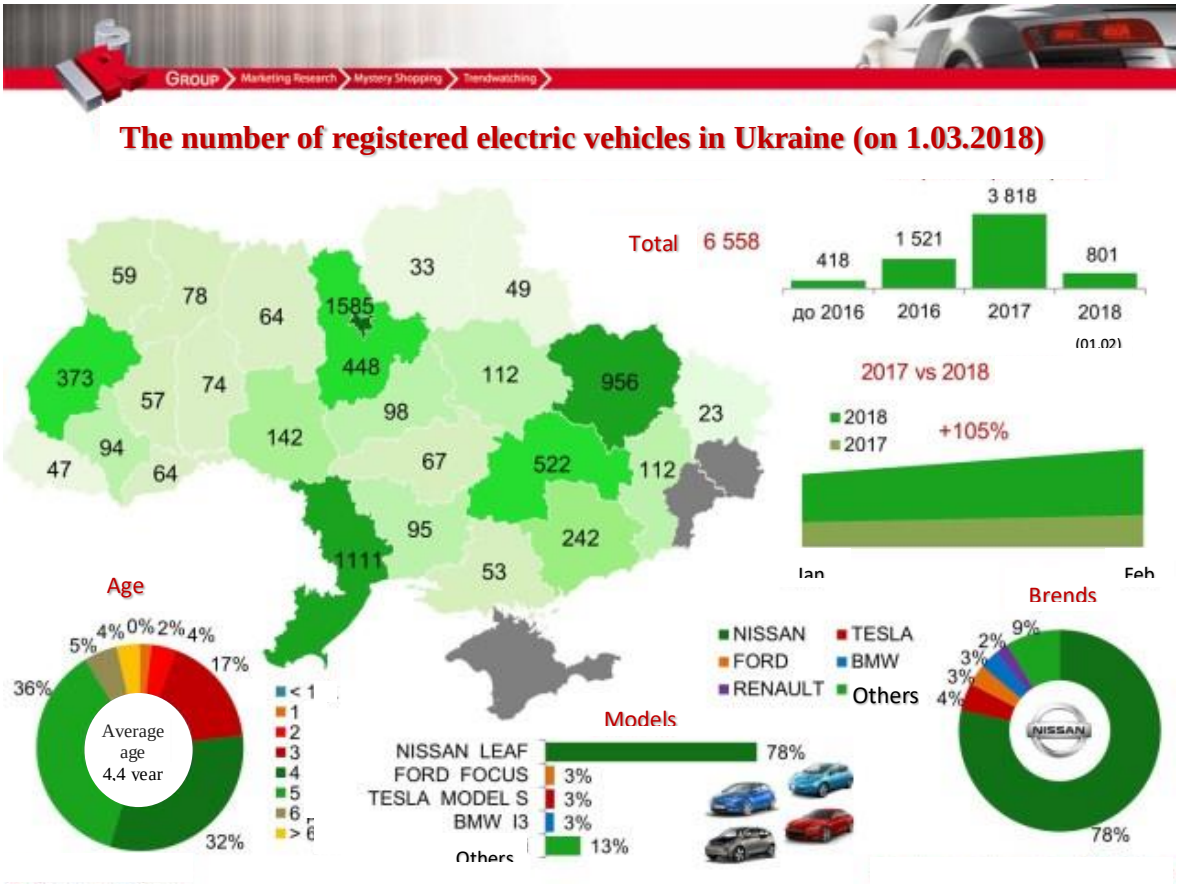
It should be noted that the success of Germany and other EU countries. Automotive is the final link in the production pyramid and determines the level of technological progress in the country. But the construction of a developed motor car industry requires a well-balanced state policy. In what conditions, such a recognized leader in the motor car industry, as Germany, has reached such heights. And most importantly - what should be done to enable Ukraine to repeat such success. In such a powerful development, a well-considered state policy is important.

Realizing that motor car industry is one of the key export industries, Germany has introduced a number of initiatives to protect it. In 2008, when the whole world suffered an economic crisis, major automakers Opel, BMW and Volkswagen received direct grants from the Federal Government. In 2012, within the framework of regional assistance, Porsche received EUR 43.67 million for the expansion of the plant in Leipzig to produce the new Porsche Macan model, with BMW in 2011 - EUR 17 million for the development of two models of electric cars [9].

In addition, the German government has implemented one of the most successful anti-crisis measures to support demand for domestic cars - a program for the disposal of old cars. The government has spent a total of EUR 5 billion on a subsidy of EUR 2,500 for each car owner, who will replace the old car (more than 9 years old) to the new one (with the Euro 4 standard for exhaust emissions). As a result, in the first half of 2009, sales of passenger cars increased by 25% [9]. In general, the implementation of anti-crisis packages of 2008-2010 has cost the country 4.1% of the annual GDP: 1.4% - tax cuts and fiscal stimulus; 2.7% - loans and guarantees. Economic measures were aimed at financial stabilization, increase of state investments, protection of employment, stimulation of demand, guaranteeing credits and loans, reducing tax burden, saving public expenditures, etc. [9].

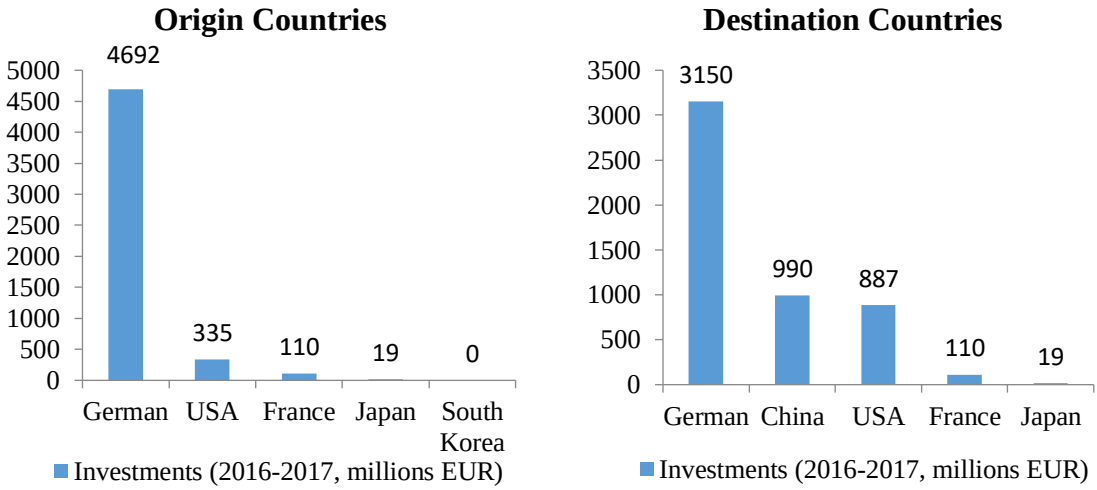
To measure the results of the German approach you can by analyzing the facts and figures that describe the motor car industry in East Germany:

- 68,700 working places;
- EUR 25 billion;
- 836,6 thousand vehicles are produced per year;
- EUR 1 billion for investment only in 2014.



Source: Ministry of Interior of Ukraine
Analitics and infographics: © IRS Group

Fig. 2 Registered electric cars in Ukraine as of 01.03.2018.



Source: Ernst & Young

Fig. 3 Investments in electric vehicles technology in 2016-2017

So, German motor car industry is one of the locomotives of the global mobility industry. In order to ensure their competitiveness, automakers invest billions of dollars in innovative development. Germany has invested EUR 4,692 billions in the electric car industry only in the last two years. Investments of German corporations are much larger than investments of the American (EUR 335 millions) and Japanese (EUR 19 millions) firms (Fig.3) [9].

In Ukraine, the production of light passenger vehicles reached peak in 2008 and amounted to 402 thousand units. At the same time, a record rate of new car sales was fixed, while the Ukrainian car market ranked 7th in Europe with an estimated 623 thousand new cars [8].

Already in 2009, the production of light passenger vehicles decreased by 5 times, to 65.7 thousand units, or 1.4 cars per capita. The fall in volumes of production is due to the crisis in the world economy, as well as the depleted demand for the population by car and the lack of cheap credit resources. Also, due to the reduction of the import duty from 25% to 10%, after the accession of Ukraine to the WTO, a change in the structure of filling the domestic market and a significant imbalance in the direction of imports occurred [8].

Given the electric car boom in Europe, Ukraine has a unique chance to show itself and become one of the leaders in the production of electric vehicles. The strategy of success can be based on the ability to create conditions for European experience to attract world automakers that are in need of expansion of production capacity.

Conclusions. Therefore, it is advisable for Ukraine to change the existing format of the motor car industry and to take the roadmap for the development of electric vehicles, stimulating not only the market but also starting its own production. The Ministry of Infrastructure is already active in this direction - the 15-year strategy for the development of electric vehicles in Ukraine was developed and the relevant bills were registered: No. 8160 «Project Law on Amendments to the Customs Code of Ukraine on Stimulating the Development of the Electric Car Industry in Ukraine» and No. 8159 «Project Law on Amendments to the Tax Code of Ukraine» and certain legislative acts of Ukraine on stimulating the development of the electric transport sector in Ukraine. They offer the row of privileges for production development and electric vehicles market. And already from this year advantageous terms operate for the import of ecological transport, that in totality will allow to bring down the electric car cost on 25%.

But this will not be enough if the investment climate will remain unfavorable for the entry of global companies. Therefore, it is necessary to create conditions for the development of industrial parks, introducing fiscal and customs incentives for their participants. In addition, it is important to develop and implement mechanisms to compensate the investor for the creation of infrastructure.

Another necessary step for the restoration and development of the motor car industry is the liberalization of the process of industrial assembly, in particular, through the abolition of the excise tax on bodies for the industrial assembly of cars, as well as the accelerated liberalization of import duties on cars produced in Ukraine.

However, all these steps may be in vain if the market continues to dominate the mess and inactivity with regard to the situation with cars on a foreign registration. It's been more than a year since the situation went out of control and reached a dangerous level.

With the creation of a favorable business environment, Ukraine can turn into a powerful production center for world automakers. This, in turn, will lead to accelerated growth of the economy and the attraction of advanced technologies in the near future. After all, the electric car industry for Ukraine is a portal that allows you to jump in a new era of the

motor car industry, and, even without having its own innovation, take its place among the leading countries in the automotive market. Ukraine has the potential and capabilities, the government must find methods to secure its highly developed future.

REFERENCES

1. Informatsiine ahentstvo. Kozhna shosta smert u sviti vyklykana zabrudnenniam navkolyshnoho seredovyshcha [News agency. Every sixth death in the world is caused by environment contamination]. (n.d). ecology.unian.ua. Retrieved from https://ecology.unian.ua/reduction/2197706 - kojna - shosta - smert - u - sviti - viklikana - zabrudnennyam - navkolishnogo - seredovischa - doslidjennya.html [in Ukrainian].
2. Kutsevol A. (2018). «Navishcho ukraintsi kupuiut dyzelni avto?» [«Why do Ukrainians buy a diesel auto»?]. blog.liga.net. Retrieved from https://blog.liga.net/user/akutsevol/article/30811 [in Ukrainian].
3. Ekolohiia zhyttia. Zabrudnennia avtotransportom [Ecology of life. Contamination a motor vehicles]. eco-live.com.ua. Retrieved from http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/zabrudnennya-avtotransportom [in Ukrainian].
4. Ukravtoprom. Naibilshe avto vyrobliaiut u Kytai, Yaponii a Nimechchyni [Ukravtoprom. A most cars are produced in China, Japan and Germany]. (n.d.). ukrinform.ua. Retrieved from https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/ 2313717 - ukravtoprom - najbilse - legkovih - avto - viroblaut - v - kitai - aponii - ta - nimeccini.html [in Ukrainian].
5. Khmarochos. U Nimechchyni proholosuvaly za zaboronu dvyhuniv vnutrishnoho zghorannia do 2030 roku [Skyscraper. In Germany, they voted to ban internal combustion engines by 2030]. hmarochos.kiev.ua. Retrieved from https://hmarochos.kiev.ua/2016/10/12/u - nimechchini - progolosuvali - za - zaboronu - dviguniv - vnutrishnogo - zgoryannya - do - 2030 - roku/ [in Ukrainian].
6. Tvoia mashyna. Koly pidut u mynule dvyhuny vnutrishnoho zghorannia [Your car. When the engines of internal combustion go in the past]. mashyna.com.ua. Retrieved from http://mashyna.com.ua/auto/article/ 9217 [in Ukrainian].
7. Ekonomichna pravda. Kilkist elektromobiliv u Yevropi. (2018). [Economic true. An amount of eletric vehicles in Europe]. epravda.com.ua. Retrieved from https://www.epravda.com.ua/news/ 2018/08/27/639957/ [in Ukrainian].
8. Autogeek. (2018). Polnaia statistika ukrainskoho rynka elektromobilei za pervye 2 mesiatsa 2018 hoda. Infohrafika [Autogeek. Full statistics of the Ukrainian market for electric vehicles in the first 2 months of 2018. Infographics]. autogeek.com.ua. Retrieved from https://autogeek.com.ua/polnaya - statistika - ukrainskogo - ryinka - elektromobiley - za - pervyie - 2 - mesyatsa - 2018 - goda - infografika [in Russian].
9. Federatsiia robotodavtsiv avtomobilnoi haluzi. Formula uspikhu [Federation of employers of motor-car industry. Formula of success]. fra.org.ua. Retrieved from http://fra.org.ua/uk/an/publikatsii/analitika/formula-uspikhu [in Ukrainian].
10. Ekolohiia zhyttia. (2011). Elektromobili: istoriia zavdovzhky v stolittia [Ecology of life. Electric vehicles: history long in a century]. eco-live.com.ua. Retrieved from http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/elektromobili-istoriya-zavdovzhki-v-stolittya [in Ukrainian].

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.6
УДК 338.242.2:378.1
Біленко Д. В., к.е.н., доцент кафедри бізнес-статистики та економічної кібернетики
Донецький національний університет імені Василя Стуса

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ В СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

В статті проведено аналіз теоретичної бази та результатів досліджень ефективного управління ВНЗ на практиці, розглянуто основні проблеми сучасної вищої освіти в Україні, доведено необхідність визначення основних особливостей впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг, на підставі яких в подальшому буде запропоновано цілісну маркетингову стратегію. Перша особливість, яку необхідно враховувати при впровадженні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг, полягає в тому, що в більшості випадків особа, що приймає рішення про вибір ВНЗ для вступу, не є споживачем освітньої послуги. Тобто цільовою аудиторією виступає не тільки абітурієнт, але і його батьки, і мотиви, які спонукають до вступу, повинні задовольняти обох. Друга особливість полягає в тому, що традиційні способи реклами не тільки неефективні, але і знижують «цінність» ВНЗ в очах споживача. Останньою особливістю виступає те, що задовольняючи критеріям абітурієнта як майбутнього споживача освітніх послуг, ВНЗ може відмовити йому в їх наданні. Якщо враховувати кожну з зазначених особливостей окремо, то інструментів для ефективних маркетингових заходів – достатня кількість. Якщо ж розглядати їх в сукупності, то, в умовах перевищення пропозиції над попитом зниження вимог до абітурієнтів призведе до великого щорічного набору, але зменшить число позитивних інформаційних повідомлень про рівень підготовки у ВНЗ. Отримане протиріччя вимагає розробки і впровадження маркетингової стратегії, заходи якої задовольняли б кожній з розглянутих особливостей в комплексі.

Ключові слова: впровадження маркетингових заходів, маркетингова стратегія ВНЗ.

Беленко Д.В.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье проведен анализ теоретической базы и результатов исследований эффективного управления ВУЗом на практике, рассмотрены основные проблемы современного высшего образования в Украине, доказана необходимость определения основных особенностей внедрения маркетинговых мероприятий в сфере образовательных услуг, на основании которых в дальнейшем будет предложена целостная маркетинговая стратегия. Первая особенность, которую необходимо учитывать при внедрении маркетинговых мероприятий в сфере образовательных услуг, заключается в том, что в большинстве случаев лицо, принимающее решение о выборе ВУЗа для поступления, не является потребителем образовательной услуги. То есть целевой аудиторией выступает не только абитуриент, но и его родители, и мотивы, побуждающие к поступлению, должны удовлетворять обоих. Вторая особенность заключается в том, что традиционные способы рекламы не только неэффективны, но и снижают «ценность» ВУЗов в глазах потребителя. Последней особенностью выступает то, что, удовлетворяя критериям абитуриента как будущего потребителя образовательных услуг, ВУЗ может отказать ему в их предоставлении. Если учитывать каждую из указанных особенностей отдельно, то инструментов для эффективных

маркетинговых мероприятий – достаточное количество. Если же рассматривать их в совокупности, то, в условиях превышения предложения над спросом снижение требований к абитуриентам приведет к большему ежегодному набору, но уменьшит число положительных информационных сообщений об уровне подготовки в ВУЗе. Полученное противоречие требует разработки и внедрения маркетинговой стратегии, которая удовлетворяла бы каждому из рассмотренных особенностей в комплексе.

Ключевые слова: внедрение маркетинговых мероприятий, маркетинговая стратегия ВУЗа.

Bilenko D. V.

FEATURES OF THE MARKETING ACTIVITIES IMPLEMENTATION IN THE EDUCATION

The article analyzes the theoretical base and research results of effective university management in practice, discusses the main problems of modern higher education in Ukraine, proves the need to identify the main features of the marketing activities implementation in the education, based on which a complete marketing strategy will be proposed. The first feature that should be considered when introducing marketing activities in the education is that in most cases the decision-making person is not a consumer of the educational service. That is, the target audience is not only the applicant, but also his parents, and the motives must satisfy both. The second feature is that traditional methods of advertising are not only ineffective, but also reduce the "value" of universities in the consumer's eyes. The last feature is the fact that, satisfying the criteria of the applicant as a future consumer of educational services, the university can refuse to provide them. If we consider each of these features separately, then there are enough tools for effective marketing activities. If we consider them in aggregate, then, in the conditions of excess of supply over demand, the reduction in requirements for applicants will lead to a larger annual recruitment but will reduce the number of positive informational messages about the training level at the university. The resulting contradiction requires the development and marketing strategy implementation that would satisfy each of the considered features in the complex.

Keywords: marketing activities implementation, the university marketing strategy.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Освіта як цілеспрямований процес виховання та навчання в інтересах людини, суспільства, держави, в першу чергу, обумовлюється вимогами виробництва, станом науки, техніки і культури, а також суспільними відносинами. В Україні, як і в усьому світі, процес здобуття освіти можна розглядати як товар або послугу нематеріального характеру, що надається відповідними установами. Після переходу до ринкової економіки в Україні почав формуватися ринок освітніх послуг, який склався менш ніж за 20 років: кількість ВНЗ III-IV рівня акредитації з 1990 по 2017 рр. збільшилася з 149 до 289 штук, тобто майже в 2 рази, також як і чисельність студентів в них (з 881,3 до 1330,0 тис. осіб) [1]. При цьому приріст населення в Україні з 1991 року – негативний, а чисельність молодих людей до 17 років зменшилася на 40% [2]. Звідси можна бачити тенденцію до перевищення пропозиції над попитом. Вирішення цієї проблеми шляхом проведення профорієнтаційної роботи зі школярами виявилося неефективним. Як показують дослідження, стимулами для вибору ВНЗ у більшості українських школярів є вибір батьків, обумовлений або майбутніми очікуваннями від отриманої професії, або можливістю вступу в даний ВНЗ.

Незважаючи на існуючі методи просування освітніх послуг, що позитивно себе зарекомендували, широко застосовування на ринку українських освітніх послуг вони не знайшли, що можна пояснити тим, що на протязі 70 років радянського режиму в умовах державного замовлення необхідності у використанні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг не було. Відповідно сьогодні для успішного конкурування, як на внутрішньому, так і на світовому ринках, українським ВНЗ необхідно впроваджувати в свою практику маркетингові інструменти управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми, що розглядається. Проблема застосування маркетингу в галузі освіти викликає інтерес як теоретиків – вчених-економістів, так і практиків – керівників ВНЗ. Дослідженням проблеми ефективності маркетингу освітніх послуг присвячені праці сучасних вчених: С. Г. Тєлєтова, Т.Є. Оболенської, Н.С. Ільяшенко, Э.Н. Воронько, С.М. Іванченка [3,5,6,8,11]. А досвід діяльності процвітаючих освітніх установ наочно демонструють, що використання методів маркетингу в управлінні, є запорукою їх економічної ефективності в умовах ринку.

Визначення окремих питань, що не вирішені в обраній для дослідження проблемі. Аналіз наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених свідчить про те, що більшість авторів не відокремлюють методи маркетингу освіти від класичного маркетингу [4-6]. В роботах, що присвячені відмінним атрибутам маркетингу освіти від класичного маркетингу зазначено, що «принципи маркетингу в сфері освіти аналогічні принципам традиційного маркетингу. Однак деякі з принципів мають більш важливе значення, ніж інші» [6]. Водночас аналіз робіт, що присвячені практичним аспектам маркетингу освітніх послуг, доводить, що рішення функціональних завдань маркетингу освітніх послуг потребує удосконаленні та розвитку спеціального інструментарію [7-9]. Звідси пропонується, використовуючи існуючу теоретичну базу і результати досліджень ефективного управління ВНЗ на практиці, визначити основні особливості впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг, на підставі яких в подальшому буде запропоновано цілісну маркетингову стратегію.

Метою написання даної статті є визначення особливостей впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу статті з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В Україні освітня система як сукупність соціальних інститутів, чиєю метою є освіта людини, сформувалася з радянських часів, а сама структура по сьогоднішній день залишилася незмінною. До елементів освітньої системи відносяться: початкова і середня школи, професійні училища, технікуми, вищі навчальні заклади, різні системи підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів та ін.

Верхнім рівнем освіти, наступним після середньої загальної або професійної освіти в трирівневій системі, є вища освіта, яка включає в себе сукупність систематизованих знань і практичних навичок, які дозволяють вирішувати теоретичні і практичні завдання з професійного профілю. На відміну від загальної освіти, як і в більшості розвинених країн світу, в Україні вища освіта не є загальною та безкоштовною [3,5].

За період незалежності України вища школа зіткнулася з проблемами, які доцільно аналізувати в хронологічному порядку.

На початку 90-х років в Україні, в умовах інтенсивного розвитку бізнесу та змін в судово-правовій системі, не вистачало кваліфікованих економістів та юристів. Відповіддю на це стало відкриття зазначених спеціальностей в непрофільних вузах, незважаючи на слабку матеріальну базу і недостатнє забезпечення професорсько-

викладацьким складом. Також в цей же період часу змінились основи правового регулювання трудових відносин державою. Це призвело до того, що більшість роботодавців стали вимагати від своїх працівників обов'язкової наявності диплому про вище освіту. В умовах попиту на вищу освіту почали з'являтися приватні ВНЗ та розширюватися заочна освіта. Як результат виникла гостра проблема якості підготовки фахівців.

З 2000-х років стала актуальною проблема стійкої тенденції до скорочення числа абітурієнтів. Так, наприклад, з 2011 року сукупність бюджетних і платних місць у ВНЗ України дорівнюють кількості школярів, що закінчили середню школу [3]. В той же час останні 5 років все більший відсоток молоді їде за кордон здобувати вищу освіту, в тому числі з наміром залишитися там назавжди [3,5].

Необхідно відмітити, що накоплення проблеми відбувається в умовах не достатньо ефективного вирішення попередніх.

Існуючі в Україні проблеми вищої освіти накладають відбиток на мотивацію абітурієнта при виборі ВНЗ.

На сьогоднішній день існує думка, що в сучасних умовах, коли відбувається перехід від підготовки фахівця до утворення людини і формування особистості, необхідно впроваджувати нову освітню парадигму особистісно-орієнтованого навчання. Проте, можна стверджувати, що в Україні основним мотивом до підвищення власного освітнього рівня, є прагнення до розвитку професійної компетентності і поліпшення свого соціального статусу [5].

Таким чином, щоб визначити особливості впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг, необхідно визначити ключові передумови формування стимулів і мотивів споживачів освітніх послуг, для кожного з яких в подальшому запропонувати власні заходи щодо залучення студентів.

Маркетинг освітніх послуг виник в надрах некомерційного маркетингу, який отримав розвиток в 1960-і роки в США. У 1970-80 рр. положення цієї теорії були розглянуті стосовно питань навчання дорослих та підвищення кваліфікації. У 1980 р німецькі вчені В. Загерс і Ф. Хеберлін запропонували першу комплексну концепцію освітнього маркетингу щодо виробничого підвищення кваліфікації. Маркетинг освіти вони віднесли до спеціального маркетингу послуг [4,5].

Суть маркетингу як філософії ринку виражається, перш за все в тому, що на перше місце ставляться запити споживача. Причому мова йде про конкретні цільові групи споживачів, про чітко окреслены сегменти ринку з властивими їм особливими потребами й можливостями щодо попиту на товари і послуги [4,5]. Особливо це ново і незвично для такої галузі вітчизняної економіки, як сфера освіти.

Головне завдання маркетингу освітніх послуг – максимізація соціального ефекту, який полягає в [5]:

- максимальному задоволенні соціально важливих потреб суспільства в сфері освіти;
- масовому охопленню та впливу на максимальну кількість членів суспільства;
- раціональному використанню обмежених суспільних ресурсів.

Ефективність застосування маркетингу освітніх послуг виражається в оцінці соціального ефекту (який, по суті, є результатом впливу на громадян і сприяє зміні соціальних пріоритетів) і економічного ефекту (заради якого здійснюється переважна більшість видів діяльності).

Процес впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг має свою специфіку в області практичного застосування. Стосовно основних принципів, методів

та інструментів він тотожний процесу впровадження маркетингових заходів на будь-якому ринку товарів або послуг

Більшість авторів зосереджує свою увагу на наступних особливостях маркетингу освітніх послуг. В [5,6] зазначено, що більшість характеристик освітньої послуги є якісними, тобто такими, які неможливо оцінити кількісно. Однією з особливостей освітніх послуг є складність попередньої оцінки її ефективності. Особливості у виборі цільового сегменту полягають в тому, що на ринку освітніх послуг складно визначити, який саме сегмент є цільовим. Адже часто однакові базові послуги можуть пропонуватися на різних сегментах ринку. Так, наприклад, послуги навчання за заочною формою можуть пропонуватися як випускникам шкіл, так і вже працюючим людям різного віку.

Першим етапом впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг є виявлення найбільш популярних, а, отже, ефективних, джерел отримання інформації про ВНЗ [5].

Джерелами інформації тут можуть служити [7,10,11]:

- профорієнтаційна робота, що проводиться викладачами ВНЗ в школах;
- реклама в газетах і журналах, на радіо і телебаченні, в соціальних мережах;
- довідкова література для абітурієнтів;
- контент офіційного сайту ВНЗ при самостійному пошуку ВНЗ;
- думка знайомих, друзів, рідних.

Як вже було зазначено, основним джерелом інформації є думка знайомих, друзів, рідних, далі офіційний сайт та реклама. Звідси можна визначити, що всупереч існуючій думці цільовою аудиторією виступають не тільки молоді люди у віці від 16 до 30 років, але їхні батьки, вік яких коливається в межах 40-60 років. У той же час споживачами освітніх послуг залишаються молоді люди. Теоретично вважається, що мотивація молодих споживачів освітніх послуг зазвичай сильно відрізняється від мотивації людей старшого віку [10,5].

Отже, першу особливість, яку необхідно враховувати при впровадженні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг, можна сформулювати наступним чином: в більшості випадків особа, що приймає рішення про вибір ВНЗ для вступу, не є споживачем освітньої послуги, але думка останнього (також в більшості випадків) є значущою. Звідси, можна зробити висновок, що цільовою аудиторією виступає не тільки абітурієнт, але і його батьки, і мотиви, які спонукають до вступу, повинні задовольняти обох.

Далі при впровадженні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг необхідно визначити фактори, що впливають на вибір абітурієнтів при вступі до ВНЗ, серед яких можна виділити [7,10,11]:

- поради батьків, друзів, знайомих;
- інформація, що отримана від представників ВНЗ (дні відкритих дверей та ін.);
- відвідування підготовчих курсів;
- реклама.

Для українських абітурієнтів основним мотивом для вибору ВНЗ та спеціальності є порада батьків, друзів, знайомих та відвідування підготовчих курсів. Можна бачити парадоксальну ситуацію, коли високовитратні способи просування (реклама) виявляються неефективними [10,11]. Що стосується «днів відкритих дверей», то, як правило, їх відвідують цілеспрямовано з метою отримати додаткову інформацію і скласти власне враження про переваги ВНЗ. Високий ступінь довіри до інформаційних повідомлень, отриманих від незацікавлених осіб, обумовлений декількома причинами.

По-перше, широко поширена думка, що престижний ВНЗ не потребує реклами в засобах масової інформації, по-друге, присутня оцінка особистості, що дає поради, якщо вона позитивна, то одержувач інформації не проігнорує її [10,11].

Отже, друга особливість, яку необхідно враховувати при впровадженні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг, полягає в тому, що традиційні способи реклами не тільки неефективні, але і знижують «цінність» ВНЗ в очах споживача.

Останнє, що пропонується визначити при впровадженні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг – критерії вибору абітурієнтами ВНЗ. На практиці, серед найбільш значущих виділяють [7,10,11]:

- місцезнаходження ВНЗ;
- можливість безкоштовного навчання;
- матеріально-технічна база, військова кафедра, гуртожитки;
- вартість навчання у ВНЗ на позабюджетному місці.
- місце ВНЗ в різних рейтингах;

В якості основних критеріїв для українських абітурієнтів виступає можливість отримання безкоштовної освіти [10,11]. Щодо рейтингів університетів, то вони для абітурієнта не мають головного значення. Відомо, що рейтинг університетів відображає інтегральну оцінку якості підготовки випускників, що визначається статистичними параметрами освітньої та науково-дослідної діяльності ВНЗ та якісними характеристиками, що відображають думку ключових референтних груп: роботодавців, представників академічних та наукових груп, а також студентів і випускників. На перше місце в більшості рейтингів університетів ставиться не якість освіти випускників, а наукові досягнення викладачів в частині цитованості в провідних міжнародних виданнях. Необхідно відзначити, що за часи Радянського Союзу та після, наука існувала не в університетах, а в Академії наук. Тому викладачам університетів, які багато років більшість часу присвячували освітній діяльності, а не фундаментальним науковим дослідженням, досить складно наздогнати своїх іноземних колег по цитованості. Необхідно відмітити, що абітурієнт при виборі місця навчання більше враховує не рейтинги, що розраховується на основі представлених ВНЗ даних, а ті фактори, що відповідають його особистим очікуванням та особливостям регіону [8].

Незважаючи на наявність заявлених критеріїв у споживачів, університет, який має можливість задовольнити вимоги споживача освітньої послуги, встановлює бар'єри для тих абітурієнтів, які з огляду на недостатній рівень знань, не зможуть в майбутньому отримати якісну освіту. Більшість ВНЗ надають освіту на конкурсній основі, це означає, що послуги будуть надані тільки тому споживачеві знання, вміння і навички якого, відповідають критеріям ВНЗ. Маючи власні критерії вибору ВНЗ, майбутній студент повинен відповідати вимогам, що пред'являються.

Звідси особливістю виступає те, що задовольняючи критеріям абітурієнта як майбутнього споживача освітніх послуг, ВНЗ може відмовити йому в їх наданні.

Таким чином, при впровадженні маркетингових заходів в сфері освітніх послуг необхідно враховувати, що цільова аудиторія ділиться на споживачів і осіб, що приймають рішення, реклама ВНЗ в газетах і журналах, на радіо і телебаченні неефективна, а попит на освітню послугу з боку абітурієнта, який відповідає вимогам ВНЗ, може бути не задоволений. Якщо враховувати кожну з зазначених особливостей окремо, то інструментів для ефективних маркетингових заходів – достатня кількість. Якщо ж розглядати їх в сукупності, то, в умовах перевищення пропозиції над попитом зниження вимог до абітурієнтів призведе до великого щорічного набору, але зменшить число позитивних інформаційних повідомлень про рівень підготовки у ВНЗ. Отримане

протиріччя вимагає розробки і впровадження маркетингової стратегії, заходи якої задовольняли б кожній з розглянутих особливостей в комплексі.

Маркетингові заходи в сфері освітніх послуг повинні впроваджуватися не тільки на етапі профорієнтаційної роботи та приймальної кампанії, але і в процесі навчання.

На етапі профорієнтаційної роботи пропонується проводити презентації, дні відкритих дверей, підготовчі курси та розміщувати корисну для абітурієнта інформацію на офіційному сайті і контекстну рекламу в мережі Інтернет з посиланням на офіційний сайт.

Що стосується презентацій спеціальності, то її доцільно проводити на підприємствах тієї ж галузі або напряму знань, по якій ВНЗ пропонує навчання. Очевидно, що підприємство (установа) має бути досить великим і бажано, щоб на ньому успішно працювали випускники спеціальності. Ефективність таких презентацій полягає в тому, що батьки абітурієнтів матимуть можливість на основі прямих контактів з представниками ВНЗ отримати інформацію про «дні відкритих дверей» і підготовчі курси. Можливість встановлення особистих зав'язків підвищує лояльність цільової аудиторії.

Крім цього необхідна наявність офіційного сайту, який можна розглядати як інструмент інформування абітурієнтів про правила та механізм вступу до ВНЗ. Якщо вся необхідна інформація там представлена в доступній формі, то наступним кроком є контекстна реклама, яка діє вибірково і відображається відвідувачам інтернет-сторінки, сфера інтересів яких потенційно збігається з тематикою рекламованого ВНЗ спеціальності. Контекстна реклама, відкриваючи сторінку з більш детальною інформацією про ВНЗ, підвищує ймовірність відгуку цільової аудиторії.

Дні відкритих дверей та підготовчі курси є традиційними методами довузівської підготовки та профорієнтації. Відзначаючи їх значимість для забезпечення максимальної поінформованості абітурієнтів, пропонується агітацію за записом на них проводити не в школах, коледжах і технікумах, а в соціальних мережах в Інтернеті.

На етапі роботи приймальної кампанії інтерес для абітурієнтів, які не визначились з остаточним вибором ВНЗ, може скласти вичерпна і достовірна інформація на офіційному сайті, і презентація спеціальності у ВНЗ.

І останнє, що не має безпосереднього відношення до маркетингових заходів, але є важливим мотивуючим фактором для абітурієнта – можливість подальшого працевлаштування за фахом. Якщо досягнуті результати навчання у вигляді можливості працевлаштування будуть залежати від прикладених зусиль студента, то це підвищить поінформованість про ВНЗ і кількість позитивних відгуків.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, виявлені особливості впровадження маркетингових заходів в сфері освітніх послуг дозволили чітко сформулювати види маркетингових заходів, які потім будуть включені в маркетингову стратегію. Перевага даних заходів полягає в тому, що їх комплексне впровадження дозволить ефективно задовольняти запити споживачів ринку освітніх послуг, підвищуючи при цьому якість освіти.

Перспективи подальших досліджень. Університет в нових умовах господарювання змушений приймати нові риси. Задачі університету попереднього періоду відходять на задній план і головними стають питання адаптації до сучасних висококонкурентних умов функціонування, що передбачає розуміння необхідності постійної роботи зі створення сприятливих умов та посилення адаптаційних здібностей університетських комплексів. Виконання нових завдань неможливо без розробки стратегії розвитку університетів. Стратегічний розвиток університету передбачає

підприємницьку активність шляхом введення до складу організаційної структури ряду відділів з маркетингу ринку освітніх послуг, ринку праці тощо, які не є традиційними для вищої школи, але які дозволяють функціонувати університету, як об'єднанню, члени якого реалізують загальну стратегію розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вищі навчальні заклади [Электронный ресурс]: Державний комітет статистики України. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua.
2. Розподіл постійного населення за окремими віковими групами. [Электронный ресурс]: Державний комітет статистики України. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua.
3. Тєлєтова С. Г. Педагогічний маркетинг в умовах впровадження нового закону України про вищу освіту / С. Г. Тєлєтова // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: зб. тез доповідей VIII–ї Міжнародної науково–практичної конференції. Суми : Папірус, 2014. – С. 184–186.
4. Kotler Philip Strategic Marketing for Educational Institutions / Philip Kotler, Karen F. A. Fox. – Prentice-Hall, Jan 1, 1985 - Education – 396 pages.
5. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід / Т.Є. Оболенська. – К.: КНЕУ, 2001. – 208 с.
6. Ильяшенко Н. С. Отличительные особенности маркетинга образования от классического маркетинга / Н. С. Ильяшенко. – Маркетинг образовательных услуг: монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора О. В. Прокопенко. – Ruda Śląska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. – С. 40-47
7. Карпіщенко М.Ю. Складання програми просування освітніх послуг вищих навчальних закладів на основі дослідження абітурієнтів Сумської області / М.Ю. Карпіщенко, В.В. Мілютіна // Вісник Ужгородського університету. Серія економіки. – 2010. – №2. – С. 112-121.
8. Воронько, Э.Н. Совершенствование процесса управления региональным вузом на основе стратегии маркетинга / Э.Н. Воронько // Вестн. Полоцк. гос. ун-та. Сер. D. Экономические и юридические науки. – 2011. - № 13 – С. 34-38.
9. Гринькевич О.С. Статистические методы в решении функциональных задач маркетинга образовательных услуг / О.С. Гринькевич – Маркетинг образовательных услуг: монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора О. В. Прокопенко. – Ruda Śląska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. – С. 128-138
10. Пьянкова Е. А. Мотивация как фактор профессионального выбора в карьере молодых специалистов / Е. А. Пьянкова // Вестник развития науки и образования: научно-образовательный журнал. – 2010. – № 2. – С. 99–104.
11. Іванченко С. М. Соціально-психологічне дослідження проблеми якості вищої освіти / С. М. Іванченко, О. П. Щотка // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Психологічні науки. - 2015. - Вип. 126. - С. 82-86.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.7
УДК 316.4

Andronik O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Corporate and Spatial Economics, Vasyl` Stus Donetsk National University
Voronin A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Corporate and Spatial Economics, Vasyl` Stus Donetsk National University

IDENTIFICATION AND CONDITIONS OF FORMATION OF THE MIDDLE CLASS IN UKRAINE TAKING INTO ACCOUNT WORLD SOCIAL TRENDS

The criteria of identification of the middle class are determined, objective and subjective approaches of the middle class are considered. The main features of the Ukrainian middle class are considered, as well as factors that may contribute to the emergence of a significant middle class. The existing specifics in the state concerning "norms" on income, quality of housing and education level are explored. Dependence of income inequality in the studied countries was revealed, which allowed to assume that there is a significant influence of state institutions and politics on the formation of inequality. The deterrent factors of the formation and development of the middle class in Ukraine are determined. It has been found that the distribution of income within countries significantly affects the eradication of poverty on a global scale. Noted that the change in inequality of incomes and inequalities in property in the world requires significant changes in tax policy nationally and globally.

It is substantiated that progressive taxation is an effective tool for combating inequality in income and property inequality.

Key words: middle class, incomes, poverty, identification criteria, self-identification, status positions.

Андронік О.Л., Воронін А.В.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ СВІТОВИХ СОЦІАЛЬНИХ ТРЕНДІВ

Визначено критерії ідентифікації середнього класу, розглянуто об’єктивний та суб’єктивний підходи визначення середнього класу. Розглянуто головні особливості українського середнього класу, а також проаналізовано чинники, які можуть сприяли виникненню значного прошарку середнього класу. Досліджено існуючу специфіку у державі щодо «норм» за доходами, якістю житла та рівня освіти. Виявлено залежність нерівності в доходах у досліджуваних країнах, що дозволило припустити про існування значного впливу державних інститутів і політики на формування нерівності. Визначено стримуючі фактори формування та розвитку середнього класу в Україні. Виявлено, що розподіл доходів всередині країн значно впливає на викорінення бідності в світовому масштабі. Зазначено що зміна в нерівності в доходах і з майновою нерівністю в світі вимагає значних змін у податковій політиці в національному та світовому масштабі.

Обґрунтовано, що прогресивне оподаткування являє собою ефективний інструмент боротьби з нерівністю в доходах та майновою нерівністю.

Ключові слова: середній клас, доходи, бідність, критерії ідентифікації, самоідентифікація, статусні позиції.

Андроник Е.Л., Воронин А.В.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА В УКРАИНЕ С УЧЕТОМ МИРОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

Определены критерии идентификации среднего класса, рассмотрены объективный и субъективный подходы определения среднего класса. Рассмотрены основные особенности украинского среднего класса, а также проанализированы факторы, которые могут способствовали возникновению значительной прослойки среднего класса. Исследовано существующую специфику в государстве по «нормам» доходов, качеством жилья и уровня образования. Выявлена зависимость неравенства в доходах в исследуемых странах, что позволило предположить о существовании значительного влияния государственных институтов и политики на формирование неравенства. Определены сдерживающие факторы формирования и развития среднего класса в Украине. Выявлено, что распределение доходов внутри стран значительно влияет на искоренение бедности в мировом масштабе. Определено, что изменение неравенства в доходах и имущественного неравенства в мире требует значительных изменений в налоговой политике в национальном и мировом масштабе.

Обосновано, что прогрессивное налогообложение представляет собой эффективный инструмент борьбы с неравенством в доходах и имущественным неравенством.

Ключевые слова: средний класс, доходы, бедность, критерии идентификации, самоидентификация, статусные позиции.

Problem statement. The middle class is the social base of a market economy and political democracy. “Middle class” is a rather vague concept. In developed democratic countries, the main criterion for a person’s belonging to this class is a certain income derived from legal sources and ensuring a decent standard of living. When the middle class is in the majority, the state has the necessary prerequisites for stable development in a market economy and political democracy.

The formation of the middle class in Ukraine has just begun, which is why the analysis of approaches to identification and world experience in the formation of the middle class is useful for the development of the Ukrainian economy.

Analysis of research and publications. The problems of studying the conditions of formation and development of the middle class as one of the most important goals of socioeconomic transformations are dealt with by Ukrainian authors - Y. Zaytsev, V Savchuk, E. Golovakha, E. Libanova, T. Kovalchuk, A. Amosha, I. Buleev, N. Prokopenko, O. Simonchuk. The problems of the formation of the middle class in the United States are attributed to the publicity of such American economists, by P. Krugman [7], C. Gold and B. Margot.

At the same time, the lack of thorough research of the middle class as an economic entity and its role in reforming the Ukrainian economy and ensuring economic growth makes the study relevant.

Setting goals. The purpose of the study is to determine the criteria for identifying the middle class as an economic entity, to determine the effective prerequisites for the formation of the middle class, to develop recommendations for solving the problems of the formation of the middle class in Ukraine.

Main material. In modern conditions of development, in Ukraine, the middle class should be the key to the future prosperity of the country. But clear criteria for assessing the

middle class are not pronounced. There are two approaches to the definition of the middle class: subjective and objective (Figure 1).

Seeing that consumption is the main criterion, the middle class includes those who:

– own at least the minimum set of property that ensures a comfortable life. For Ukrainian society it is ownership of housing, a set of high-quality household appliances;
– have a cash income that allows you to provide not only the minimum needs, but also the consumption of things and services that are not the subject of necessities.

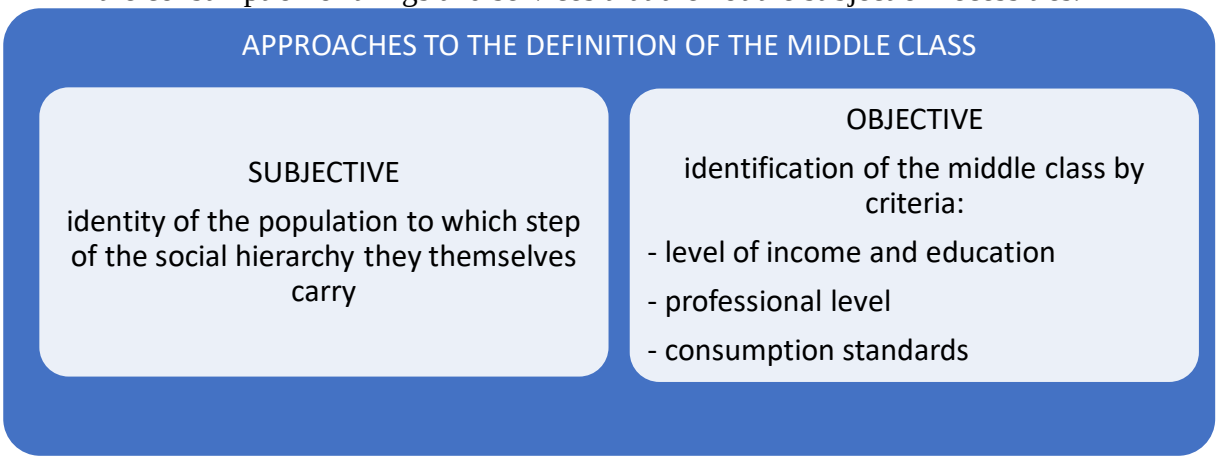


Figure 1 Approaches to the definition of the middle class

In Ukraine, the availability of real estate cannot be a criterion of belonging to the middle class, since most citizens live in privatized apartments, which were received in Soviet times. Conversely, the lack of a personal car can be the result of the fact that now people are investing in education or new housing.

Each country has its own specificity and "norm" in terms of income, housing quality and level of education. There are three main features: the level of material well-being, social status and self-identification.

According to the results of a study conducted by the Gorshenin Kiev Institute of Management Problems, one-third of Ukrainians are subjectively classified as middle-class [3].

The study used the traditional for many studies five-point scale of self-assessment of the financial situation:

• forced to save on food;
• enough for food. To buy clothes you need to accumulate or borrow;
• enough for food and clothing. For more expensive purchases you need to accumulate or borrow;
• enough for food, clothing and expensive purchases. For purchases like a car and an apartment, you need to accumulate or borrow;
• I can allow any purchase at any time.

Considering the opinion of the citizens themselves, the middle class in Ukraine is quite numerous. Moreover, studies show that in Ukraine there are two middle classes - the capital and the all-Ukrainian. Capital earns from 500 to 2000 cu and saves from 5 to 30% of income. All-Ukrainian lives on income - from 300 to 600 cu, it can postpone 1-2%, has a rest once a year, the car is mostly domestic [4].

Depending on the approach and choice of criteria, the assessment of the Ukrainian middle class ranges from 10 to 40%. At the same time, Western sociologists do not face this problem: regardless of the approach, about two thirds of the population fall under the notion

of “middle class”. Because in Western societies there is a high coherence of status positions: the correspondence of contributions (education, professionalism) and remuneration (income, prestige, power) (Table 1). In contrast to the Ukrainian society, in which there is no direct link between the professional educational status, income, prestige and social self-esteem. Those professional groups that in Western Europe and the USA massively enter the middle class (teachers, doctors, scientists) have a low income in Ukraine, and those Ukrainians who identify themselves as middle class often do not have a enough level of education and professionalism.

Table 1 The distribution of national income and gross domestic product, 2016: Purchasing Power Parity [8]

	Population (million)		GDP (trillion PPP € 2016)	National Income (trillion PPP € 2016)		Per adult National Income (PPP € 2016)	Equivalent per adult monthly income (PPP € 2016)
World	7 372	100%	92	78	100%	€16 100	€1 340
Europe	747	10%	19	16	20%	€27 100	€2 260
incl. European Union	523	7%	16	13	17%	€31 400	€2 620
incl. Russia/Ukraine	223	3%	3	3	4%	€16 800	€1 400
America	962	13%	23	19	25%	€29 500	€2 460
incl. United States/Canada	360	5%	16	13	17%	€50 700	€4 230
incl. Latin America	602	8%	7	6	8%	€15 400	€1 280
Africa	1 214	16%	4	4	5%	€6 600	€ 550
incl. North Africa	240	3%	2	2	2%	€11 400	€ 950
incl. Sub-Saharan Africa	974	13%	3	2	3%	€5 100	€ 430
Asia	4 410	60%	44	38	49%	€12 700	€1 060
incl. China	1 382	19%	18	15	19%	€14 000	€1 170
incl. India	1 327	18%	7	6	7%	€7 000	€ 580
incl. Japan	126	2%	4	3	4%	€31 000	€2 580
incl. Other	1 575	21%	16	14	18%	€14 200	€1 180
Oceania	39	1%	1	1	1%	€31 700	€2 640
incl. Australia and NZ	29	0,4%	1	1	1%	€38 200	€3 180
incl. Other	10	0,1%	0,03	0,03	0%	€5 600	€ 470

In developed countries, the middle class is more than 70%. In America, the middle class wages start at $ 1,500 per month and do not have the top bracket. Therefore, in the United States they say that 95% of Americans belong to the category of "Middle". In Germany, people with a monthly income of about $ 5,000 belong to the middle class. In Italy, the middle class is not distinguished by income level - belonging to it determines the level of education of a person. For example, an Italian plumber can earn more than a doctor. But in the eyes of society they belong to different social groups. In China, the middle class is determined by the ability to purchase a vehicle. Today, less than 1% of the population belongs to the middle class.

One of the main features of the Ukrainian middle class can be considered the difficulty with its identification. If the researcher is an economist, he will speak of "middle classes" as middle-income groups. If this is a sociologist - how people feel in the social space and about their education. Some proceed from the fact that, in terms of incomes of Ukrainians, it is impossible to compare with the American middle class. Others believe that Ukraine has a high degree of coverage of the population with higher and secondary special education, and therefore, judging by this criterion, the whole country belongs to the middle class.

In developed countries, it is the middle class that creates, earns, consumes, pays contributions to the pension fund, accumulates capital in banks and, as a result, modernizes production and marketing, ensuring the competitiveness of goods and services, maintains a dynamic balance between supply and demand, contains vulnerable social strata of society (pensioners and the younger generation) and provides innovative development of the state. Its quantitative predominance over the poorest and richest classes in developed industrialized countries is a sign of public welfare.

So, the middle class is the basis of the United States. Formation of the middle class in the United States became possible thanks to the conduct of the 30's of the twentieth century. The new course of economic policy and the corresponding reform of the legislative and regulatory framework: social security and unemployment insurance, the Law "On Fair Labor Standards", the Law "On the National System of Labor Relations"; significant reforms in the banking and financial sector.

Also, a prerequisite for the emergence of a significant middle class in the US is the growth of a strong trade union movement and the adoption of G.I. Bill - a law that offered a number of benefits to demobilized veterans of the Second World War.

The end of the Second World War is considered to be the beginning of the history of the modern American class. It was then that millions of demobilized troops received money for training, creating their own businesses and purchasing their own homes. From 1944 to 1950, housing construction increased from 114 thousand to 1.7 million new households. The construction boom was accompanied by rapid population growth, the so-called baby boom. The welfare of the average American during this period has grown rapidly. Between 1946 and 1967, labor productivity in the United States grew by 104 percent, while at the same time, the earnings of workers during this period increased accordingly. More and more families could afford private plots, cars, black and white TVs and other home appliances [6].

28 years in the period from 1945 to 1973 have become the years of the "Golden Age of the American Middle Class", when inequality of income has reached its minimum level in the history of the United States. At this time, the share of the wealth of the highest class has decreased from 40% to 9%. All this contributed to the formation of a large mass of wealthy middle class people [7].

The deterrent in the development of the middle class, experts believe that inflation "eating" the real increase in income, as well as disproportion in their distribution.

Inequalities in incomes have increased in recent decades in almost all countries, but at different rates; this suggests that institutions and policies are affecting the formation of inequality. After 1980, income inequality grew rapidly in North America, China, and moderately in Europe (Fig. 2). In the broader historical perspective, this growth of inequality marks the end of an egalitarian regime that took different forms in these regions after the Second World War.

Observed since 1980, differences in trends between countries show that the dynamics of income inequality in each country are determined by the characteristics of the institutional

and political context. This is illustrated by the difference between the trajectories along which the former communist countries or countries with a high degree of state regulation developed.

The trajectory of income inequality observed in the United States is largely due to significant inequalities in education, combined with a decrease in the progressive nature of the tax system at the time when the highest growth in remuneration for work, starting in the 1980s, and most high capital income in the 2000s. In the same period, the progressiveness of the tax system declined in Europe, but to a lesser extent, while inequality in wages was mitigated by educational and payroll policies, which, to a certain extent, favored low- and middle-income groups. In both regions, income inequality between women and men has decreased, but remains particularly noticeable at the top of the distribution.

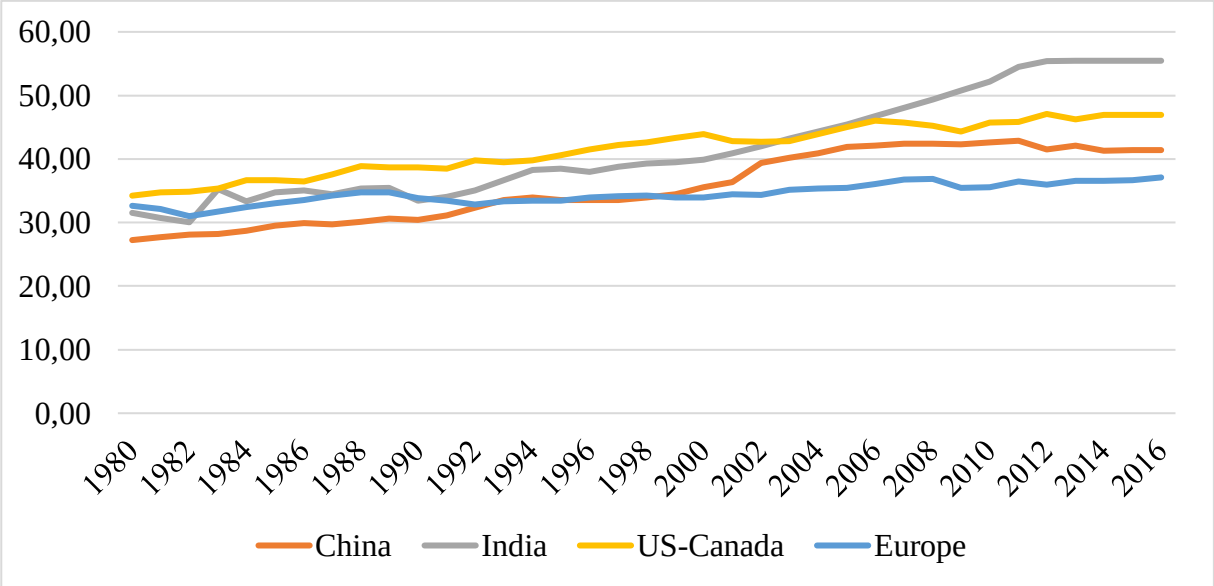


Figure 2 Top 10% income shares across the world, 1980-2016
Filed by authors for [8]

If the current trends continue, the share of property in the middle class will decrease. If we take as a basis the evolution of China, Europe and the United States combined, from 1980 to 2016 the property share of 1% of the richest people increased from 28 to 33%, while the share falling on the bottom 75% fluctuated around 10% throughout period.

Income inequality will also increase if countries follow the same income inequality path that they followed 1980 — even if we assume a relatively high income growth in Africa, Latin America and Asia over the next three decades. Inequality will increase even more if all countries follow the path taken by the United States from 1980 to 2016. However, inequalities on a global scale will be slightly reduced if all countries follow the path of the EU from 1980 to the present (Fig. 3).

The evolution of income distribution within countries has a significant impact on the eradication of poverty on a global scale. Depending on the chosen trajectory, by 2050 the incomes of the lower half of the world population can range from 4,500 euros to 9,100 euros per year per adult (Fig. 4).

The change in income inequality and property inequality in the world requires significant changes in tax policy on a national and global scale. Many countries will have to review education and wage policies, as well as corporate governance.

Progressive taxation is a proven tool for combating growing income inequality and property inequality. Historical and economic studies have shown that progressive taxation is an effective tool to combat inequality. Progressive tax rates reduce inequality not only after paying taxes, but also before it, depriving those who receive the highest incomes an incentive to achieve an increasing share of growth through the struggle to increase their wages and property accumulation.

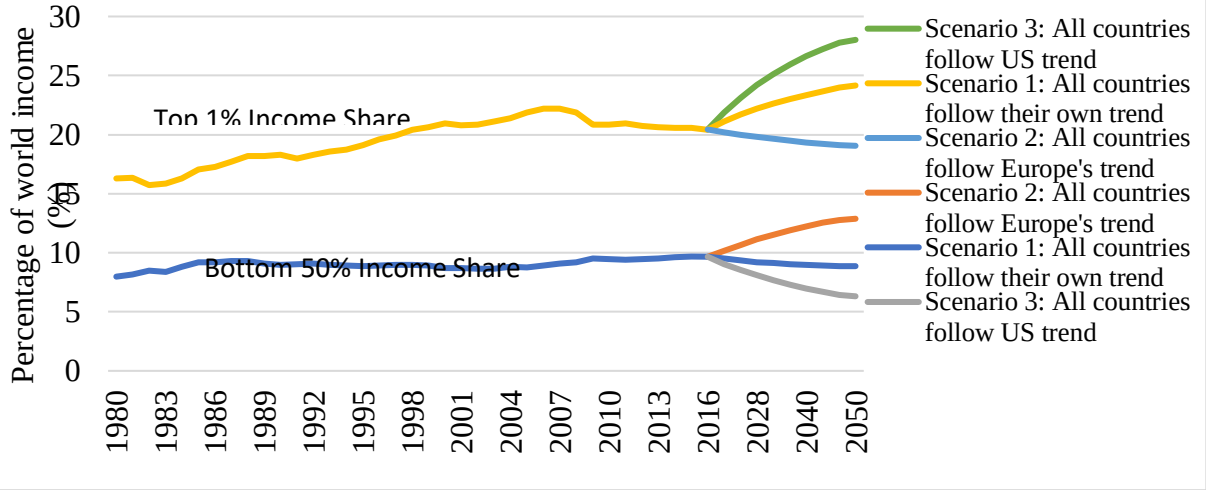


Figure 3 Global income share projections of the Bottom 50% and Top 1% , 1980-2050
Filed by authors for [8]

It should be noted that inheritance taxes are absent or close to zero in developing countries with a high level of inequality, which opens opportunities for significant tax reforms. Although the tax system is a key tool in the distribution of income, it faces some obstacles. The most important of these is tax evasion.

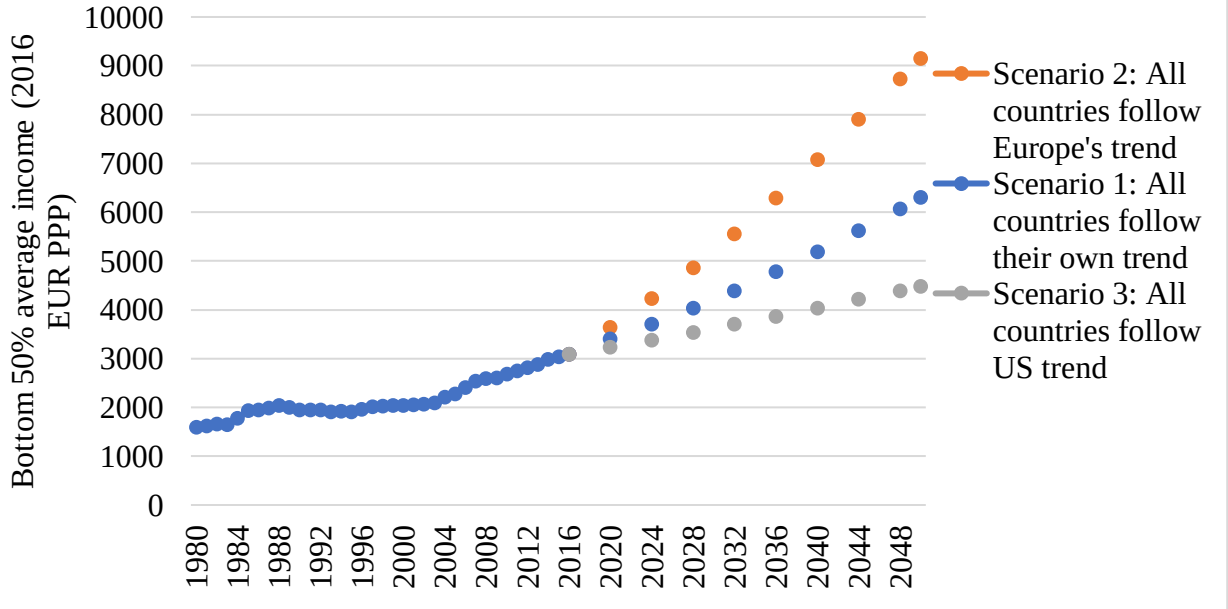


Figure 4 Global average income projections, 1980-2050
Filed by authors for [8]

Ensuring more equal access to education and to well-paid jobs is key to forming a middle class and increasing incomes for the poorest people. In both rich and developing countries, it is necessary to define transparent and verifiable goals in order to (with

appropriate changes in the system of financing universities and student's enrollment) to ensure equal access to education. Democratization of access to education is a powerful lever, but in the absence of mechanisms that provide people from lower income categories with access to well-paid jobs, education alone will not be enough. A wider representation of workers in corporate governance and reasonable minimum wage rates are also important tools to achieve this goal.

Conclusions. Thus, public investment in education, health care and environmental protection is necessary to increase the proportion of the middle class. However, providing them is not easy, because governments in rich countries are poorer and have high levels of debt. To reduce public debt, there are various ways (such as property tax, debt relief or inflation) that governments, which have faced the problem of large debts in the past, used to create better conditions for the younger generation.

Prospects for further research. Prospects for further study of the middle class in Ukraine will be the study and determination of the relationship between the level of wages and the availability of higher education.

REFERENCES

1. Libanova E. Population with Average Income as a Basis for the Formation of the Middle Class in Ukraine / E. Libanova, L. Cherenko, O. Vasiliev, A. Reut // National Security and Defense. - 2014 - No. 1-2. - P. 79-96.

2. Paniotto V. Measuring the middle class is more suitable for subjective or subjective-objective indicators // Middle class in Ukraine: criteria for identification / B. Panijotto - K.: Testament, 2014. - P. 9- 13. - (Library of the Razumkov Center).

3. Kiev Institute of Management Problems named after Gorshenin [Electronic resource]. - Mode of access: http://gorshenin.ua

4. Ukrainian Center for Economic and Political Studies O. Razumkov [Electronic resource]. - Mode of access: http://razumkov.org.ua

5. Snyder, M. 44 Facts About The Death Of The Middle Class That Every American Should Know. Economic Collapse. July 31, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.infowars.com/44-facts-about-the-death-of-themiddle-class-that-every-american-should-know/.

6. Suddath, C. A Brief History Of The Middle Class. Time. Feb. 27, 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://content.time.com/ time/nation/ article/0,8599,1882147,00.html.

7. The Rise And Fall Of The Middle Class In America, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: http://www.liberalamerica.org/2013/10/24/risefall-middle-class-america.

8. World inequality database [Електронний ресурс]. – Режим доступу: wir2018.wid.world

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.8
УДК: 005.57:004
Коваленко Ю.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту Індустріального інституту ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Стаття має науково-методичний характер. Сучасні тенденції інформатизації свідчать про неефективність реалізації сучасного механізму управління регіональною економікою. Сучасні вимоги щодо управління регіонами вимагають нової якості, що має забезпечувати цілісність регіональної системи. Таке завдання може бути вирішене шляхом використання інформаційного потенціалу, що представляє собою не просто спосіб отримання та переробки необхідної інформації для прийняття управлінських рішень, а визначення нових способів господарювання, управління економічними процесами, напрями соціально-економічного регіонального розвитку.

У статті автором розглядається можливість використання інформаційного потенціалу як об'єкта управління в регіональному управлінні інформацією.

Розглянуто поняття "регіональний інформаційний потенціал" та його складові: інформаційні ресурси, інформаційний капітал, інтелектуальний капітал, інформаційна культура, нормативно-правове забезпечення інформаційної діяльності.

В якості наукової новизни доведено, що певні компоненти структури інформаційної потенціалу (інформація, інформаційні ресурси, інформаційний капітал та інтелектуальний капітал) мають характерну властивість створення нової інформаційної вартості.

Автором приділено увагу питанню нормативно-правововового забезпечення інформаційної діяльності в Україні і доведено, що сьогодні в інформаційній сфері залишається значна кількість невирішених питань.

Ключові слова: інформація, регіональний інформаційний менеджмент, інформаційні ресурси, інформаційний капітал, інтелектуальний капітал, інформаційна культура.

Коваленко Ю.А.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ В РЕГИОНАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Статья имеет научно-методический характер. Современные тенденции информатизации свидетельствуют о неэффективности реализации современного механизма управления региональной экономикой. Современные требования управления регионами требуют нового качества, что должно обеспечивать целостность региональной системы. Такая задача может быть решена путем использования информационного потенциала, что представляет собой не просто способ получения и переработки необходимой информации для принятия управленческих решений, а определение новых способов хозяйствования, управления экономическими процессами, направления социально-экономического регионального развития.

В статье автором рассматривается возможность использования информационного потенциала как объекта управления в региональном управлении информацией.

Рассмотрено понятие "региональный информационный потенциал" и его составляющие: информационные ресурсы, информационный капитал, интеллектуальный капитал, информационная культура, нормативно-правовое обеспечение информационной деятельности.

В качестве научной новизны доказано, что определенные компоненты информационной структуры потенциала (информация, информационные ресурсы, информационный капитал и интеллектуальный капитал) имеют характерное свойство создания новой информационной стоимости.

Автором уделено внимание вопросу нормативно-правового обеспечения информационной деятельности в Украине и доказано, что сегодня в информационной сфере остается значительное количество нерешенных вопросов.

Ключевые слова: информация, региональный информационный менеджмент, информационные ресурсы, информационный капитал, интеллектуальный капитал, информационная культура.

Kovalenko Yu.A.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE MANAGEMENT INFORMATION CAPACITY AT THE REGIONAL INFORMATION MANAGEMENT

The article has scientific and methodical character. Modern trends in Informatization indicate the inefficiency of the implementation of the modern mechanism of regional economy management. Modern requirements of regional management require a new quality, which should ensure the integrity of the regional system. This problem can be solved by using the information potential, which is not just a way to obtain and process the necessary information for management decision-making, and the definition of new ways of management, management of economic processes, the direction of socio-economic regional development.

In the article the author considers the possibility of using the information potential as an object of management in regional information management.

The concept of "regional information potential" and its components: information resources, information capital, intellectual capital, information culture, regulatory and legal support of information activities is considered.

As a scientific novelty, it is proved that certain components of the information structure of the potential (information, information resources, information capital and intellectual capital) have the characteristic property of creating a new information value.

The author pays attention to the issue of legal support of information activities in Ukraine and proved that today in the information sphere remains a significant number of unresolved issues.

Keywords: information, regional information management, information resources, information capital, intellectual capital, information culture.

Постановка проблеми. При розробці концепції регіонального інформаційного менеджменту необхідний системний, комплексний підхід до визначення структури регіонального інформаційного потенціалу і його використання. Зростаюча технологічна та економічна відсталість, потреба в інноваціях в більшості галузей потребують формування високого рівня підготовки керівних спеціалістів для розв’язання завдань модернізації та соціально-економічного розвитку регіонів. Тому правильне

використання інформаційного потенціалу є одним із шляхів підвищення технологічного та соціально-економічного розвитку регіонів.

Регіональний розвиток в умовах інформатизації та глобалізації заснований на забезпеченні їх внутрішньої і зовнішньої конкурентоспроможності, підвищення рівня населення і швидкого реагування на виклики нових умов господарювання і управління.

На сьогоднішній день немає загальновизнаного поняття "регіону", так і загальновживаних термінів, як "інформаційний потенціал", "інформаційний простір", "інформаційний ресурс", "інформаційний розвиток" та ін. Кожен науковець інтерпретує ці поняття по своєму. Чимало аналітичних робіт у сфері інформатизації присвячені порівнянні переваг та недоліків тих чи інших питань щодо програмного, технологічного забезпечення інформаційних систем, використання інформаційних та інтелектуальних ресурсів.

Концепція інформаційного потенціалу регіону у більшості вітчизняних робіт викладена з позицій загальних процесів інформатизації та її технічного забезпечення, чому присвячено численні публікації з інформатиці та технічних наук.

Однак, незважаючи на різнобічність наукових досліджень і їх теоретичну і прикладну значимість, слід зазначити, що визначення і можливості використання інформаційного потенціалу регіону залишаються відкритими для теоретичного осмислення та експериментального вивчення.

Отже, інформаційний потенціал, темпи його нарощування у вирішальній мірі визначають можливості суб'єкта управління у всіх сферах діяльності. Фахівці зазначають, чим потужніший інформаційний потенціал, тим стійкішим є об'єкт управління. Це процес нових прогресивних тенденцій соціально-економічного розвитку регіонів. В процесі дослідження інформаційного потенціалу регіонів були поставлені наступні завдання:

визначити поняття інформаційного потенціалу регіону;

вивчити фактори формування і розвитку інформаційного потенціалу регіону;

визначити структуру регіонального інформаційного потенціалу (РІП);

дослідити рівень нормативно-правового забезпечення інформаційного потенціалу регіону.

Мета статті – визначити поняття і структуру інформаційного потенціалу в в системі регіонального інформаційного менеджменту.

Аналіз літературних джерел. В літературі інформаційний потенціал представляє собою обсяги інформаційних ресурсів, інформаційної техніки і технологій та інших засобів здатних створювати, збирати, накопичувати, обробляти та використовувати різні форми інформації для задоволення інформаційних потреб суспільства.

Поняття інформаційного потенціалу виникло в процесі формування та розвитку інформаційного суспільства і процесів інформатизації з розгалуженням його змістовного апарату. Ця властивість істотно характеризує в соціально-інформаційному аспекті окрему особистість, групу людей, широку соціальну категорію (націю, клас), суспільну верству, державу та її органи, суспільні організації (партії, громадські рухи), економічні структури (підприємства, фірми, корпорації, банки, консорціуми тощо), суспільні установи будь-якого профілю, міжнародні організації різних типів і рівнів [1, с.307].

Даний вид потенціалу є співвідносним з іншими видами такими як: економічний, виробничий, науковий, інтелектуальний, технічний, культурний та ін., оскільки всі види будь-якої діяльності мають інформаційну основу.

Інформаційний потенціал включає логічно систематизовану інформацію, яка, в свою чергу,поділяється відповідно до специфіки різних напрямів діяльності, сфер людського знання, галузей суспільного життя тощо. До одного і того ж виду можуть належати як суто спеціальні за змістом фрагменти інформації, так і гранично загальні,світоглядно-філософські. Для методологічного аналізу структури інформаційного потенціалу важливим є питання про співвідношення та органічність їх взаємозв'язків [2, с.125].

Питання формування інформаційного потенціалу та методичні підходи щодо його оцінки у своїх працях досліджували такі науковці, як С.М.Іляшенко[3]., М.О. Кучеренко І.М., Тесленок О.Ф. [4], А.В. Битий [5], Шаповал [6] І.А. Маркіна [7].

Р. Б. Матковський визначає інформаційний потенціал як наявні та мобілізовані обсяги інформаційних ресурсів, інформаційної техніки та технологій для створення власних та збору, накопичення, обробки та використання різноманітних форм інформації для задоволення відповідних потреб суспільства.

В політекономічному аспекті інформаційний потенціал – це відносини економічної власності між різними економічними суб'єктами з приводу створення власних, збору, накопичення, обробки і використання різноманітних видів і форм інформації для задоволення потреб окремого індивіда, трудового колективу і суспільства [8, с.305].

О. В. Лайчук і Л. А. Ніколаєва розуміють під інтелектуально-інформаційним потенціалом сукупність можливостей суспільства в цілому і його підсистем: окремого індивіда, колективу людей до відтворення накопичених знань і їх використання при формуванні нових підходів до оцінки змін, що відбуваються, для розвитку інновацій [9].

Виклад основного матеріалу. Необхідно відмітити, що на сьогоднішній день термін «інформаційний потенціал» не має широкого розповсюдження в науковій літературі і часто характеризується як система інформаційних ресурсів, програмного забезпечення в рамках виробництва або в системі управління. Також відсутні будь-які методики щодо кількісної та якісної оцінки інформаційного потенціалу, а також визначення його потужності.

Виходячи з цього положення, автор вважає доцільним виділити інформаційний потенціал в окрему категорію і складовий елемент регіонального інформаційного менеджменту.

Автор вважає що в поняття «інформаційний потенціал» повинні бути включені не тільки технічні і програмні засоби інформатики і обчислювальної техніки, засоби інформаційної комунікації та інформаційні технології, а також засоби і методи, що сприяють відтворенню і розвитку інфосфери, підвищенню інформаційної культури та інтелектуального потенціалу держави та регіону.

Отже, вважаємо, що регіональний інформаційний потенціал - це сукупність можливостей суб’єкта управління щодо відтворення та використання інформаційних ресурсів, інформаційного капіталу, інтелектуального капіталу та інформаційної культури для задоволення відповідних інформаційних потреб та прийняття ефективних управлінських рішень. Загальна схема інформаційного потенціалу наведена на рис. 1.

Вважаємо, що наведена структура РІП є найбільш змістовною в структурі інформаційного потенціалу, як об’єкта управління і це пояснюється наступним.

По - перше, в поняття «інформаційний потенціал» регіонального інформаційного менеджменту повинні бути включені інформаційні ресурси, і в цьому випадку можна погодитись з тими авторами, що дотримуються такого визначення цього поняття. Основна гіпотеза полягає в тому, що в процесі управління здійснюється багато операцій, які пов'язані із збором, передачею, накопиченням, обробкою виробленням

інформації та отриманням кінцевого інформаційного продукту для прийняття управлінського рішення. Для цього потрібна організаційно впорядкована сукупність документів (масиви документів) і інформаційних технологій, в тому числі з використанням засобів обчислювальної техніки і зв'язку, що реалізують інформаційні процеси, яка б об'єктивно відображала сформовану економічну ситуацію.

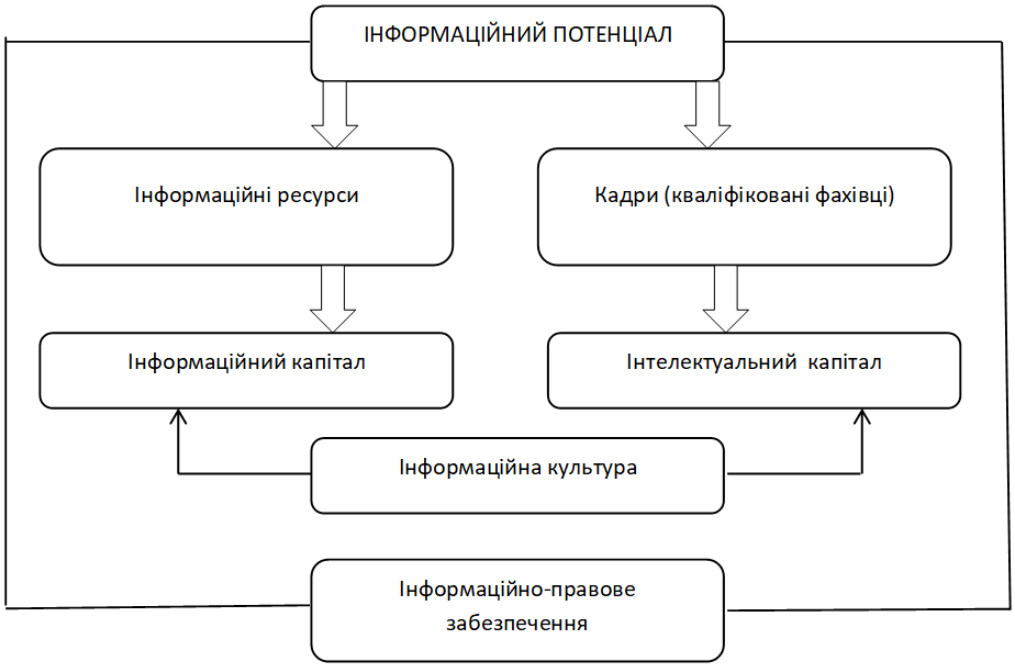


Рис.1. - Структура інформаційного потенціалу регіонального інформаційного менеджменту

По-друге, виходячи із концепції інформаційного суспільства, інформація в управлінській діяльності є фактором виробництва і як вже зазначалось, сама по собі має характерну властивість: чим більше вона використовується, тим більше збільшується, на відміну від інших факторів виробництва (земля, природні ресурси, трудові ресурси). Це означає, що інформація має свою вартість. Якщо розглядати інформацію як фактор виробництва з певною вартістю, який в процесі обігу постійно збільшується, то виходячи із цієї властивості, можна стверджувати, що в процесі обігу створюється нова інформація, а значить і нова вартість. Тобто слід розглядати цей процес як створення нової інформаційної вартості або створення інформаційного капіталу. Отже, наступною складовою інформаційного потенціалу повинен стати інформаційний капітал.

По - третє, будь-яка інформація проходить через свідомість людини для вироблення необхідної інформації потрібні кваліфіковані фахівці (структуровані знання, здібності , досвід) та людський інтелект, який теж може конвертуватись у вартість. Іншими словами, мова йде про інтелектуальний капітал, який продуцирується кваліфікованими спеціалістами завдяки їхньому досвіду. Так само як і інформаційний ресурс являється ресурсом не тільки таким, що зберігається, а й таким, що поповнюється, тобто перетворюється у нову вартість.

Необхідно звернути увагу на те, що наведені вище складові інформаційного потенціалу (інформація, інформаційні ресурси, інформаційний капітал та інтелектуальний капітал) об'єднує характерна властивість – створення нової інформаційної вартості.

По - четверте, як додаткові складові у визначенні поняття інформаційного потенціалу, необхідно відокремити інформаційну культуру та інформаційно-правове забезпечення.

Інформаційна культура передбачає способи поводження з будь-якою інформацією та її представлення у вигляді, зручному для подальшого використання для вирішення теоретичних і практичних задач; технології виробництва, збереження, аналізу, пошуку та передачі інформації; розвиток системи навчання і підготовки людини до ефективного використання інформаційних засобів та інформації у професійній діяльності та побуті .

Але для сучасної людини необхідні не тільки знання й уміння, а й сформований інформаційний світогляд. Так, Т.Полякова відзначає труднощі й відсутність результатів у формуванні інформаційного світогляду як невід'ємної частини інформаційної культури, та обґрунтовує необхідність виробити єдину, всеосяжну систему поетапного формування інформаційної культури протягом всього життя людини [10, с.87-88].

Особливої уваги потребує питання методів правового регулювання відносин в сфері інформатизації. Принципово нових рис набувають відносини власності на інформацію. Йдеться передусім про те, що домінуючим об'єктом власності стає інформація, яка втілює в собі переважно витрати інтелектуальної робочої сили. Остання, на відміну від робочої сили, що використовується в традиційних галузях економіки, поступово втрачає здатність відчуження від свого носія, перестає бути товаром у традиційному розумінні.

В Україні існує достатньо повна база нормативно-правового забезпечення суспільних відносин, що пов'язані з інформацією, її виробництвом, поширенням і використанням.

Основним нормативно-правовим актом в сфері інформатизації є Закон України «Про інформацію», що регулює сферу інформаційних відносин і визначає ключові засади державної інформаційної політики. До нормативно-правових актів, норми яких регулюють різноманітні аспекти процесів інформатизації, можна віднести також Закони України:«Про Концепцію Національної програми інформатизації»; «Про Національну програму інформатизації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; «Про телебачення і радіомовлення»;«Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів»; «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» та інші.

Аналіз вище приведених нормативно-правових актів забезпечення інформаційної діяльності в Україні показав, що на сьогодні залишається значна кількість неврегульованих питань в інформаційній сфері, зокрема:

не розроблені національні стандарти інформаційного обміну і захисту інформації згідно міжнародним стандартам;

не врегульовано національним законодавством статус інформації, яка передається по світових відкритих мережах, та обов'язки і відповідальність користувачів;

на законодавчому рівні відсутні визначення таких важливих термінів, як «предмет інформаційних правовідносин», «національний інформаційний простір», «регіональний інформаційний простір», «регіональний інформаційний потенціал», та багато інших;

поза межами правового регулювання залишається питання вироблення системи захисту інформації й забезпечення інформаційної безпеки.

Для розв'язання цих питань необхідно «встановити чітку ієрархічну єдність законів; кодифікувати велику кількість існуючих законів та підзаконних актів; узгодити понятійний апарат, виправити термінологічні неточності; концептуально узгодити нові правові акти в сфері суспільних інформаційних відносин із раніше прийнятими» [11, с.275-276]

Зауважимо, що інформаційний потенціал регіонів неоднорідний за інформаційно-ресурсним, науково-технічним, інноваційно-інтелектуальним, соціально-культурним складом, що і визначає його місткість. Але, з позицій ефективності управління соціально-економічними системами, інформаційний потенціал має бути обов'язковим елементомв системі регіонального інформаційного менеджменту.

Таким чином, на підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що процес інформатизації заповнює всі сфери життєдіяльності суспільства, проте значення інформації в процесі прийняття управлінських рішень сьогодні як ніколи є актуальним. На сьогодні практично немає наукових праць, присвячених інформаційному потенціалу в системі регіонального управління. Розглядаючи це питання з більш глобальних позицій, нам представляється важливим виявити механізм освоєння інформаційного потенціалу, що представляє собою не просто спосіб отримання та переробки необхідної інформації для прийняття управлінських рішень, а визначати нові способи господарювання, методи управління економічними процесами, шляхи та засоби реалізації економічних цілей, напрями регіонального розвитку.

Процеси інформатизації викликали зміни і в законодавчому забезпеченні взаємовідносин, які склались в інформаційному суспільстві. В діючій системі нормативно-правового регулювання інформаційної сфери існує багато прогалин, які потребують подальшої розробки та удосконалення.

Вважаємо, що комплексний і науково обгрунтований підхід щодо використання інформаційного потенціалу в процесі управління може забезпечити стартові можливості щодо підвищення їх конкурентоспроможності та інноваційного розвитку регіонів на національному і міжнародному рівнях.

Стратегічне значення розвитку інформаційного потенціалу регіонального інформаційного менеджменту полягає у створенні науково обґрунтованої методології формування та розвитку інформаційної техносфери та регіонального інформаційного середовища, які змогли б задовольнити швидко зростаючі інформаційні потреби керівників органів регіонального управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: У трьох томах. – Т. 3 / Ред. кол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр Академія», 2002. – 952 с.

2. Корнейчук Б.В. Информационная экономика / Б.В. Корнейчук. –СПб.: Питер, 2006. – 400 с.

3. Ілляшенко С.М. Інформаційний потенціал підприємства / С.М. Ілляшенко // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». – 2004. – № 9(68). – С. 11–18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/864

4. Тесленок І.М. Сутність і структура інформаційного потенціалу підприємства / І.М. Тесленок, М.О. Кучеренко // Бізнес Інформ. – 2011. – № 6. – С. 124–127 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.business-inform.net/export_pdf/businessinform-2011-6_0-pages-124_127.pdf
5. Битий А.В. Генезис теорії формування інформаційного потенціалу підприємства / А.В. Битий // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 3(3). – С. 219–221 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_3(3)__49
6. Шаповал О.Ф. Формування інформаційного потенціалу підприємства / О.Ф. Шаповал // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». – 2013. – Вип. 181(4). – С. 347–350 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181(4)__58
7. Маркіна І.А. Організаційне забезпечення управління інформаційним потенціалом підприємств ринку безалкогольних газованих напоїв в Україні / І.А. Маркіна, Д.В. Дячков // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2014. – Вип. 1(2). – С. 211–218 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2014_1(2)__36
8. Матковський Р.Б. Економічний потенціал продуктивних сил у структурі економічного потенціалу країни / Р.Б. Матковський // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: зб. наук.-прикладних праць. – Львів: Вісник НУ «Львівська політехніка», 2000. – № 405. – С. 303-308
9. Лайчук О.В. Интеллектуально-информационный потенциал в инновационной деятельности организаций / О.В. Лайчук, Л.А. Николаева [Электронный ресурс] // Российский экономический Интернет-Журнал – Академия труда и социальных отношений, 2007. – Режим доступа к журн.: http://www.erej.ru/Speakers. htm#let_n_rus
10. Полякова Т. А. Формирование информационной культуры личности и общества – актуальная социокультурная технология епохи информатизации // Информационное общество: культурологические проблемы: Материалы междунар. науч. конф. Краснодар – Новороссийск 17 – 19 сентября 1997 г.: Тез. докл.– Краснодар, 1997. – С. 86–88.
11. Гаман Т.В. Проблемні питання нормативно-правового забезпечення інформаційної діяльності органів державного управління (регіональний аспект) / Т.В. Гаман // Університетські наукові записки. – 2005. – № 1–2 (13–14). – С. 272–276.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.9
УДК 331.5
Харабуга С.В., к.е.н., директор, Міжрегіональна академія управління персоналом, м. Маріуполь

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті досліджено проблематику управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи. Проаналізовано підходи до визначення сутності поняття «трудовий потенціал». Окреслено особливості та взаємозв'язки трудових потенціалів соціально-економічних систем різних рівнів. Надано визначення категорії «трудовий потенціал соціально-економічної системи», наведено його змістові складові. Визначено місце трудового потенціалу у парадигмі розвитку соціально-економічних систем. Запропоновано методологічний інструментарій формування концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи, окреслено її основні складові рівні. Наведено чинники, що впливатимуть на реалізацію концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи.

Ключові слова: трудовий потенціал, соціально-економічна система, трудові ресурси, концепція управління, робоча сила.

Харабуга С.В.

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В статье исследована проблематика управления трудовым потенциалом социально-экономической системы. Проанализированы подходы к определению сущности понятия «трудовой потенциал». Определены особенности и взаимосвязи трудовых потенциалов социально-экономических систем различных уровней. Дано определение категории «трудовой потенциал социально-экономической системы», приведены его смысловые составляющие. Определено место трудового потенциала в парадигме развития социально-экономических систем. Предложено методологический инструментарий формирования концепции управления трудовым потенциалом социально-экономической системы, определены ее основные составляющие уровни. Приведены факторы, которые будут влиять на реализацию концепции управления трудовым потенциалом социально-экономической системы.

Ключевые слова: трудовой потенциал, социально-экономическая система, трудовые ресурсы, концепция управления, рабочая сила.

Kharabuha S.

THE CONCEPT OF THE LABOR POTENTIAL MANAGEMENT OF THE SOCIO-ECONOMIC SYSTEM

The article studies the problems of management of the labor potential of the socio-economic system. The approaches to the definition of the essence of the "labor potential" concept have been analyzed. The features and interconnections of labor potential of socio-economic systems on different levels have been outlined. The definition of the category "labor potential of the socio-economic system" has been given, its content components have been provided. The place of labor potential in the paradigm of development of socio-economic systems have been determined. The methodological toolkit for forming the concept of labor potential management of the socio-economic system has been proposed, its main components

have been outlined. The factors influencing the implementation of the concept of the labor potential management of the socio-economic system have been presented.

Key words: labor potential, socio-economic system, labor resources, management concept, labor force

Постановка проблеми. Трансформація економічної системи істотно змінила суспільство в цілому, його цінності, основоположні принципи економічної та соціально-політичної діяльності, форми і методи управління. Проте головною продуктивною силою будь-якого суспільства був і залишається трудовий потенціал соціально-економічної системи, який в ринковій економіці стає стратегічним чинником її успіху. Управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи повинно здійснюватись як безперервний циклічний процес, який містить оцінювання поточного стану трудового потенціалу і його відповідності цілям розвитку соціально-економічної системи, прийняття рішень щодо формування управлінського впливу на поведінку працівників, на їх мотивацію до більш продуктивної діяльності, відстеження реакції – результату управлінського впливу, оцінювання результативності та ефективності управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних та прикладних аспектів проблеми розвитку та управління трудовим потенціалом соціально-економічних систем різних рівнів зробили такі вчені, як Грішнова О.А., Богіня Д.П., Лібанова Е.М., Лісогор Л.С., Семів Л.К., Шаульська Л.В., Осовська Г.В., Крушельницька О.В. та ін. Методологічні основи управління трудовим потенціалом були закладені в роботах вчених Герцберга Ф., Друкера П., Маркса К., Маслоу А., Мейо Е., Мескона М., Макгрегора Д., Петті У., Сміта А., Тейлора Ф. та ін.

Виділення невирішеної проблеми. Слід констатувати, що формування сучасної парадигми управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи, адекватної викликам сучасності і відображення їх специфічних проявів в діяльності системи, тільки зароджується. Більшість її теоретико-методологічних і практичних площин потребують поліфонії новітніх ідей, наукової переорієнтації, творчого підходу та теоретичного обґрунтування альтернативних шляхів їх вирішення, що зумовило вибір теми наукового дослідження.

Метою дослідження є формування ефективної концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи задля забезпечення її стабілізації та розвитку.

Виклад основного матеріалу. В останні десятиліття в практиці управління йде активний пошук раціональних моделей управління, зокрема трудовим потенціалом. Досвід показав, що унікальність і складність прогнозування поведінки окремого працівника і всього трудового потенціалу вимагає особливих підходів до управління трудовим потенціалом і розробки його концепції.

Концепція (від лат. Concetptus – думка, поняття) – 1) провідний замисел, конструктивний принцип художнього, технічного та інших видів діяльності; 2) визначаючий засіб розуміння, трактовка чого-небудь, основна ідея систематичного підходу, основний погляд на предмет, процес або явище; 3) одна з форм наукового знання (поряд з ідеями, теоріями тощо) [1, 2].

У загальному вигляді концепція управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи містить сукупність узагальнених теоретичних положень, методологічних підходів, методичних принципів, нормативно-правових засад,

організаційно-економічних, інформаційних і модельних складових, які забезпечують ефективне її функціонування. Логіка побудови концепції спирається на загально-діалектичні принципи (від теорії до практики; від загального до часткового; від минулого до сучасного та майбутнього).

Початковим етапом процесу розробки концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи є створення теоретичних основ визначення даної економічної категорії.

До наукового обігу категорія «трудовий потенціал» увійшла на початку 60-х років ХХ ст., що було зумовлено необхідністю трансформації традиційних поглядів. У вітчизняній науці наразі відсутній однозначний підхід до розуміння економічної категорії «трудовий потенціал». Визначення, запропоновані науковцями мають суперечливий характер (табл. 1).

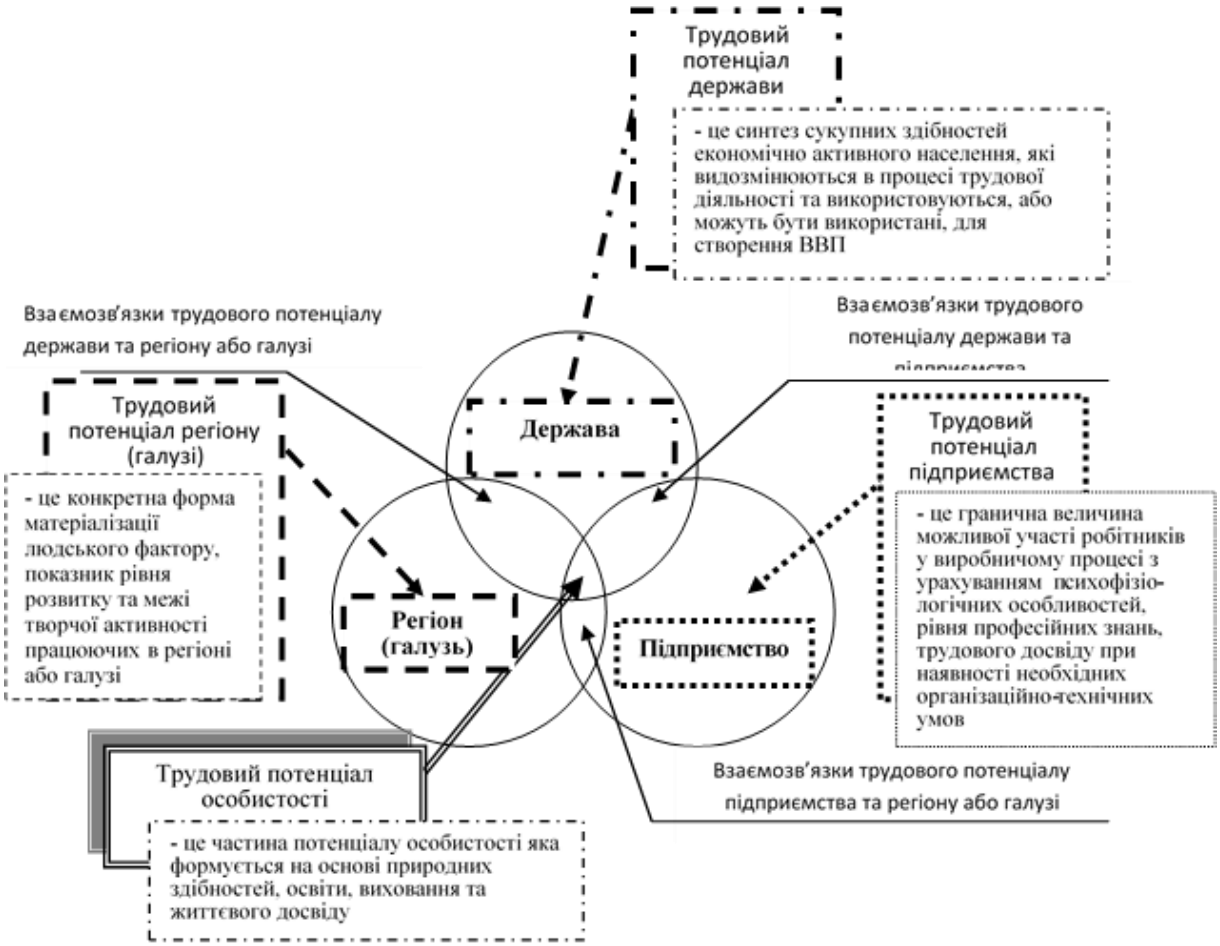
Таблиця 1

Характеристика терміну «трудовий потенціал»

Автори	Визначення
Богиня Д.П., Грішнова О.А.	Трудовий потенціал – це інтегральна оцінка і кількісних, і якісних характеристик економічно активного населення [3]
Васильченко В.С., Гриненко А.М., Грішнова О.А., Керб Л.П.	Трудовий потенціал є інтегрованими кількісними та якісними характеристиками робочої сили, яка забезпечує певні можливості у створенні матеріальних і духовних благ суспільства. Трудовий потенціал є наявною і можливою в майбутньому кількістю та якістю праці, якою володіє суспільство й котра визначається чисельністю працездатного населення, його професійно-освітнім рівнем [4]
Генкін Б.М.	Трудовий потенціал працівника – це сукупність характеристик людини, що виникли в результаті матеріальних і духовних вкладень у неї: інтелект, творчі здібності, здоров'я, освіта, професіоналізм, моральність, активність, організованість [5]
Джаін І.О.	Трудовий потенціал – це сукупні здібності економічно активного населення даної території забезпечити виробництво споживчих вартостей, які відповідають потребам суспільства на даному етапі його розвитку в конкретних соціально-економічних і науково-технічних умовах [6]
Мерзляк А.В., Михайлов Є.П.	Трудовий потенціал – поняття, яке вводиться для відображення можливостей ефективності праці [7]
Осовська Г.В., Крушельницька О.В.	Трудовий потенціал – це сукупність працездатного населення з урахуванням інтелектуального розвитку, знань, умінь, досвіду, звичаїв, традицій, переконань і патріотизму [8]
Семикіна М.	Трудовий потенціал –комплексна категорія, яка відображає інтегральну сукупність властивостей і можливостей працівників» [9]
Черноморенко Н. В.	Трудовий потенціал розуміє – складне поєднання фізичних властивостей, знань, досвіду, духовних і мо- ральних цінностей, культурних установок, звичаїв і традицій населення країни» [10]
Шаленко М.	Трудовий потенціал являє собою максимально можливу за певних соціально-економічних умов загальну здатність територіальної сукупності працездатного населення, яка визначається відповідним рівнем його освіти та професійно-кваліфікаційної підготовки, статевовікової структури та фізіологічним станом, морально-вольовими якостями та ставленням до праці [11]
Шаульська Л.	Інтегральна сукупність можливостей населення брати участь в трудовій, підприємницькій, інноваційній діяльності [12]

Термін трудовий потенціал соціально-економічної системи пов'язаний з можливостями системи ефективно використовувати свої трудові ресурси, ключовими характеристиками при визначенні трудового потенціалу є терміни «робоча сила», «трудові ресурси», «людський фактор», «людський капітал», «персонал» .

Трудовий потенціал може формуватися, використовуватися та розвиватися соціально-економічною системою будь-якого рівня (рис. 1).



Складено автором

Рис. 1. Взаємозв'язок трудових потенціалів соціально-економічних систем різних рівнів

На сучасному етапі розвитку науки сутнісні характеристики трудового потенціалу соціально-економічної системи знаходяться вже не на стадії становлення, а на стадії уточнення сутнісно-системних характеристик на різних рівнях управління як в загальнотеоретичному, так і в теоретико-прикладному аспектах.

Незважаючи на полісемантичне звучання категорії «трудовий потенціал соціально-економічної системи» в економічній науці автором визначені наступні принципи, які складають квінтесенцію пропонованої наукової концепції:

1) «трудовий потенціал соціально-економічної системи» - це категорія, яка характеризує сукупні можливості системи, що можуть бути реалізовані тільки при наявності трудових ресурсів. Таким чином, трудовий потенціал характеризується

трудовими ресурсами, які повинні бути утягнені в виробництво чи підготовлені до використання в господарській системі;

2) визначення економічного показника «трудовий потенціал соціально-економічної системи» повинно здійснюватися з урахуванням комплексу існуючих і потенційних відносин. Таким чином, потенціал варто аналізувати як систему функціональних відносин, що склалися між елементами реального і гіпотетичного рівня розвитку соціально-економічної системи;

3) економічний показник «трудовий потенціал соціально-економічної системи» повинний враховувати двоїстий характер даної економічної категорії, оскільки, з одного боку, може відбити стан системи щодо вимог конкретного зовнішнього середовища, а, з іншого боку, виступити об'єктом управління.

4) «трудовий потенціал соціально-економічної системи» - поняття динамічне. Динамізм трудового потенціалу полягає в тому, що в кожний наступний момент часу можливості економіки змінюються. Тому трудовий потенціал соціально-економічної системи повинний визначатися як динамічне поняття, що характеризує готовність системи в кожний визначений момент часу мобілізувати трудові можливості для досягнення поставлених цілей економічного розвитку з максимальною ефективністю;

5) поняття «трудовий потенціал соціально-економічної системи» відбиває не тільки нормативний масштаб, але і цільовий орієнтир. У даній своїй функції він співвідноситься як з реальними можливостями системи (її ресурси), так і з перспективними, тобто, що знаходились у стадії становлення (її можливості). Майбутнє взаємодіє із сьогоденням не тільки на основі структурного зв'язку «стану», але й особливої, так званої, цільової, форми детермінації.

Таким чином, ***трудовий потенціал соціально-економічної системи*** – складна економічна система функціональних відносин між елементами реального і потенційного рівня розвитку системи, що відбиває її готовність у певний час мобілізувати трудові ресурсні можливості для досягнення поставлених цілей з максимальною ефективністю в процесі оптимальної взаємодії із зовнішнім середовищем.

Крім того, в сучасних умовах, якісні характеристики трудового потенціалу набувають все більшого значення. Обмежена кількість трудових ресурсів, динаміка їхніх вікових характеристик («старіння нації»), потребують зміни відношення бізнесу до працівника. В умовах слабо індустріального виробництва, що носить екстенсивний характер, економічна ефективність залежить від ступеня експлуатації робочої сили, яка є засобом максимізації економічного ефекту. На сучасному етапі працівника вже не можна розглядати як засіб максимізації прибутку, а інвестиції в розвиток людських ресурсів стають не тільки потрібними, а й економічно вигідними.

Фундаментом проведення соціально-економічної політики держави щодо підвищення рівня трудового потенціалу соціально-економічної системи є формування правової основи господарювання, спрямованої на стабільне забезпечення високого рівня життя та зайнятості населення, соціального захисту та соціальної допомоги. Створення державою умов для ефективного розвитку всього суспільства проводиться через розробку і реалізацію загальнодержавних програм економічного, науково-технічного та соціально-культурного розвитку.

Таким чином, при формуванні концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи необхідно застосувати метод диференціації, вивчаючи складні підсистеми, що формують єдину соціально-економічну систему. З метою комплексного розуміння всієї національної соціально-економічної системи, що

складається з множини різноманітних за своїми характеристиками підсистемами (соціально-економічні системи регіонів або галузей), які в свою чергу включають ще один ієрархічний рівень – соціально-економічні системи підприємств, концепцію управління трудовим потенціалом необхідно будувати на основі використання системного підходу.

При цьому самому процесу стратегічного розвитку соціально-економічної системи притаманні наступні основні принципи: незворотність; випадковість; невизначеність; нелінійність.

Концепція управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи містить чотири основні складові рівні: теоретико-методологічний, методичний, інструментально-модельний, організаційний (рис. 2).

Теоретико-методологічний рівень концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи спирається на системний та синергетичний наукові підходи, використання яких дозволяє сформувати зміст наукової категорії «управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи». Також на основі аналізу теорій стратегічного розвитку, еволюції, життєвого циклу та конкурентної боротьби визначаються «основні принципи процесу розвитку трудового потенціалу соціально-економічної системи» та «основні принципи ефективного управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи», що, у свою чергу, дозволяє обґрунтувати методологію управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи.

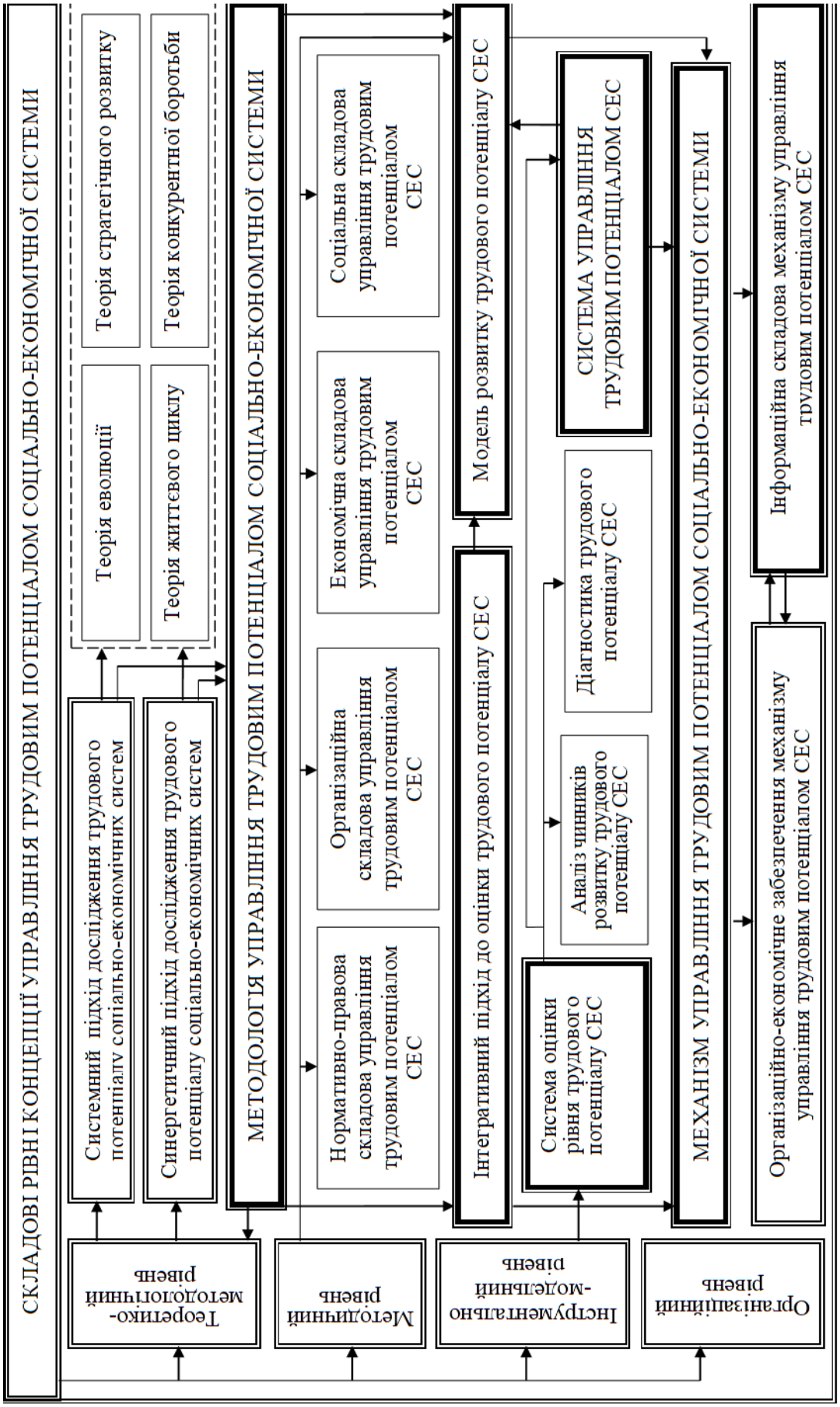
Визначені наукові підходи, теорії та принципи управління можуть бути адаптовані до певних трансформацій соціально-економічної системи та формують методологію управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи. Наведена методологія призначена для її використання в якості реальної практики управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи.

Соціально-економічні системи мають комплексно застосовувати наведені підходи та принципи ефективного управління з урахуванням сучасного стану та розвитку трудового потенціалу соціально-економічної системи.

Таким чином, під «управлінням трудовим потенціалом соціально-економічної системи» слід розуміти комплекс заходів, методів і моделей, спрямованих на забезпечення підвищення ефективності функціонування цієї системи через формування науково обґрунтованої соціально-економічної політики.

Визначеність категоріального апарату та дослідження теоретичних підстав ефективного управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи дозволяє обґрунтувати методичну складову діяльності у цій сфері. Саме методика здійснення концептуальних положень в сфері управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи визначає її ефективність. Методичні засоби та прийоми забезпечують реалізацію нормативно-правових, організаційних, економічних, соціальних заходів, спрямованих на ефективне функціонування механізму управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи.

Інструментально-модельний рівень концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи формують система оцінки рівня трудового потенціалу соціально-економічної системи, аналіз чинників розвитку трудового потенціалу системи, діагностика її трудового потенціалу, модель розвитку трудового потенціалу соціально-економічної системи, а також удосконалена система управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи.



Складено автором

Рис. 2. Концепція управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи

Організаційний рівень складають:

– механізм управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи, створення якого відповідає стратегічним і тактичним інтересам системи. По-перше, означений механізм є елементом, що забезпечує стабільність і цілеспрямованість розвитку соціально-економічної системи з урахуванням не лише внутрішніх (макро- і мікроекономічних) реалій, але і зовнішніх (глобальних) трансформацій. По-друге, ефективне управління соціально-економічним розвитком системи є необхідною складовою підвищення ефективності системи та забезпечення її соціальної спрямованості;

– організаційно-економічне забезпечення означеного механізму спрямоване на формування оптимальної та ефективно дієвої ринкової економіки, стимулювання економічного зростання системи, підсумком чого є підвищення рівня соціальної складової її розвитку;

– інформаційна складова спрямована на забезпечення поглиблення взаємовідносин та інтеграцію функцій управління окремих державних та бізнесових структур на основі формування єдиної інформаційної бази, що надає можливість отримання швидкісного доступу до необхідних даних та тим самим прискорює вирішення проблемних питань розвитку трудового потенціалу соціально-економічної системи.

При реалізації концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи необхідно врахувати наступні чинники.

1. Основою розвитку трудового потенціалу будь-якої соціально-економічної системи є формування інвестиційних потоків. Структура інвестиційних потоків (як вхідних так і вихідних) має відповідати загальнонаціональним інтересам. Це означає, що в країні має бути створений інвестиційний клімат, який сприяє залученню іноземного капіталу, а національний капітал заохочує працювати в своїй країні.

2. Зважаючи на значну обмеженість фінансових ресурсів, доступних для забезпечення реалізації стратегічних завдань, вхідні інвестиційні потоки мають бути в першу чергу спрямовані на розвиток високотехнологічних галузей промисловості, розвиток яких створює передумови для формування ефективної, конкурентоспроможної національної соціально-економічної системи.

Проведені заходи щодо структурної перебудови національної економіки мають стати економічним підґрунтям формування соціальної складової трудового потенціалу (в першу чергу на основі збільшення доходів населення).

3. В країні має бути створено нормативно-правове поле, що забезпечить прозоре конкурентне середовище з рівноправними «правилами гри» для всіх суб'єктів ринку та сприятиме деполітизації та демонополізації ділового середовища, що дозволить максимально скористатися перевагами дії ринкових механізмів регулювання та звести до мінімуму ручне керування й адміністративне втручання в економічні процеси. У свою чергу, ринкові механізми та інструменти стабілізації соціально-економічного розвитку держави мають застосовуватися у відповідності до норм рівності конкурентного середовища.

4. Економічна політика держави має бути спрямована на зміцнення соціально-економічної системи, що є основою для підвищення рівня протистояння негативним проявам глобалізації, які зростають зі збільшенням відкритості національної соціально-економічної системи. У той самий час, позитиви від міжнародного співробітництва та зовнішньоекономічної інтеграції мають бути використані максимально.

5. Політична стабільність в країні має стати основою для структурної перебудови та модернізації. Консолідація влади, уникнення будь-якої конфронтації її гілок, забезпечення їх ефективної взаємодії та співпраці – це необхідна умова реалізації концепції управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи.

Висновки. Таким чином, запропонована концепція управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи не протиставляється існуючим поглядам на теорію і практику управління трудовим потенціалом систем, а виступає їх еволюційним наступником, забезпечуючи безперервність і спадкоємність процесів управління в світлі нового розуміння сутності трудового потенціалу соціально-економічної системи. Концепція управління трудовим потенціалом соціально-економічної системи має забезпечити повне використання трудового потенціалу та позитивні зрушення в його розвитку задля досягнення економічного зростання системи та послідовного наближення рівня та якості життя населення України до європейських стандартів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Meadows D.H. Limits to Growth: the 30-year Update / D.H. Meadows, J. Randers, D.L. Meadows. – Vermont: Chelsea Green, White River Junction. - 2004. – 302 p.
2. Економічна енциклопедія: у 3-х т. / [відп. ред. С.В. Мочерний]. – К.: Академія, 2002. - Т.2. - 848 с.
3. Богиня, Д.П. Трудовий потенціал України. Соціально-демографічний аспект /Д.П. Богиня. – Л.: Освіта, 1992. – 265 с.
4. Васильченко, В.С. Управління трудовим потенціалом: Навч.посіб. / В.С. Васильченко, А.М. Гриненко, О.А. Грішнова,Л.П. Керб. – К.: КНЕУ, 2005. – 403 с.
5. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда: учебник / Б.М. Генкин. – М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1999. – 384 с.
6. Джаин, И.О. Оценка трудового потенциала: монография / И.О. Джаин. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 250 с.
7. Михайлов, Є.П. Економіка праці й соціально-трудові відносини: навч. посіб. / А.В. Мерзляк, Є.П. Михайлов, М.Х. Корецький, Г.О. Михайлова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 240 с.
8. Осовська, Г.В. Управління трудовими ресурсами: навч. посібн. / Г.В. Осовська, О.В. Крушельницька. – К.: Вид-во «Кондор», 2003. – 224 с.
9. Трудовий потенціал Кіровоградської області: стан та перспективи розвитку: кол. моногр.; за ред. М. В. Семикіної. – Кіровоград: ВАТ Кіровоград. вид-во, 2008. – 304 с.
10. Черноморенко, Н. В. Проблемы эффективного использования трудового потенциала / Н. В. Черноморенко // Управління трудовими ресурсами: проблеми і перспективи розвитку: зб. доп. Міжнар. наук.-практ. конф. – Хмельницький: ТУП, 1997. – С. 288–295.
11. Шаленко, М. В. Формирование механизма территориальной организации трудовых ресурсов: теория и практика / М. В. Шаленко. – К.: Наук. думка, 2006. – 132 с.
12. Шаульська, Л.В. Стратегія розвитку трудового потенціалу України / - Донецьк: Ін-т економіки промисловості НАН України, 2005. – 502 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.10
УДК 331.101.26
Налбандян М.А., аспірант кафедри бізнес-технологій, Національний авіаційний університет.

ЕВОЛЮЦІЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИРОДИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

У статті розглянуто сутність поняття «людський капітал» та основні етапи становлення, формування та розвитку теорії людського капіталу. Узагальнено концептуальні підходи та визначення поняття «людський капітал». Розглядається проблема «людського капіталу» як найбільш цінного ресурсу суспільства в економічному контексті. Представлено бачення сучасної транформації теорії людського капіталу з урахуванням гуманізації відносин в сучасних економічних процесах, модифікації впливу людського капіталу на економічне зростання, постіндустріальних тенденцій світової економіки.

Ключові слова: людський розвиток, людський капітал, трансформаційні зміни, еволюція, освіта.

Налбандян М.А.

ЭВОЛЮЦИЯ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В статье рассмотрена сущность понятия «человеческий капитал» и основные этапы становления, формирования и развития теории человеческого капитала. Обобщены концептуальные подходы и определение понятия «человеческий капитал». Рассматривается проблема «человеческого капитала» как наиболее ценного ресурса общества в экономическом контексте. Представлено видение современной транформации теории человеческого капитала с учетом гуманизации отношений в современных экономических процессах, модификации влияния человеческого капитала на экономический рост, постиндустриальных тенденций мировой экономики.

Ключевые слова: человеческое развитие, человеческий капитал, трансформационные изменения, эволюция, образование.

Nalbandian M.A.

EVOLUTION OF TRANSFORMATION CHANGES OF ECONOMIC NATURE OF HUMAN CAPITAL

The article covers the essence of the concept "Human capital" and basic stages of establishment, formation and development of the theory of human capital. The basic conceptual approaches and definition of the concept "Human capital" were summarized. The problem of the "human capital" as the most valuable resource of the society in an economic context was reviewed. The views of different scientists were systematized based on context and the author defined key elements that form the human capital.

Key words: human development, human capital, transformation changes, evolution, education.

Постановка проблеми. Якщо економіка XX століття визначалася технократичною спрямованістю, то економіка наступного XXI століття поступово трансформується в інтелектуальну економіку. Не применшуючи значущості матеріальних ресурсів у процесі виробництва, більшість дослідників сьогодні солідарні

в думці, що капіталізація вартості ресурсів формується під зростаючим впливом нематеріальних ресурсів. І хоча господарська діяльність в усі часи базувалася на класичних факторах виробництва, фактор людського капіталу на сьогоднішній день є одним з найважливіших та виступає базовою основою нарощування потужності національної економіки.

Одним з найважливіших соціально-економічних детермінантів активізації розвитку будь-якої країни, ключовим чинником її успіху є якість людських ресурсів, ключовими параметрами якої є освіта, інтелект, професійний досвід, соціальна мобільність та здатність до інновацій у професійній діяльності та суспільному житті.

В економічній науці питання формування і розвитку людського капіталу займають значне місце і відіграють важливу роль в аналізі економічних явищ. Концепція людського капіталу, маючи в своїй основі глибокі теоретико-методологічні передумови, накопичила суттєвий дослідницький інструментарій для точної інтерпретації сутності, ролі, змісту, основних структурних видів і способів кількісно-якісної оцінки, регуляторних підходів щодо активної частини капіталу.

Використання у термінологічному обігу поняття «людський капітал» заклало нові можливості в осмисленні таких важливих соціально-економічних проблем як формування доходів, критерії якості життя, накопичення національного багатства, роль освіти в загальному відтворенні благ, побудова результативної національної інноваційної системи. Глобалізаційні умови зумовлюють поглиблення досліджень людського капіталу в системі факторів економічного розвитку, що однаково вагомо як для країн постіндустріальної економіки, так і країн, що вступили на цей шлях. У зв'язку з цим конкретизація питань, пов'язаних з формуванням і розвитком людського капіталу, його впливом на економічне зростання не виходить із наукового поля актуальних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічний базис дослідження людського капіталу і управління людським капіталом був заданий саме в західній економіці і соціології. Серед зарубіжних вчених питаннями управління людським капіталом займалися такі вчені як А. Сміт, Дж. Мінцер, Д. Кендрик, Д. Рікардо, Е. Денісон, М. Беккер, Р.Дорнбуш, Р. Лукас, Р. Солоу, С. Коваль, С. Фабрикант, Т. Шульц. При цьому важливість розвитку положень теорії людського капіталу і управління ним, окрім розвитку гуманістичного аспекту теорії, що відмічається, була обумовлена присудженням ряду Нобелівських премій - С. Кузнецю в 1971 р., Г. Шульцу в 1979 р., Г. Беккеру в 1992 р.

При цьому в процесі становлення вказаної теорії поняття «людський капітал» зазнало суттєвих трансформацій на основі аналізу здобутків представників класичної школи (А. Сміт, Дж. Кларк, Дж. С. Мілль, Д. Рікардо, Е. Бем-Баверк, Ж. Б. Сей, К. Вікселль, К. Маркс, У. Петті, Ф. Кене, Ф. Енгельс, та ін.), неокласичної школи (А. Маршал, Дж. Уолш, Л. Вальрас, І. Фішер, Ф. Ліст та ін.), сучасної концепції людського капіталу (Г. Беккер, Дж. Мінцер, Дж. Ліндсей, Е. Денісон, Л. Туроу С. Кузнець, Т. Шульц та ін.). В Україні зазначеній проблемі присвячені наукові напрацювання В.Антонюк, О. Амосова, В. Близнюк, Д. Богині, В. Геєця, О.Грішнової, Н. Гавкалової, Е.Лібанової, Т. Кир′ян, В. Куценко, Н. Ушенко.

Незважаючи на суттєву методологічну значимість і науковий інтерес вчених в контексті теорії людського капіталу в Україні, в ній залишається чимало невирішених та дискусійних завдань. Актуальність дослідження проблеми людського капіталу на макрорівні обумовлюється тим, що він виступає чинником впливу на динаміку соціально-економічного розвитку країни.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття концептуальних положень еволюції трансформаційних змін економічної природи людського капіталу в контексті ролі та впливу людського капіталу на соціально-економічний стан країни.

Основна частина. Теорії людського капіталу почали формуватися у 18 ст. в контексті наукових ідей про зміст і форми продуктивних сил людини в творах таких видатних вчених-економістів, як В.Петті, А.Сміт, К.Маркс, Дж.Мілль та ін. До середини XX ст. теорій людських ресурсів у чистому вигляді не існувало, оскільки ще не склались об'єктивні передумови розвитку продуктивних сил, викликаних науково-технічною революцією, за умов якої стрімко стала зростати роль людини в усіх сферах життєдіяльності. Тому зміна пріоритетів розвитку пов'язана із процесом трансформацій, що і зумовлює першочергову потребу розгляду його сутнісного змісту.

У великій економічній енциклопедії термін «трансформація» визначається як «взаємодія різних процесів та явищ у сфері економіки, політики та іншого, які в результаті забезпечують формування нової якості соціальної системи в цілому» [1, с.681]. За Великим економічним словником трансформація –це одна з операцій процесу організації, яка означає реформування головної цілі у ряд взаємозв'язаних локальних цілей та задач, що забезпечують досягнення корінних результатів [2, с.1089]. Український дослідник С.Єрохін терміном «трансформація» визначає «зміну структури будь-якого об'єкту у рамках самоорганізуючого процесу» [14, с.13]. У контексті трансформації економіки України під терміном «трансформація» або одно функціонального йому процесу «структурні зрушення» Чернюк Л.Г. розуміє процес адаптації (кількісного та якісного пристосування) елементів економічних систем на макро-, мезо- і мікрорівнях та їх взаємозв'язків відповідно до закономірностей функціонування та розвитку ринкового господарства, який приводить до формування якісно нової структури [23, с.253]. Узагальнення вищезазначених підходів дозволяє розуміти під трансформацією суттєву зміну саме якісних параметрів певної операції, процесу, логічним завершенням чого має стати запровадження адаптивного регулювання, що дозволить досягти очікуваних зрушень у розвитку соціально-економічних об'єктів або процесів. Прослідкуємо хронологічно еволюцію трансформаційних змін економічної природи людського капіталу.

В. Петті, один із основоположників класичної політичної економії, висловив ідею щодо первинної цінності трудових навичок населення в національному багатстві країни: «Труд есть отец и активный принцип багатства, а земля его мать» [22, p.134].

А. Сміт уперше розглянув людину з позиції капіталізації її праці: як носія і капіталу, і вартості [21, с.196]. Він вважав здібності людини частиною суспільного багатства, тому що людські вміння сприяють зростанню як суспільного багатства, так і багатства індивіда. Він також включав знання та кваліфікацію в основний капітал суспільства [21, с.83]. Вчений справедливо наголошує, що «придбання таких здібностей, навчання завжди вимагає дійсних витрат, що являють собою основний капітал, який реалізується в його особистості. Ці здібності, будучи частиною стану певної особи, разом з тим стають частиною багатства суспільства, до якого ця особа належить» [21, с. 86, 208, 235]. Тобто втілити свій людський капітал індивід може через працю, якій він навчається і яка у майбутньому відшкодує йому, крім оплати за звичайну працю, усі витрати на освіту разом із звичайним прибутком з капіталу, рівноцінного цим витратам.

А. Маршалл підкреслював, що «знання – один із потужних двигунів виробництва » [33, с. 400]. Автор трудової теорії вартості Д. Рікардо довів, що єдиним джерелом вартості товарів, яка складає основу доходів різних класів буржуазного

суспільства, є робота працівника. На його думку, продуктивність праці залежить, в першу чергу, від творчих сил людини, а потім від машин [19]. За розрахунками Е. Денісона, інвестиції в людський капітал дають віддачу у 5–6 разів більшу, ніж вклади в матеріальне виробництво [29].

Наприкінці 19 - на початку 20 ст. вже з'являються трактування людини як капіталу. Для цього періоду є характерним виокремлення двох підходів до визначення взаємозв'язку між людиною, її здібностями, навичками, знаннями та капіталом. Перший підхід, прихильниками якого є Ф. Ліст, А. Маршал, Дж. Мілль, В. Рошер, сформувався в теорію трьох факторів виробництва та заперечує включення людини до категорії людського капіталу. За Дж. Міллем, «сама людська особа не є капіталом. Людина є метою, заради якої існує багатство. Але набуті нею здібності, що виступають тільки як засіб і реалізуються тільки через працю, на всіх підставах можна віднести до категорії капіталу» [34, p. 46].

Інший підхід, прихильниками якого є Л. Вальрас, Дж. Маккулох, Г. Маклеод та І.Фішер, відносить безпосередньо людину до категорії капіталу. Так, Дж. Маккулохом та І. Фішером були розроблені альтернативні теорії людського капіталу, які доповнюють традиційну концепцію людського капіталу новим змістом. Однією з найвагоміших альтернативних теорій можна вважати теорію «всеосяжного капіталу» І. Фішера, яка сформувалась під впливом ідей прагматизму. Відмовившись від теорії трьох факторів виробництва, він відносив до категорії капіталу все, що здатне приносити дохід, включаючи людину. Теорії економічного зростання довгий час не включали в себе поняття людського капіталу. Так, для неокласиків фактор праці у виробництві національного багатства залишався виключно кількісним. Навіть якщо в працях вищезазначених економістів вже висвітлюється ідея про те, що якість роботи впливає на економічне зростання, тим не менш економічна теорія все ще розглядає працю як простий фактор виробництва, сприймаючи її виключно в кількісному розрізі.

На підставі вищезазначеного можна зробити висновок про те, що починаючи з 18 ст. усвідомлюється роль людини в накопиченні суспільного багатства, формуються засади теорії людського капіталу, визначаються його складові компоненти. Однак, у відокремленій та ідентифікованій формі теорія людського капіталу з'являється в економічній думці не раніше 60-х років 20 ст. Її поява в основному зумовлена стрімким ростом науково-технічного прогресу, що, в свою чергу призвело до зростання потреби в висококваліфікованих працівниках.

У розвиток концепції людського капіталу значний внесок належить К. Марксу, який вважав, що розмір вартості, яка створюється у процесі праці, залежить від кваліфікації робочої сили. Розвиток фізичних, розумових, творчих сил людини він називав "дійсним багатством", "головною продуктивною силою суспільства", підкреслюючи, що творчі якості людини можуть бути створені тільки в процесі та у результаті специфічного виробництва і вимагають витрат. К.Маркс розглядав власне людину як основний капітал, підкреслюючи велике значення в її розвитку та накопиченні знань, виробничого досвіду та витрат вільного часу [16].

Термін «людський капітал» уведений у науковий обіг як мінімум із 1962р. австрійським та американським економістом Фріцом Махлупом [32, p. 262]. Учений пропонує розрізняти первинні та вдосконалені здібності. «Невдосконалену працю, – пише він, – потрібно відрізняти від вдосконаленої, що стала більш продуктивною завдяки вкладенням, які збільшують фізичну та розумову здатність людини. Подібні вдосконалювання і складають людський капітал». Загалом, Ф. Махлуп трактує капітал як категорію здібностей, що формуються в процесі освіти. Згідно з англосаксонським

трактуванням, поняття освіти та здібностей він розподілив їх на вісім груп: освіта домашня, освіта шкільна, набуття досвіду на роботі, приписи Церкви, тренування у збройних силах, освіта через телебачення, самоосвіта, знання з досвіду [32, p. 419].

Теорія людського капіталу дістала подальшого розвитку завдяки альтернативним теоріям таких відомих зарубіжних економістів як Г. Боуен, І. Фішер, Л. Туроу, в яких немає одностайності у питаннях визначення змісту цього поняття. І. Фішер вбачав в людському капіталі передусім природні здібності та талант людини, а тоді уже її освіту, психологічні особливості, суспільні і культурні якості [31, p. 5, 51–52, 68–69]. У визначенні Г. Боуена він «складається з набутих знань, навичок, мотивацій й енергії, які можуть використовуватися протягом певного часу з метою виробництва товарів та послуг» [26, с. 96] Л. Туроу включав до людського капіталу окрім знань людини, таку характеристику як «повага до політичної і соціальної стабільності» [36, p.15]. За альтернативного підходу саме природні здібності людини почали оцінюватися дуже високо. Так, дослідник П. Тобмен дійшов висновку, що на частку генетичного потенціалу людини припадає 45% розбіжностей в заробітках, а питома вага освіти складає тільки 6 % [35].

На думку Т. Шульца в людський капітал, так само як в інші види капіталу, необхідно здійснювати інвестиції, що сприятиме підвищенню рівня продуктивності праці і, відповідно, збільшенню добробуту суспільства. Формування людського капіталу Т. Шульц вбачав у розвитку здібностей та знань, які надаються шкільною освітою, навчанням на робочому місці, зміцненням здоров'я і зростаючим запасом економічної інформації [37, p. 9].

На наукові здобутки Т. Шульца спираються наукові праці Г. Беккера, який посідає особливе місце в економічній науці завдяки ґрунтовним дослідженням у сфері соціології: освіті, расовій дискримінації, економіці домашнього господарства, кримінології та механізмах політичного тиску. У своїй праці «Людський капітал: теоретичний та емпіричний аналіз» (1964 р.)» Г.Беккер дає визначення людському капіталу як сукупності продуктивних здібностей, що отримує індивідуум шляхом акумуляції загальних та специфічних знань, вмінь та ін. [27]. В одній з основних наукових публікацій Г.Беккера з теорії людського капіталу зазначено, що людський капітал є схожим до матеріальних засобів виробництва: можна інвестувати в людський капітал (через освіту, професійну підготовку, лікування), і виробіток буде частково залежати від норми прибутку даного людського капіталу. Таким чином, людський капітал є засобом виробництва, додаткове інвестування в який приносить додатковий виробіток. Людський капітал є замінним, але він не може бути переданим, як земля, робоча сила чи основний капітал. Отже, матеріальні форми капіталу, що приносять дохід та інші корисні результати протягом тривалого періоду – не єдині. Навчання та витрати на освіту та медичне обслуговування – також капітал, тому що він збільшує заробіток, покращує здоров’я. Таким чином, економісти розцінюють витрати на освіту, професійну підготовку та медичне обслуговування як інвестиції в людський капітал. Він носить назву «людський капітал», тому що люди не можуть бути відділені від своїх знань, вмінь, здоров’я та цінностей так, як вони можуть бути відділені від своїх фінансових та матеріальних активів. У своїй фундаментальній праці «Людський капітал: теоретичний і емпіричний аналіз» Г. Беккер виявляє та підтверджує зв’язок між людським капіталом та доходами його носіїв. Тобто, приймаючи рішення про інвестиції в освіту, здоров’я чи професійну підготовку, людина свідомо збільшує свій капітал, орієнтуючись на окупність та прибутковість цих заходів у майбутньому [28].

Дж. Долан та Д. Ліндсей під людським капіталом розуміють «капітал у вигляді

розумових здібностей, отриманих через формальне навчання чи освіту, або ж через практичний досвід» [25, с. 256, 445].

Порівняння сутнісних характеристик економічної природи поняття «людського капіталу» дозволило систематизувати основні концептуальні підходи його трактування (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття людського капіталу

Підхід	**Представники**	**Визначення поняття**
Людський капітал як запас здібностей, знань, навичок, що використовуються в діяльності.	Л. Туроу [36] Г. Боуен [26]	Капіталом є не сама людина, а успадковані і набуті нею здібності до праці, а також освіта і кваліфікація. Людський капітал – здатність індивідуума до виробництва товарів і послуг, його виробничі здібності і знання.
Людський капітал як джерело заробітків і генерації доходів	К.Макконел Г. Беккер [27] І. Фішер [31] Т. Шульц [37] С. Брю О. Грішнова [3]	Капіталом є все те, що являє собою джерело майбутніх задоволень, заробітків, будь-який актив – фізичний або людський, який володіє здатністю генерувати потік майбутніх доходів. Людський капітал – це інтелектуальні і розумові здібності людини, що збільшуються та роблять її здатною виробляти економічні блага в більшому обсязі і кращої якості, отримувати вищі доходи.
Людський капітал як сформований в результаті інвестицій запас здібностей, знань і характеристик, що дозволяє отримувати більш високий дохід у майбутньому	Р.Капелюшніков [12] С. Дятлов [6]] А. Добринін І. Корогодін А. Циренова І.Скоблякова [20]	Сформований в результаті інвестицій накопичений запас знань, здоров'я, мотивації, здібностей людини, які доцільно використовуються в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяють зростанню продуктивності праці і тим самим впливають на зростання доходів цієї людини. Людський капітал – це економічна категорія, що визначає сукупність змістовних здібностей, особистих якостей, накопичуваних за рахунок інвестицій, що використовуються в національному господарстві протягом певного періоду часу з метою отримання доходів у майбутньому.
Людський капітал як форма людської життєдіяльності	М. Критський [13] Л. Сімкіна І. Ільїнський [9]	Людський капітал – це загально конкретизована форма людської життєдіяльності, асимілююча попередню продуктивну і споживчу форму, які адекватні епохам господарства, що виробляє і привласнює, та здійснюється як підсумок історичного руху суспільства до сучасного стану. Людський капітал – засноване на економії часу збагачення життєдіяльності, яке є основним ставленням сучасної інноваційної системи.

Джерело: узагальнено автором

Французькі економісти Жан-Жак Карри, Поль Дюбва та Едмонд Маленвод зазначають, що економічне зростання Франції протягом 1950-1975 рр. є наслідком підвищення екзогенного фактору, зазначаючи що науково-технічний прогрес є не чим іншим як відображенням наукових знань та інновацій [30, p. 1-17].

О. Ілляш вважає, що у сучасній економіці, яка базується на знаннях, саме людський капітал буде становити основу багатства, оскільки він визначає конкурентоспроможність економічних систем та виступає головним ресурсом для їх розвитку. [8, с.142]. С.А. Дятлов розглядає людський капітал як «сформований у результаті інвестицій і накопичений людиною певного запасу здоров'я, знань, здібностей, які вона цілісно використовує в суспільній сфері, та в подальшому буду

використовувати для продуктивності своєї праці і виробництва, і тим самим впливати на зростання доходів людини» [5, с.160]. На думку О. Грішнової, людський капітал - це економічна категорія, яка характеризує сукупність сформованих і розвинутих унаслідок інвестицій продуктивних здібностей, особистих рис і мотивацій індивідів, що перебувають у їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на зростання доходів (заробітків) свого власника та національного доходу [3]. Н. Ушенко визначає макроекономічну сутність людського капіталу як носія системних відносин суспільного відтворювального процесу, в якому відбувається інтеграція індивідуальної форми праці в суспільну, що полягає у органічній єдності людського капіталу із загальним процесом відтворення суспільного капіталу та закладає основи для забезпечення гармонізації інтересів індивідуума з інтересами суспільства як передумови динамічного розвитку національної економіки [24].

Отже, у сучасних умовах класична теорія людського капіталу вступила в стадію трансформації і повинна бути переосмислена з урахуванням гуманізації відносин в сучасних економічних процесах. У даний час модифікується вплив людського капіталу на економічне зростання, визначається постіндустріальними тенденціями світової економіки. Разом з тим необхідно відзначити, що в економічній теорії людського капіталу намітилися протиріччя, які провокують неурегульованість багатьох пріоритетних процесів впливу на відтворення людського капіталу як фактору економічного зростання. Наслідком цього стало посилення інтересу економістів до сфер діяльності людини, які викликають зміни в характері економічного зростання.

Сьогодні надзвичайно важливо стимулювати розвиток інноваційного високотехнологічного виробництва і, відповідно, створення робочих місць, що потребують високої якості людського капіталу. В розвинених країнах витрати на підготовку кваліфікованого працівника в понад два рази вищі, ніж витрати на матеріальне оснащення одного робочого місця, а сама підготовка середньостатистичного працівника займає від 14,5 року формальної освіти (Японія) до 18,5 року (США) [6]. Прогрес людського капіталу прискориться, коли кожному, хто хоче працювати, буде надана можливість робити це в гідних умовах. Тим не менш, у багатьох країнах люди часто не мають доступу до оплачуваної праці або отримують за ту ж роботу менше, ніж інші.

В сучасних умовах розвиток економіки безпосередньо залежить від накопичення і впровадження людського капіталу. Саме люди з їх освітою, соціокультурним і духовним рівнем розвитку, кваліфікацією, професійним досвідом визначають можливості та межі необхідних змін [10, с. 127].

Людський капітал являє собою сукупність здібностей людини, які тісно пов'язані з його діяльністю. Практично будь-яка діяльність людини - і трудова, і нетрудова, і суспільно корисна, і суспільно шкідлива може здійснюватись тільки завдяки використанню людиною свого капіталу. Тобто людський капітал у сфері економіки – це оцінка втілених у людині здібностей приносити дохід шляхом використання інтелектуальних, трудових та інших здібностей і якостей людини та інших ресурсів, якими розпоряджається природа і суспільство.

Однією з найважливіших властивостей людського капіталу є те, що він перебуває в безперервному розвитку. Людина здатна у відповідних межах керувати своїм розвитком, застосовуючи саме ті здібності, які в даному випадку найбільш необхідні. Окремі людські якості не можна розглядати як суспільно корисні, некорисні або навіть шкідливі. Усе залежить від того, як людина використовує ті можливості, які їй нада-

ються в процесі життєдіяльності. Виокремлюють наступні види здібностей [11, с. 171]:

– інтелектуальні, які виявляються в здатності людини аналізувати й узагальнювати інформацію, яку вона має, та ту, яка надходить;

– трудові, серед яких переважають здібності обробки інформації щодо конкретних питань, за якими людина має вже достатньо інформації;

– фізичні, пов'язані зі здійсненням скоординованого впливу безпосередньо на предмети праці;

– інші здібності, пов'язані з тим, що деякі люди мають специфічні якості в значно більшій мірі, ніж інші.

Сучасний погляд на людину як носія людського капіталу означає визнання її здібностей у повному розумінні слова капіталом, тобто цінністю, яка приносить дохід, але з яскраво вираженою специфікою, без урахування якої потенціал людини може і не реалізуватися. Ця специфіка полягає у визнанні елементів індивідуального в людській природі, задатках, поведінці, потребах, бажаннях людини, що опосередковують співвідношення капіталовкладень і результатів [7, с.208].

Н. Голікова розглядає людський капітал як вартість запасу здібностей, досвіду і знань, залученого до системи господарювання і капіталізованого на основі відносин найму, здатного приносити прибуток [4, с.9].

Основним у визначенні людського капіталу є поняття капіталу як самозростаючої вартості. Із цих позицій людина розглядається як певний об'єкт, який в результаті інвестицій в нього є економічним об'єктом з певною вартістю. На даному етапі людина не є капіталом і є поки тільки певним потенціалом. У зв'язку із цим людський потенціал можна також трактувати як набір інвестицій (освітніх, охорони здоров'я і виховних) в людину. Капіталом людина стає тільки тоді, коли є суб'єктом економічної діяльності, тобто тоді інвестиції починають працювати і приносити прибуток.

Відповідно до діючої стратегії соціально-економічного розвитку Євросоюзу «Європа-2020» фундаментом людського капіталу є знання та інновації, обсяг фінансування на такі цілі становить 3% сукупного ВВП ЄС, а 40% молоді повинні мати університетську освіту [36, p.16]. Окрім того, базовим компонентом європейської моделі визнано доцільним навчання на протязі трудової діяльності, яке є критичним фактором у сферах зайнятості й соціального забезпечення, конкурентоспроможності та економічної динаміки, тим самим усвідомлюється взаємна відповідальність держави й особистості у розвитку освіти [38, p.16].

На думку І. Радіонової, сучасний підхід до визначення економічної сутності людського капіталу відображають ряд положень, які є результатами дослідження теоретичних основ до даної категорії [18, с.18]:

1) людський капітал є відображенням запасу знань, навиків, можливостей та мотивів працюючих до продуктивної діяльності;

2) людський капітал може накопичуватися внаслідок інвестування в певні сфери;

3) причиною інвестування в людський капітал, як для держави, так і окремих осіб, є віддача, яка очікується, або додатковий дохід в майбутніх періодах;

4) серед вигід від накопичення людського капіталу мають місце такі: оволодіння новими знаннями в процесі діяльності, швидке його розповсюдження в усій економіці, створення сприятливих умов для приросту знань та їх застосування.

Висновки та перспективи подальших розвідок. При вивченні різних аспектів людського капіталу очевидно, що це – багатомірний економічний феномен, який є складним структурно-системним об'єктом соціально-економічного дослідження.

При цьому процес виникнення категорії людського капіталу є результатом

інтеграції наукових здобутків у сфері вивчення капіталу з позицій накопичення багатства та усвідомлення ролі людини як соціально-економічного суб'єкта суспільства.

Економічне зростання і людський розвиток є взаємозалежними процесами у довгостроковому плані. Вони можуть доповнювати й підсилювати один одного, оскільки економічне зростання є об'єктивною основою поліпшення якості життя й людського розвитку, одночасно досягнення в людському розвитку, що дозволяють домогтися збільшення продуктивності праці й доходів, будуть стимулювати збільшення обсягів виробництва. Рівень розвитку країн в майбутньому визначатиметься тим, наскільки результативним виявиться процес нарощування людського потенціалу у країні і як ефективно цей потенціал використовуватиметься.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эскмо, 2008. – 816 с.
2. Большой экономический словарь / [ред. А.Н.Азриилян]. - 5-е изд. доп. и перераб. - М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
3. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підго-товки / О. А. Грішнова. – К. : Знання, КОО, 2001. – 254 с.
4. Голікова Н.В. Людський капітал як фактор зростання та розвитку економіки / Н.В. Голікова. – К.: Ін-т НАН України, 2004. – 24 с.
5. Дятлов С. А. Основи теорії людського капіталу / С. А. Дятлов. – СПб.: Изд-во СПбУЕФ, 1994. – 160 с.
6. Жиляєв І.Б. Вища освіта України: стан та проблеми / І.Б. Жиляєв, В.І. Ковтунець, М.В. Сьомкін. — К.: НДІ інформатики і права НАПНУ, Інститут вищої освіти НАПНУ, 2015. — 96 с.
7. Жулина Е.Г. Экономика труда: учебник / Е.Г. Жулина. - М., 2010. – 208 с.
8. Ілляш О.І. Оцінка розвитку людського капіталу України / О.І. Ілляш // Економіка і регіон. - 2008. - №3(18). – С.141-145.
9. Ильинский И.В. Человеческий капитал общества: методология познания / И.В.Ильинский // Технология легкой промышленности. - 2011. - № 4. - С. 153-156.
10. Квитка А. Особенности воспроизводства человеческого капитала в трансформационной экономике / А. Квитка // Бизнес-информ. – 2009. - №11.- С. 127-129.
11. Каменецкий В. А. Капитал (от простого к сложному) / В. А. Каменецкий, В. П. Патрикеев. – М.: Экономика, 2006. – 573 с.
12. Капелюшников Р.И. Экономический подход Гэри Беккера к человеческому поведению / Р.И. Капелюшников // США: экономика, политика, идеология. – 1993. — №11. — С. 17-32.
13. Критский М.М. Человеческий капитал в информационной рыночной экономике / М.М. Критский. - Человеческий капитал в условиях современной трансформации экономики: сб. науч. трудов. – СПб.: СПбГИЭУ, 2000. — С. 6-9.
14. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічний аспект) / С.А.Єрохін. - К.: Вид-во «Світ знань», 2002. – 528 с.
15. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М.: Прогресс, 1966. – 462 с.
16. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / Карл Маркс. — Т. 1. Книга 1. Процесс производства капитала. — М.: ОАО "ЦСЭ", 2001. — 800 с.
17. Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и

политика. В 2 т. Пер. с англ. 11-го изд. Т.2. — М.: Республика, 1992. — 400с. — с.171.
18. Радионова И. Экономический рост с участием человеческого капитала / И. Радионова // Экономика Украины. - 2009. - №1(558). – С. 19-30.
19. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Давид Рикардо ; пер. с англ. — М.: Эксмо, 2007. — 960 с.
20. Скоблякова И.В. Циклы воспроизводства человеческого капитала. – М.: «Машиностроение -1», 2006. ––С. 93-94.
21. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А.Смит. – М., 1962. - 83 с.
22. Петти В. Экономические и статистические работы / В. Петти. – М., Соцэкгиз, 1940. — 324 с.
23. Чернюк Л.Г. Трансформаційні процеси в економіці України / Л.Г. Чернюк // Збірник наукових праць ВНАУ. – Серія Економічні науки – 2011. - № 1(48). – С. 252-256.
24. Ушенко Н. В. Науково-методологічні основи державного регулювання відтворення людського капіталу України [Текст] : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д.е.н.: 08.00.03 економіка та управління національним господарством / Ушенко На-таля Валентинівна. — К. : НДЕІ Міністерства економіки України, 2008. — 32 с.
25. Яремко І.Й. Людський потенціал як капітал підприємства: обліковий аспект / І.Й. Яремко // Економіст. – 2004. – № 2. – С. 70–74
26. Bowen H. R. Investment in Learning. – San Francisco, 1978. – P. 362
27. Becker G., Human Capital, A Theoretical and Empirical Analysis, Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research, New York, 1964
28. Becker G.. Human Capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education / G.S. Becker. – 3rded. – Chicago, The University of Chicago Press, 1993. – 390p
29. Denison E.F. The Sources of Economic Growth in the United States and the Alternatives Before Us, Committee for Economic Development / E.F. Denison. – New York, 1962. – P. 53–67
30. Investment in Human Capital The American Economic Review, Vol. 51, No. 1, (Mar., 1961), p
31. Fisher I. The Natura of Capital and income. – London, 1927. – P. 5, 51–52, 68–69
32. Machlup F. The Economics of information and Human Capital / F. Machlup. – Princeton, 1984
33. Marshall A. Principles of Economics. London Macmillan, 1965
34. Mill J. Principles of Political Economy. – L, 1920, p. 450
35. Taubman P. The Relative Influence of Inheritable and Environmental Factors and the Importance of Intelligence in Earnings Functions. In: Personal Income Distribution. – Amsterdam, 1978. – P. 393
36. Thurow L. Investment in Learning. San Francisco, 1978.
37. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital / Schultz Theodore W. // The American Economic Review. —— Vol.51 №1 (Mar., 1961).
38. Yevropejs'ka Rada skhvalyla stratehiiu Yevropa-2020» (2010), Yevrobiuleten', vol. 4, pp. 16

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.11
УДК 338.26
Бруслиновська І.В., магістр, Донецький національний університет імені Василя Стуса
Матвійчук В.І., к.е.н., доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В статті показано, що фінансова стратегія підприємства має провідну роль у стратегічному управлінні підприємством. Проаналізовано підходи вітчизняних та зарубіжних вчених до визначення поняття «фінансова стратегія підприємства» та запропоновано власне формулювання терміну. Розкрито місце та роль фінансової стратегії у стратегічному плануванні, встановлені зв'язки з функціональними стратегіями підприємства та із загальною стратегією. Виділено ключові етапи формування і реалізації фінансової стратегії підприємства та фактори, які впливають на вибір виду фінансової стратегії, з огляду на специфіку галузі та розміри підприємства. Охарактеризовано складові та інструменти формування фінансової стратегії підприємства. Визначено, що оптимально сформована та раціонально впроваджена фінансова стратегія сприяє підвищенню ринкової вартості підприємства та зростанню його прибутку.

***Ключові слова*:** фінансова стратегія підприємства, стратегічне управління підприємством, функціональні стратегії, система стратегій підприємства.

Бруслиновская И.В., Матвийчук В.И.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье показано, что финансовая стратегия предприятия имеет ведущую роль в стратегическом управлении предприятием. Проанализированы подходы отечественных и зарубежных ученых к определению понятия «финансовая стратегия предприятия» и предложена собственная формулировка термина. Раскрыто место и роль финансовой стратегии в стратегическом планировании, установлены связи с функциональными стратегиями предприятия и с общей стратегией. Выделены ключевые этапы формирования и реализации финансовой стратегии предприятия и факторы, влияющие на выбор вида финансовой стратегии, с учетом специфики отрасли и размера предприятия. Охарактеризованы составляющие и инструменты формирования финансовой стратегии предприятия. Определено, что оптимально сформированная и рационально внедренная финансовая стратегия способствует повышению рыночной стоимости предприятия и росту его прибыли.

Ключевые слова: финансовая стратегия предприятия, стратегическое управление предприятием, функциональные стратегии, система стратегий предприятия.

Bruslynovska I., Matviychuk V.

THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION OF THE ENTERPRISE FINANCIAL STRATEGY

The article shows that the financial strategy of the enterprise has a leading role in the enterprise strategic management. The approaches of domestic and foreign scientists to the definition of «enterprise financial strategy» are analyzed and the own wording of the term is proposed. The place and role of the financial strategy in strategic planning are revealed. Established links with the company's functional strategies and the overall strategy. The key stages of formation and realization of the enterprise financial strategy are offered. The

influence factors on the choice of the type of financial strategy are selected depending on the industry specifics and the enterprise size. The components and tools of financial strategy formation of the enterprise are characterized. It is determined that the optimally formed and rationally implemented financial strategy helps to raise the enterprise market value and increase its profit.

Key words: enterprise financial strategy, strategic enterprise management, functional strategies, system of enterprise strategies.

Постановка проблеми. Забезпечення сталого розвитку та розв'язання проблем економічної стабілізації діяльності вітчизняних підприємств на сьогодні безпосередньо пов'язані з фінансами. Фінансове управління виступає одним із видів функціонального управління і тісно взаємодіє із загальним стратегічним управлінням. За умов підвищення значущості вирішення проблем, що потребує забезпечення підприємства необхідними фінансовими ресурсами та ефективного управлінням ними, зростає значення фінансової стратегії як дієвого інструменту стратегічного управління фінансовими процесами підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретичні аспекти проблем стратегічного фінансового планування, питання розробки фінансової стратегії, її змісту та класифікаційних ознак відображені в публікаціях вітчизняних і зарубіжних авторів: В.І. Аранчія, І.О. Бланка, Ю.В. Дворнікової, О.П. Зорі, В.О. Зубенка, О.А. Кузнєцової, Ю.П. Лашка, О.І. Лозовської, П.М. Макаренка, О.В. Маковоза, А.І. Петрової, І.Й. Плікуса, Т.Є. Шевченка, О.В. Шраменка, В.А. Янковської та інших.

Виділення невирішеної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових робіт, присвячених тематиці фінансового управління, не існує єдиного, загальноприйнятого підходу до визначення сутності поняття «фінансова стратегія підприємства», її місця в системі управління підприємством, що значно ускладнює обґрунтування наукових рекомендацій щодо підвищення ефективності управління як підприємством взагалі, так і його фінансовими ресурсами зокрема.

Мета статті. Метою статті є розробка рекомендацій стосовно вдосконалення процесу формування фінансової стратегії підприємства на підставі визначення місця фінансової стратегії в системі стратегічного управління підприємством, її складових та основних умов реалізації.

Виклад основного матеріалу. Ринкові перетворення, які відбуваються в Україні, обґрунтовують нові вимоги до побудови системи управління підприємством. Динаміка економічних процесів, загострення ринкової конкуренції знижують дієвість розроблених стратегічних планів, які не містять раціональних інструментів швидкого пристосування до змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

За таких умов результативність діяльності будь-якого суб'єкта господарювання значною мірою визначається його фінансовою стратегією, яка, охоплюючи всі основні сфери його діяльності, що пов'язані з процесами формування необхідного обсягу фінансових ресурсів й координацією грошових потоків та їх використанням, відіграє важливу роль у створенні сприятливих умов для росту його ринкової вартості.

Необхідно відзначити, що фінансова стратегія – це відносно нове поняття у вітчизняній науці та практиці управління. Водночас слід підкреслити, що в зарубіжній літературі з фінансового управління (зокрема, американській та європейській) [2-7] поняття «фінансова стратегія» практично відсутнє, науковці оперують такими термінами, як «фінансове планування» [2,4], «довгострокові інвестиційні

рішення» [3,6], «управління структурою капіталу» [5,7]. В стратегічному управлінні цей термін розглядається виключно як різновид функціональних стратегій.

Проведений аналіз різних поглядів й підходів науковців [2-7] до трактування сутності поняття «фінансова стратегія підприємства» дав змогу сформувати власне узагальнене його визначення.

На нашу думку, фінансова стратегія підприємства – це сукупність заходів щодо ефективного управління процесами залучення, розподілу та використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, спрямованих на таку організацію фінансових відносин підприємства з контрагентами, яка дозволяє досягти встановлених цілей, насамперед - забезпечення зростання його ринкової вартості. Фінансова стратегія встановлює об'єкти, процеси, учасників її формування і реалізації, механізми, що забезпечують досягнення цілей у рамках заданих обмежень, і через фінансові ресурси відіграє роль засобу координації інших функціональних стратегій.

Завданнями фінансової стратегії є наступні: визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей; визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання та фінансовими інститутами; фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу; вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості; розробка методів управління та способів виходу із кризового стану.

В процесі розробки і реалізації фінансової стратегії варто враховувати динаміку як зовнішніх, так і внутрішніх факторів діяльності підприємства.

Фінансова стратегія підприємства згідно зі своєю стратегічною метою забезпечує виконання таких функцій[10]:

• визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямків фінансових дій та маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами; створення та підготовка стратегічних резервів;

• ранжування та поетапне досягнення мети;

• формування та ефективне використання фінансових ресурсів;

• відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;

• виявлення найефективніших напрямків інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках.

Фінансова стратегія передбачає визначення довгострокових цілей фінансової діяльності та вибір найефективніших способів їх досягнення. Цілі фінансової стратегії мають підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватися на максимізацію прибутку та ринкової вартості підприємства. Етапи розробки та реалізації фінансової стратегії представлені на рисунку 1.

Вагомим етапом розробки фінансової стратегії є оцінка її ефективності. Ефективність реалізації фінансової стратегії (як результат - покращення фінансових показників діяльності підприємства, підвищення його ринкової вартості, максимізація прибутку, укріплення ділової репутації підприємства, підвищення якості управління фінансовою діяльністю його структурних підрозділів тощо) досягається за умови:

• узгодженості цілей, напрямків і етапів реалізації фінансової та загальної стратегії підприємства;

• адаптивність фінансової стратегії підприємства до прогнозованих змін у зовнішньому підприємницькому середовищі;

• реалізації розробленої підприємством фінансової стратегії щодо формування власних і залучених зовнішніх фінансових ресурсів [9, 10].

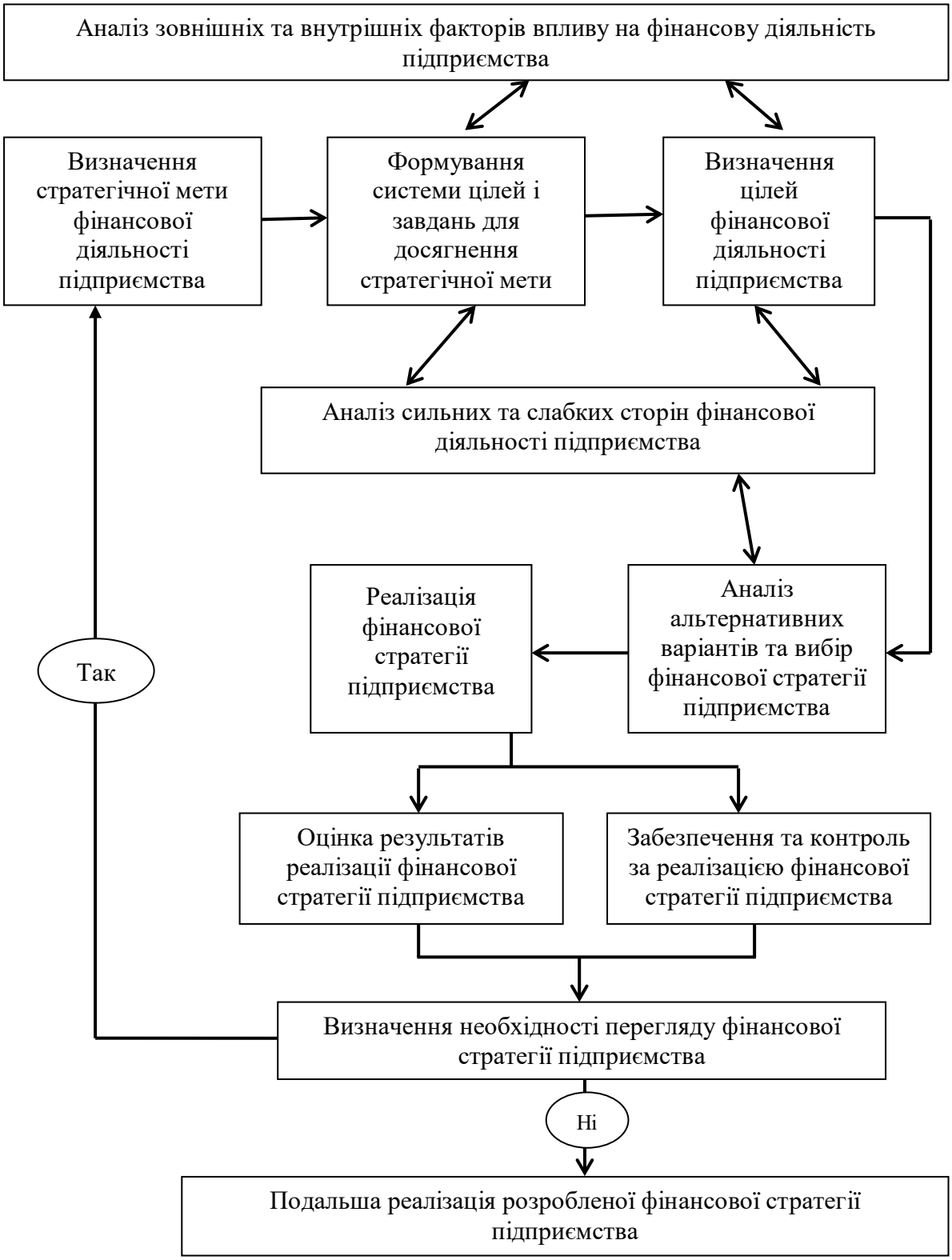


Рис. 1 – Послідовність етапів формування та реалізації фінансової стратегії підприємства

Фінансова стратегія є елементом загальної корпоративної стратегії, що зумовлює розгляд її сутності та змісту в контексті загального стратегічного менеджменту. Розробка фінансової стратегії підприємства має бути органічно вбудована в діяльність із підготовки і реалізації загальної стратегії. Щодо корпоративної стратегії фінансова має підлеглий характер, тому вона повинна бути узгоджена із цілями і напрямами корпоративної стратегії (прямий зв'язок). Зі встановлених основних стратегічних цілей першого рівня система фінансових цілей повинна «зростати» як особлива фінансова гілка загального дерева стратегічних цілей підприємства. Фінансова стратегія повинна мати управлінську орієнтацію, тобто бути спрямована на досягнення загальної мети управління щодо забезпечення сталого зростання вартості підприємства. З іншого боку, завдання фінансової стратегії істотно впливають на формування загальної стратегії розвитку підприємства, оскільки зміна ситуації на ринку спричиняє коригування фінансової, а потім, як правило, і загальної стратегії розвитку фірми - зворотний зв'язок (рис.2) [2, 10].

Динамічність факторів зовнішнього середовища спричиняє зміну й внутрішнього середовища підприємства. Це відображається на функціонуванні фінансового механізму управління підприємством. Тому в процесі діяльності підприємства необхідно корегувати параметри складових фінансової стратегії (рис. 3): стратегії формування фінансових ресурсів, інвестиційної стратегії, стратегії забезпечення фінансової безпеки, структурної стратегії, податкової стратегії, кредитної стратегії. Ці стратегії є основними компонентами фінансової стратегії.

Стратегія формування джерел фінансування - центральний компонент фінансової стратегії. Її метою є створення оптимальних за обсягом, складом і структурою фінансових ресурсів, що забезпечують формування активів, необхідних для реалізації довгострокових планів господарської діяльності підприємства. Цілі, завдання і основні стратегічні рішення цього напряму мають бути спрямовані на фінансове забезпечення реалізації корпоративної стратегії.

Необхідність виділення інвестиційної стратегії як окремого компонента фінансової стратегії визначається значущістю інвестиційних процесів у підвищенні ринкової вартості підприємства, створенні стійких конкурентних переваг, забезпеченні динамічного зростання масштабів і диверсифікації бізнесу. Інвестиційна стратегія визначає пріоритетні напрями і форми інвестиційної діяльності, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують загальний розвиток підприємства.

Досягнення економічного ефекту за рахунок інвестицій визначається потенційною їх здатністю генерувати дохід у формі приросту інвестованого капіталу та інвестиційного прибутку. Оцінка інвестиційних проектів дозволяє визначити їх «стратегічну цінність», а саме – врахувати майбутні можливості підприємства залежно від реалізації поточних проектів. На практиці часто спостерігається паралельне, незалежне існування стратегічного менеджменту, із одного боку, і фінансового менеджменту, із іншого [9]. Тому при розгляді інвестиційних проектів від фінансового менеджера потрібна рівноправна участь у розробці його змісту.

Головна мета податкової стратегії – оптимізація сукупного податкового навантаження у поєднанні із зниженням рівня податкових ризиків підприємства. Ключовими елементами податкової стратегії є податкова облікова політика і політика мінімізації податкових ризиків.

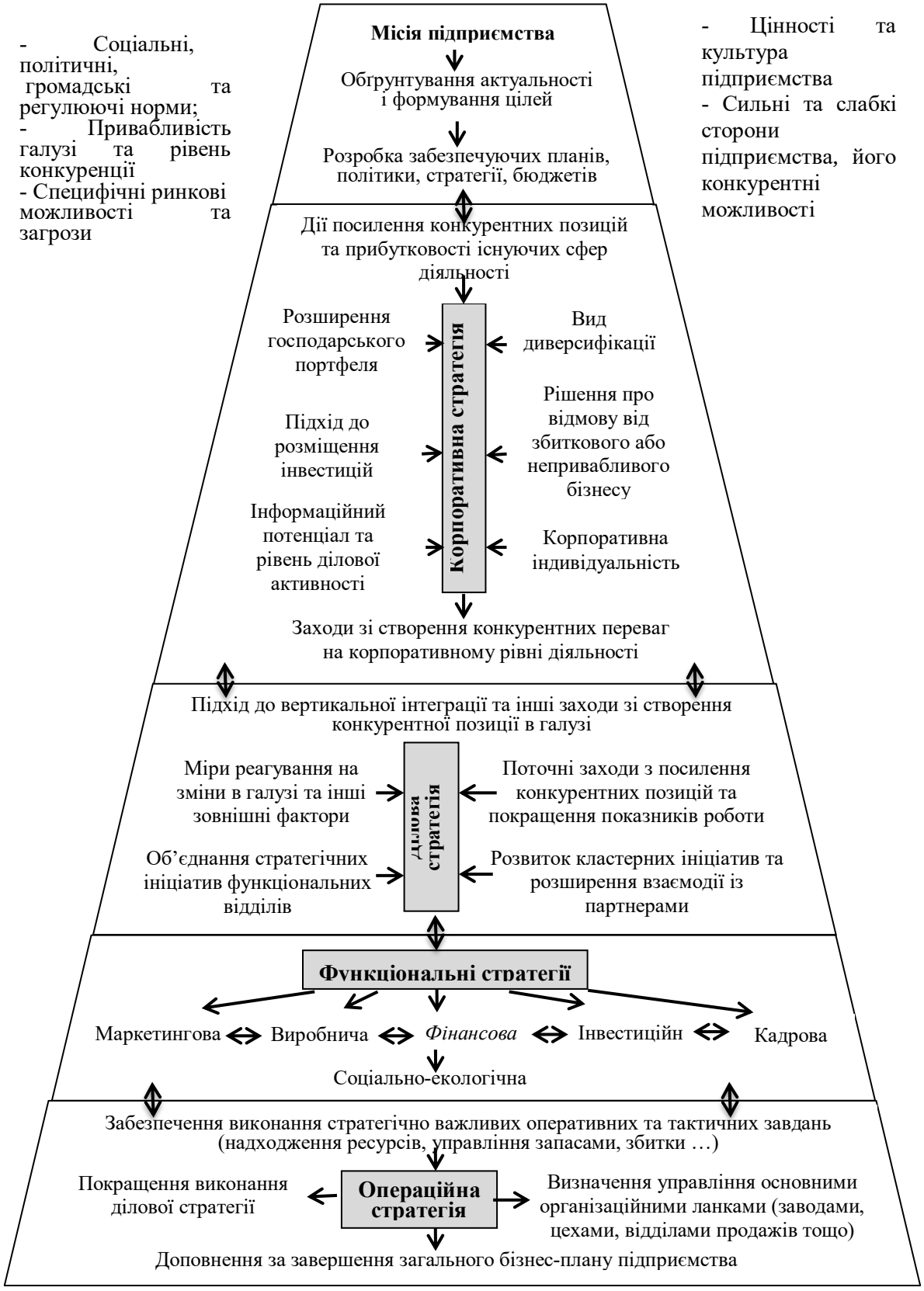


Рис.2 - Місце фінансової стратегії в системі стратегій підприємства

Стратегія забезпечення фінансової безпеки об'єднує політику управління фінансовими ризиками; політику управління структурою капіталу; політику управління рухом грошових потоків. Цілі, завдання і основні стратегічні рішення цього напряму мають бути спрямовані на формування і підтримку основних параметрів фінансової рівноваги підприємства в процесі її стратегічного розвитку через системи управління фінансовими ризиками. На кожній стадії реалізації фінансової стратегії необхідно здійснювати моніторинг ризиків із метою коригування її параметрів.

Кредитна стратегія пов'язана із оцінкою обсягу фінансування із зовнішніх боргових джерел, вибором стратегії залучення позикових ресурсів та обґрунтуванням стійких джерел фінансування. Вона повинна бути орієнтована на вибір ефективних фінансових інструментів, розробку стратегії виведення боргових цінних паперів на фондовий ринок і обґрунтування емісії цінних паперів.

Під час розробки фінансової стратегії підприємства доцільно виділяти стратегічну складову, що відображає структурні зміни при стратегічному управлінні фінансовою діяльністю, - структурну стратегію. Вона пов'язана із вирішенням завдання оптимізації структури активів і капіталу підприємства, що корелює із кредитною й інвестиційною стратегіями через вартість авансованого в компанію капіталу, та із оптимізацією структури розподілу прибутку, що передбачає зміни в дивідендній і податковій політиці.

У межах стратегії підвищення якості управління фінансовою діяльністю основну увагу слід зосередити на розробці політики формування фінансової структури. Найбільш ефективним для реалізації фінансової стратегії є створення системи центрів фінансової відповідальності. Це забезпечує гнучку адаптивність фінансової стратегії до змін і можливість застосування сучасних методів стратегічного фінансового планування.

У реальній ситуації при зміні факторів зовнішнього й внутрішнього середовища одна фінансова стратегія здатна трансформуватися в іншу. Тому компанія може реалізовувати одночасно декілька фінансових стратегій. Розробка і впровадження заходів фінансової політики в межах окремих стратегій дозволяє чітко визначити єдину концепцію розвитку підприємства в довгостроковій і короткостроковій перспективі, здійснити доцільний вибір механізмів і методів досягнення поставлених цілей.

До складу основних об’єктів фінансової стратегії підприємства входять:

- необоротні та оборотні активи;
- джерела фінансування (власний і позиковий капітал);
- сукупність фінансових ризиків;
- система управління фінансовою діяльністю підприємства;
- податкові платежі і податкові ризики;
- фінансові відносини між різними суб’єктами господарювання.

В основу розробки механізму реалізації фінансової стратегії покладено принципи: керованості, плановості, адаптивності, ієрархічності, безперервності розвитку. Механізм реалізації фінансової стратегії охоплює такі блоки: прогнозування розвитку підприємства на основі стратегічної вартості фінансової стратегії, розробка стратегічного фінансового плану, оцінка ризику фінансової стратегії та контроль. Центральним елементом механізму реалізації фінансової стратегії визначено стратегічне фінансове планування [2], оскільки процеси планування і формування стратегії підкоряються одним і тим же закономірностям економічного розвитку підприємства.

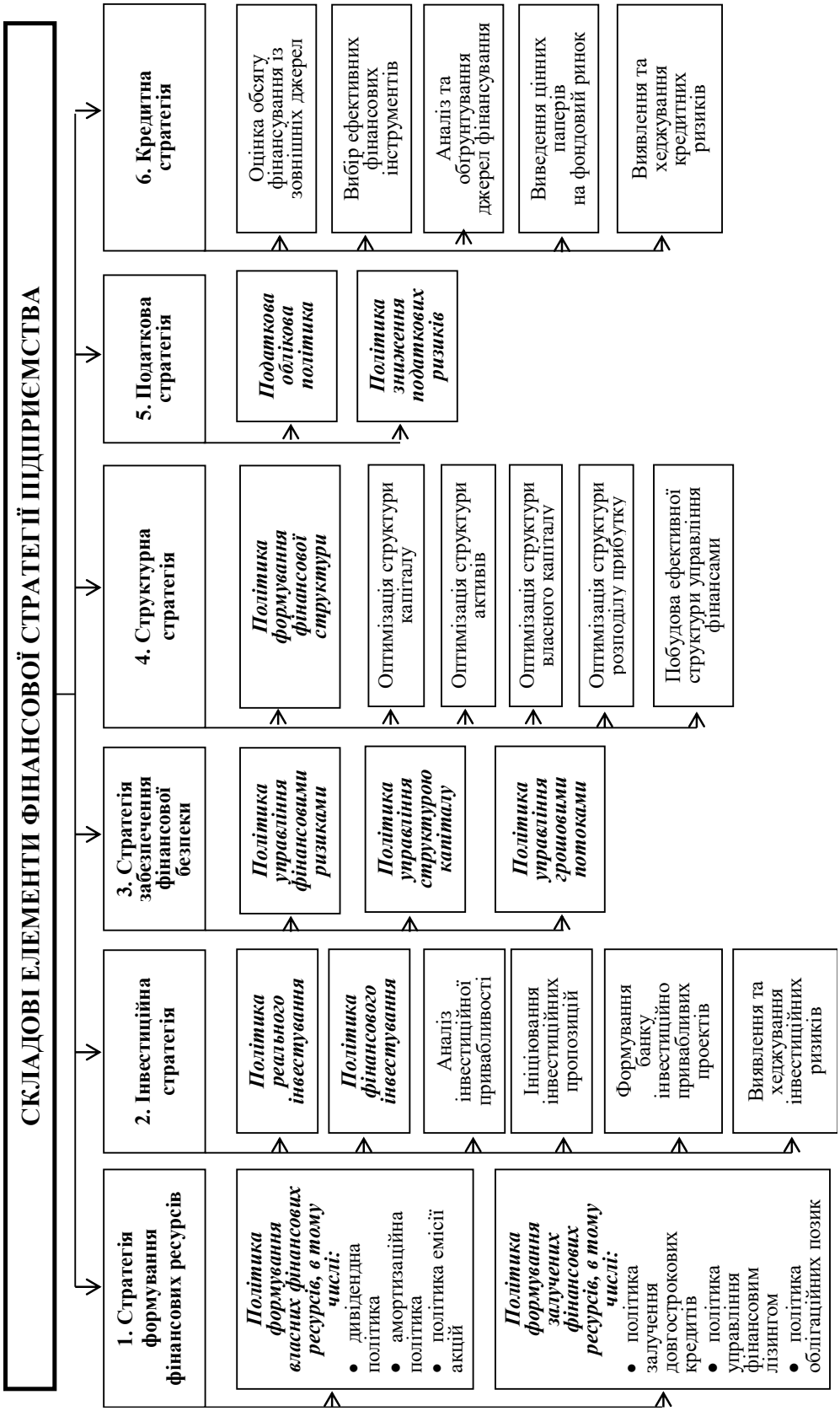


Рис. 3 - Складові фінансової стратегії підприємства та результати їх реалізації

Процедура стратегічного фінансового планування передбачає наявність трьох компонентів: прогнозування системи збалансованих фінансових показників за принципом економічного компромісу - максимізації економічної вигоди; вибір найкращого варіанта стратегічного фінансового плану; оцінка структури стратегічних переваг окремих елементів та їх відповідності принципам оптимальності за Парето [8].

В цьому контексті пропонується застосовувати:

1) підхід до балансування індикаторів активу та пасиву фінансового плану через узгодженість трьох елементів активу: обсягу (потужності) виробництва та його структури; витрат; виручки від реалізації;

2) процедури модифікації показників пасиву фінансового плану за допомогою індикаторів максимізації вартості підприємства (рентабельність власного капіталу та його обіговість) і мінімізації ризику реалізації фінансової стратегії;

3) підхід до вибору альтернатив фінансових планів на основі результатів стратегічної діагностики;

4) ієрархічну модель фінансового планування.

Під час процесу розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства визначальним фактором є масштабність галузі, в якій функціонує підприємство (рис.4).

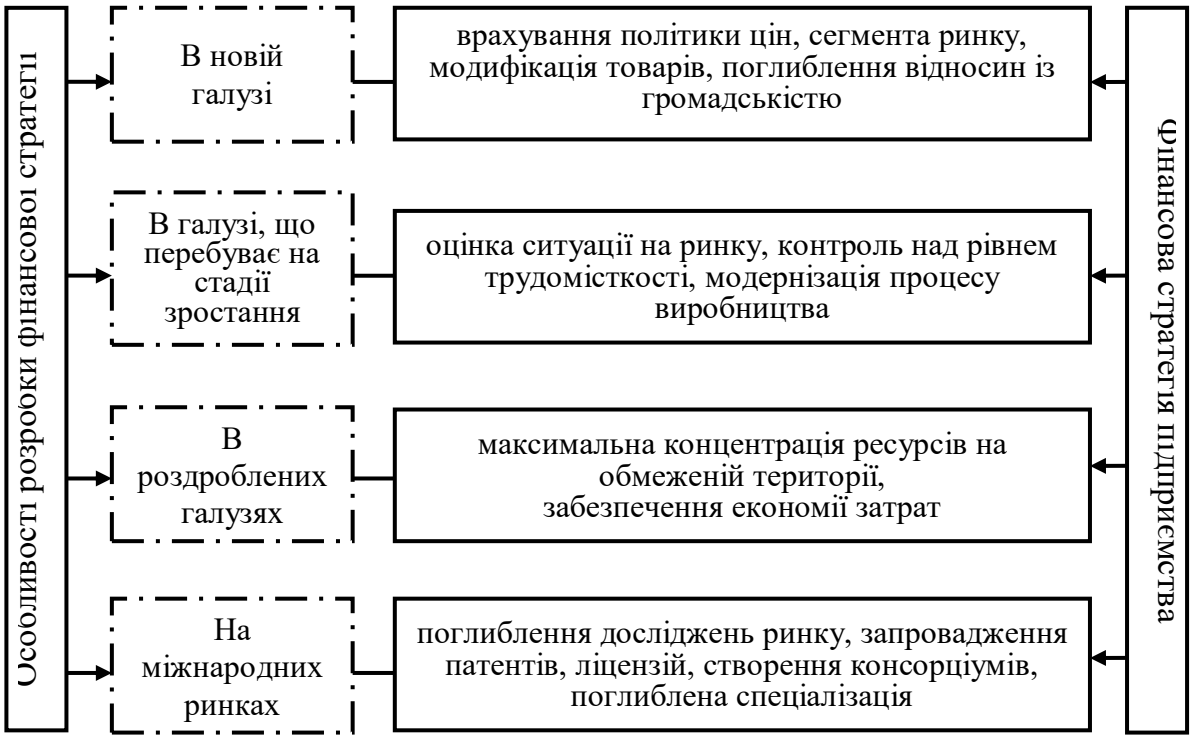


Рис.4 - Відповідність фінансової стратегії на рівні галузі та підприємства

В залежності від дій підприємства в галузі – вихід на ринок, лідерство, зміцнення, оборона – можна сформулювати зміст для фінансових стратегій як для визначеного плану дій. В цілому на рівні будь-якої галузі можна виділити:

– фінансову стратегію наступу, коли підприємство вперше входить в нову галузь і намагається викликати інтерес у більшості споживачів, формує свою репутацію, орієнтується на диференційовану продукцію;

– фінансову стратегію підприємств-претендентів на лідерство, коли підприємство планує посилити свої конкурентні позиції, посилює увагу до дистриб'юторів, значно знижує рівень цін й активно просуває продукцію або товар;

– фінансову стратегію оборони та зміцнення, коли підприємству загрожують ринкові ризики, існує потреба в збереженні цін, покращанні якості продукції та необхідно інвестувати кошти в удосконалення технологічної бази;

– фінансову стратегію спаду й поступового припинення діяльності, коли підприємство має подбати про закриття каналів збуту, згортання виробничих потужностей, вилучення з обігу готівки, вихід з ринку.

Основними важелями успіху фінансової стратегії підприємства можна назвати: гнучкість цінової політики, створення авторитетної торгової марки, передові позиції в наукових пошуках, постійне вдосконалення технології. У разі відмови підприємства галузі від фінансової стратегії згортання діяльності, та під час виникнення загроз спаду, акцентують увагу на важливості недопущення стратегічних помилок: швидкого вилучення готівки з обігу, продовження участі у збитковій боротьбі, очікування покращення умов.

Наступним вагомим фактором для визначення типу фінансової стратегії є розмір підприємства. В.Д. Базилевич [1] наголошує, що за рівнем концентрації та централізації виробництва і капіталу підприємства поділяють на малі (дрібні), середні та великі (крупні). Згідно з цим, фінансова стратегія класифікується аналогічним чином (рис. 5). Чим більшим є підприємство, тим складнішими є мета, засоби її досягнення, різноманітними є альтернативні варіанти фінансової стратегії та витрати.

Рис. 5 - Впливові фактори розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства залежно від його розміру

Визначити єдиний підхід до вибору фінансової стратегії складно, адже кожен суб'єкт господарювання має свої особливості. Необхідно формувати таку фінансову стратегію, яка б мінімізувала ризики і сприяла збільшенню його прибутковості, підвищенню конкурентоспроможності та фінансової стійкості на ринку.

Необхідно зазначити, що фінансова стратегія не є самостійно існуючою, вона тісно переплітається з іншими функціональними стратегіями, націлена на досягнення місії та постійний розвиток і вдосконалення діяльності суб'єкта господарювання, поглиблення кооперації та встановлення тісних міжгалузевих зв'язків. Види фінансової стратегії є індикаторами її багатогранної діяльності, розкривають далекоглядні плани підприємства щодо фінансування, зміни фінансової політики, надають інформацію про стійкість і розвиненість галузі, потребу в дотаціях. Інформація, зібрана в процесі розробки фінансової стратегії підприємства та результати діяльності суб'єкта господарювання, отримані в результаті реалізації фінансової стратегії, дозволять розкрити потенціал підприємства, сприяючи підвищенню ринкової вартості та максимізації прибутку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можна зазначити, що фінансова стратегія підприємства є надзвичайно важливою складовою стратегічного планування. Серед функціональних стратегій вона заслуговує на особливу увагу, адже, узгоджуючись із загальною стратегією підприємства, виступає ефективним інструментом перспективного управління його фінансовою діяльністю. Однак між фінансовою та загальною стратегіями часто виникають суперечності, тому що процедура розробки ґрунтується на різних передумовах: загальна стратегія орієнтується на визначення основного напряму розвитку підприємства, а фінансова – на бажаних результатах його фінансової діяльності. Перспективи подальших досліджень полягають в розробці концепції вдосконалення формування та реалізації фінансової стратегії підприємства з урахуванням кон'юнктури й тенденцій розвитку ринку, на якому функціонує конкретне підприємство, та факторів ризику, що зумовлені різними трансформаційними процесами, які сьогодні відбуваються в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилевич В.Д. Метафізика економіки : наук. повідомлення / В.Д. Базилевич // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – 2006. – С. 64–65.
2. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент: навчальний курс. / І.А. Бланк. - 2-е видавництво, перероб. і доп. - К .: Ельга, Ніка-Центр, 2013.
3. Васенко В. К. Фінансова діагностика і санація діяльності підприємства: моногр. / В. К. Васенко; Східноєвроп. ун-т економіки і менедж. – Черкаси, 2009. – 203 с.
4. Власова К.Э. Финансовая стратегия: теоретические основы и методика разработки URL: https://sibac. info/conf/manag/ia/51429.
5. Гавриленко П.П. Удосконалення фінансового менеджменту в контексті інноваціого розвитку підприємств /П.П. Гавриленко//Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Випуск 25,4. – С. 199-204.
6. Гаркуша Н.М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: Навч. посіб. / [Н.М. Гаркуша, О.В. Цуканова, О.О. Горошанська]; за ред. Н. М. Гаркуша; 2-ге вид., стер. —К. : Знання, 2012. —591 с. —(Вища освіта XXI століття).
7. Гасанов С. С. Фінансова санація. Теоретичні та прикладні аспекти / С. С. Гасанов, А. М. Штангрет, Я. В. Котляревський, О. В. Мельников, Т. С. Мінаєва; Держ.

навч.-наук. установа «Акад. фінанс. упр.». – К. : ДННУ «Акад. фінанс. упр.», 2013. – 308 с.
8. Історія економічних учень: Підручник: У 2-х ч. - 3-тє вид., випр. і доп. Затверджено МОН / За ред. В.Д. Базилевича. - К., 2006. - 1157 с.
9. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 531 с.
10. Міщенко А. П. Стратегічне управління: навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.12
УДК: 658.012.32:338.1
Букреєва А.А., магістрант спеціальності 073 «Менеджмент» Черкаського державного технологічного університету
Жолобецька Л.В., магістрант спеціальності 073 «Менеджмент» Черкаського державного технологічного університету
Руденко О.А., ст. викл. кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ЗАХОДІВ В УМОВАХ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ У КИТАЇ

У статті висвітлено особливості реалізації інвестиційних заходів в умовах антикризового управління у Китаї. Досліджено основні комплекси заходів державного антикризового управління в Китаї щодо подолання наслідків кризи. Аналізуються причини виникнення та наслідки інвестиційних заходів, особливості регулювання інвестиційної діяльності на державному рівні. Узагальнено результати реалізації заходів антикризового державного управління. Наводяться видів державного антикризового управління та їх характеристика; виявлено основну проблему та визначено цілі антикризової політики Китаю.

Ключові слова: держава, управління, державне управління, криза, інвестиційна дільність, антикризове управління.

Букреева А.А., Жолобецький Л.В., Руденко А.А.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КИТАЕ

В статье освещены особенности реализации инвестиционных мероприятий в условиях антикризисного управления в Китае. Исследованы основные комплексы мероприятий государственного антикризисного управления в Китае по преодолению последствий кризиса. Анализируются причины возникновения и последствия инвестиционных мероприятий, особенности регулирования инвестиционной деятельности на государственном уровне. Обобщены результаты реализации мер антикризисного государственного управления. Приводятся видов государственного антикризисного управления и их характеристика; обнаружено основную проблему и определены цели антикризисной политики Китая.

Ключевые слова: государство, управление, государственное управление, кризис, инвестиционная дильнисть, антикризисное управление.

Bukreyeva A.A., Zholobetska L.V., Rudenko O.A.

FEATURES OF IMPLEMENTATION OF INVESTMENT ACTION IN ANTI-CRISIS MANAGEMENT CONDITIONS IN CHINA

The article highlights the peculiarities of realization of investment measures under the conditions of crisis management in China. The main complexes of measures of state crisis management in China in order to overcome the consequences of the crisis are analyzed. The causes of the emergence and consequences of investment measures, especially the regulation of investment activity at the state level are analyzed. The results of the implementation of anti-crisis public administration measures are summarized. The types of state anti-crisis

management are described and their characteristics; The main problem was identified and the goals of China's anti-crisis policy were identified.

Key words: state, management, public administration, crisis, investment divisions, anti crisis management.

Постановка проблеми. Китай є державою, що інтегрується до сучасного світового політичного і економічного простору. Перебудова державної економіки з планової на ринкову породжує необхідність зміни підходів до державного управління, його перебудови та трансформацій. Китай держава з ринковою економікою, стикається з новими для себе кризовими явищами, що притаманні країнам, які функціонують у рамках ринкової моделі розвитку. Країна має багаторічний досвід державного управління в кризових умовах, подолання кризових явищ та створення механізмів превентивного попередження та захисту від їх наслідків. Цей досвід необхідно вивчати та аналізувати з метою використання для розв'язання актуальних проблем державного управління України в кризові періоди.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науково-економічній літературі існує велика кількість суперечливих поглядів щодо визначення самого поняття кризи. Теоретико-методологічні засади та заходи антикризової політики держави, а також впливу інвестиційних явищ на неї вивчали такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як: А.Богданов, Е.Дюркгейм, С.Кваша, Л.Козьменко, М.Лизун, О.Наєнко, К.Пріб, А.Роговий, В.Чернишов, О.Шайда, В.Шарий та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Як у вітчизняній, так і в зарубіжній практиках недостатню увагу приділено власне державному антикризовому управлінню. Цей важливий напрям адміністрування досліджувався здебільшого фрагментарно та епізодично і був обумовлений виникненням лише кризових явищ, що супроводжували соціально-економічні системи зарубіжних країн. На нашу думку, малодослідженими залишаються власне особливості реалізації заходів державного антикризового управління.

Метою статті є вивчення досвіду Китаю щодо практичних заходів із реалізації антикризового управління державою, а також аналіз розроблених і прийнятих рішень та програм державного антикризового управління з огляду на можливості їх подальшої адаптації й застосування в Україні.

Виклад основного матеріалу. З початком сучасних ринкових реформ (1978 р.) наздоганяючий розвиток КНР вступив в якісно новий історичний етап - етап «швидкого економічного зростання». За підрахунками МБРР, у 1980-1992 рр. економіка Китаю зростала середніми темпами 9,1% на рік, що втричі вище за середньосвітовий показник. [3, с.82]. Сьогодні Китай розглядають як нову індустріальну країну нової, четвертої "хвилі". При цьому керівництво країни проголошує вірність принципам соціалізму, зберігаючи соціальну орієнтацію економіки, що значною мірою сприяє підтримці національної злагоди та легітимності державної політики на тлі напівтоталітарного політичного режиму.

Економіка Китаю розвивається швидкими темпами починаючи з кінця 70-х років XX ст., а у 2016 році за даними рейтингу легкості ведення бізнесу посідає 78 позицію у світі [1]. У 2015 р. за розміром ВВП розрахованим за обмінним курсом (11 млрд. дол. США), країна займала 2-ге місце у світі, поступаючись лише США, а за розміром ВВП, розрахованим за паритетом купівельної спроможності (19,4 млрд. дол. США), 1-ше місце у світовому рейтингу, випередивши лише США уже за підсумками 2014 р. Частка країни у світовому ВВП (за паритетом купівельної спроможності) становила 17 %, а

частка населення Китаю (1,4 млрд. осіб – липень 2015 р.) становила 19%. Китай за обсягом експорту (2,2 млрд. дол. США) займав 1-ше місце у світі, а за обсягом імпорту (1,6 млрд. дол. США) та товарообігом зовнішньої торгівлі (3,8 млрд. дол. США) 2-ге місце після США. Водночас, економічні показники на душу населення суттєво відстають від рівня розвинутих країн світу. За розміром ВВП (за паритетом купівельної спроможності) на особу у 2015 р. (14,1 тис. дол. США) Китай займав 112-те місце у світі з 229 країн та територій, поступаючись середньосвітовому показнику (15,8 тис. дол. США) на 10,8% [2, с.223].

Понад п'ятнадцять років Китай є одним з найбільших серед країн з новостворюваними ринками реципієнтом іноземного інвестиційного капіталу, а в останнє десятиліття суттєво зміцнились його позиції в якості міжнародного інвестора. Якщо у 2014 р. приток іноземного капіталу в економіку Китаю оцінювався на рівні 129 млрд. дол. США (без урахування іноземних вкладень в економіку Гонконгу на суму 103 млрд. дол. США) [3, с. 3], то китайські інвестори здійснили зарубіжних інвестицій на суму понад 116 млрд. дол. США (143 млрд. дол. США відповідно зарубіжних інвестицій Гонконгу) [3, с. 8] у понад 5090 компаній зі 156 країн і регіонів світу. За даними ЮНКТАД, Китай є третім найбільшим міжнародним інвестором, який за обсягами капіталовкладень поступається тільки США (337 млрд. дол. США у 2014 р.) та Японії (114 млрд. дол. США відповідно) [6, с. 8]. Динаміка прямих іноземних інвестицій Китаю протягом останніх років подана на рис. 1.

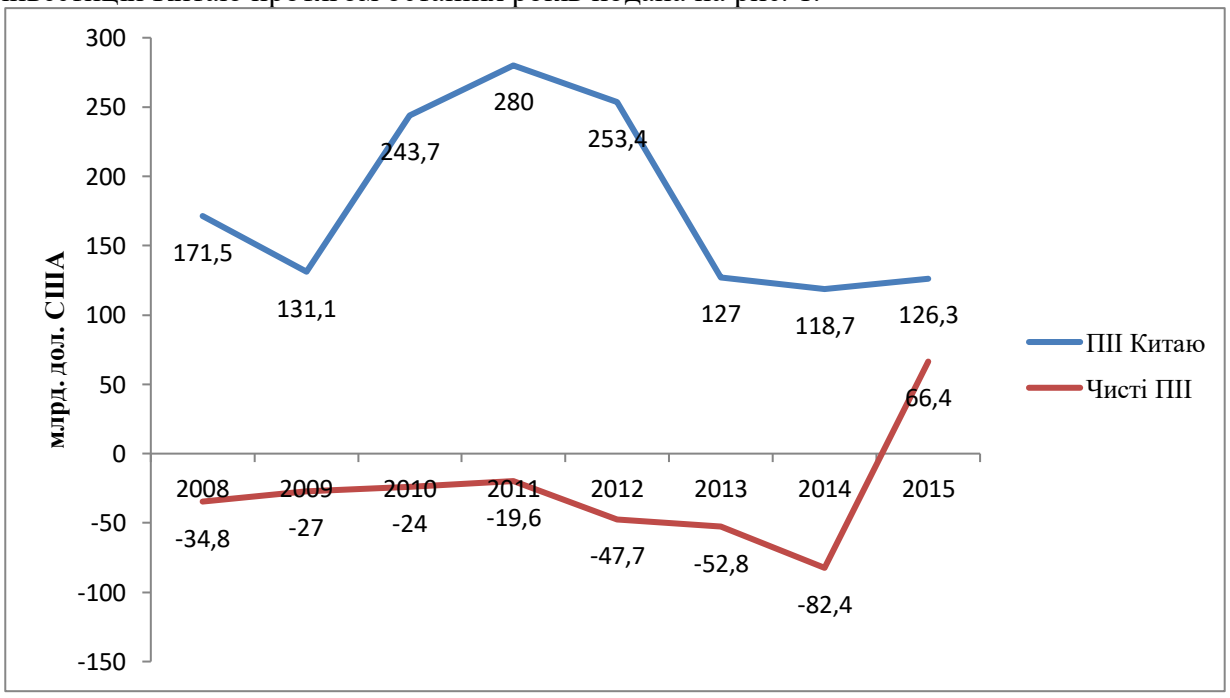


Рис. 1 Динаміка прямих іноземних інвестицій в Китаї у період 2008-2015 рр. (млрд. дол. США)

Джерело: [4].

Особливістю інвестування Китаю є те, що після покупки пакета акцій іноземних компаній згодом відбувається їх злиття або поглинання сильнішою компанією. Зокрема, у 2010 р. 40% іноземних інвестицій були вкладені в транснаціональні корпорації обсягом 29,7 млрд. дол. США. При інвестуванні Китай надає перевагу видобуванню та переробці природних ресурсів. Крім того, попитом користуються підприємства з виробництва та постачання електроенергії, обслуговування спеціальної

техніки та фінансова галузь. Головною причиною для процесу інвестування в Китай, як антикризової політики держави є виготовлення продукції для експорту.

До найважливіших реципієнтів китайських інвестицій належать торгові партнери та підприємства, створені в офшорних зонах [5]. Для протидії кризовим явищам посилено боротьбу з тіньовим кредитуванням та введені обмеження на створення нових підприємств із базовим інвестиційним капіталом, який фінансується з міжнародних офшорних фондів.

Серед особливостей формування інвестиційних потоків у Китаї необхідно виділити наступні:

1) регулювання на місцевому та державному рівні спрямоване на збільшення інвестиційних потоків відповідно до стратегічних інвестиційних орієнтирів;

2) стимулювання інвестиційної активності у нерозвинених галузях, як захід антикризової політики;

3) активна підтримка внутрішніх інвестицій, передусім у галузях, які забезпечують експорт;

4) обмежувальна політика щодо зовнішніх інвестиційних потоків, які надходять в економіку країни.

Виходячи з вищенаведеного, важливо відзначити, що регулювання – один з найбільш радикальних важелів антикризової політики країни. На відміну від США, регулювання інвестиційних процесів у Китаї вирізняється більш жорстким підходом, що пояснюється розмірами країни, кількістю суб'єктів на ринку, обсягами та кількістю інвестиційних потоків. У регулюванні антикризової політики вагома роль відводиться ретельності формування та вчасного корегування інвестиційних стратегій, що затверджуються на територіальному рівні. Тому доцільно висвітлити особливості регулювання інвестиційних процесів та розглянути роль у них наукової складової для отримання уявлення про певні закономірності та з перспективою використання зарубіжного досвіду для української інвестиційної політики.

У 2015-2016 рр. інвестиції в китайську науку становлять 2,2% від ВВП КНР. Відзначимо, що в міжнародному рейтингу інноваційного потенціалу The Global Innovation Index (GII) в 2016 році Китай займав 25 місце (Гонконг – 10-е) [6]. Постійне збільшення витрат на науку допоможе Китаю у 2020 році піднятися в рейтингу інноваційного потенціалу з 18 місця (в 2015 році) на 15-е. На найближчу перспективу до 2020 р. визначено також підвищення ступеня впровадження науково-технічних розробок, що є показником наукового, технічного та економічного розвитку країни, з нинішніх 55,3% до 60%.

До показників, котрий характеризує науково-технічний потенціал належать витрати на науково-дослідну роботу та дослідно-конструкторські розробки (НДДКР). Якщо до початку реформ на НДДКР припадало менше 1% ВВП, то протягом 2006-2010 рр. асигнування збільшились з 1,3% до 2% ВВП і до 2020 р. вкладення в науково-технічний прогрес збільшаться до 2,5% ВВП, який до того часу може скласти 6 трлн. дол. [7, с.108]. У 2016 р. витрати Китаю на НДДКР склали 2,1% від ВВП, а в 2015 р. на НДДКР було витрачено 233 млрд. дол. США, понад 78% цих коштів були вкладені підприємствами. А до 2020 р. Китай планує витрачати на науку більше, ніж будь-яка держава світу – 370 млрд. дол. США [8].

Частка фінансових вкладень держави поступово зменшувалась, а підприємства стали основою науково-технічного фінансування держави. За обсягами вкладених фінансових коштів для досліджень і їх освоєння китайські підприємства стали найбільшими інвесторами в світі. Відбувається зростання активу Китаю в торгівлі

машинобудівної продукцією і електронікою. Практично з нуля він за 11 років збільшився до 425 млрд. дол. США.

У 2005-2014 рр. курс юаня до долара підвищився на 30%. Одночасно Китай значно збільшив свою вагу в світовому експорті – з 7 до більш ніж 12%. Отже, конкурентоспроможність китайської промисловості спирається вже не тільки на цінові, а й на інші чинники, включаючи системність і скоординованість місцевої промислової структури, а значить – і її наукового забезпечення [9].

У числі факторів, що визначають такі позиції Китаю, дослідники виділяють: відносну політичну стабільність; низький рівень заробітної плати; особливості китайської робочої сили (дисциплінованість, старанність, прагнення переймати досвід); розміри китайського ринку; різні види преференцій для підприємств з іноземним капіталом [10].

Регулювання антикризової політики у Китаї для дослідження інвестиційного потенціалу пов'язане з тим, що країна багато в чому сама визначає зовнішні тенденції інвестицій та напрями регулювання, Китай переважно інвестується та розвивається за рахунок власних інвестиційних потенціалів. Системно-структурний метод наукового дослідження інвестиційних процесів в розрізі інших потенціалів дає можливість прогнозування моделі інноваційного розвитку країни та активізації інвестиційної привабливості.

Таким чином, до основних рис, які вирізняють особливості реалізації інвестиційних заходів в умовах антикризового управління в Китаї відносимо наступні:

1) встановлення в якості стратегічних орієнтирів інвестиційної діяльності, що стимулюється державою, пріоритетних напрямків розвитку науки і високих технологій, перспективних галузей економіки, що забезпечують її наскрізну модернізацію та інтеграцію у світовий економічний простір;

2) активізація ролі Китаю не тільки як найбільшого абсорбенту іноземних інвестицій, а й інвестора;

3) розмаїття використовуваних державою інституційних форм організації економічного простору, що забезпечують сфокусованість на певних територіях концентрацію національних і іноземних інвестицій;

4) сприяння формуванню опорних елементів національної і регіональної інноваційної системи в якості пріоритетних сфер державного і приватного фінансування;

5) реалізація цільового підходу до регулювання інвестиційної діяльності на територіях, що користуються державними преференціями;

6) реалізація комплексного підходу до вибору мір, здатних забезпечити зростання масштабів і підвищення ефективного інвестиційної діяльності.

Перспективи подальших досліджень. Таким чином, можна стверджувати, що Китай активно використовує економічну і політичну силу держави для розвитку інвестиційних процесів. Причому політика держави постійно трансформується, почавши з найпростіших преференційних інструментів залучення іноземного капіталу в будь-якій його формі, Китай підвищив ступінь їх різноманітності, зробивши акцент на розвиток інноваційного сектора економіки. Особливу увагу в зміщенні інвестиційної діяльності в сферу інноваційної економіки приділено створенню потужних інституційних структур, що об'єднує зусилля НДІ, вузів, підприємств реального і фінансового секторів економіки, органів державної влади та управління [10].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дані Світового Банку [Електронний ресурс]. URL: http://www.worldbank.org (дата звернення 14.12.2017)
2. Доклад о мировых инвестициях 2016 // Publications Library. [Электронный ресурс]. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016_Overview_ru.pdf (дата звернення 18.04.2018)
3. World Investment Report 2015: Reforming International Investment Governance. Key Massages Overview. – UNCTAD, 2015.
4. Комісії з регулювання банківської системи Китаю [Електронний ресурс]. URL: https://knoema.ru/atlas/Китай/topics/Экономика/Платежный-баланс. (дата звернення 08.03.2018)
5. Овчарова Л. П. Особливості міжнародних інвестиційних процесів / Л.П. Овчарова, Н.О. Охріменко // Сучасні проблеми економіки та підприємництво. – Випуск 10, 2012. – С. 114-122.
6. World Economic Forum: The Global Competitiveness Report 2016-2017. [Electronic resource]. URL: http://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info (дата звернення 18.12.2017)
7. Економіка зарубіжних країн : навч. посіб. 4-е видання, перероб. та доп. / за ред. Ю.Г. Козака, В.В. Ковалевського.- Київ: Центр учбової літератури, 2013. - 292 с.
8. Гао Ин Формирование научно-технического потенциала Китая [Электронный ресурс] / Гоа Ин / Вестник РУНД, сер. Экономика, 2007 – №3-4 с. 66-79. [Электронный ресурс]. URL:https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-nauchno-tehnicheskogo-potentsiala-kitaya. (дата звернення 14.11.2017)
9. Салицкий А. Наука и техника Китая на мировом рынке / А. Салицкий, Е.Салицкая // Сетевое издания центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы [Электронный ресурс]. URL: http://www.perspektivy.info/history/nauka_i_tehnika_kitaja_na_mirovom_rynke_2014-12-15.htm. (дата звернення 11.07.2018)
10. Круглякова В. М. Опыт государственного регулирования инвестиционной деятельности в Китае: продуктивные подходы и результаты [Электронный ресурс] / В.М. Круглякова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – № 7(64) - С. 107-111. [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/v/opyt-gosudarstvennogo-regulirovaniya-investitsionnoy-deyatelnosti-v-kitae-produktivnye-podhody-i-rezultaty. (дата звернення 16.05.2018)

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.13
УДК 658.012
Олійник Л.В., к.е.н., доцент Донецький національний університет імені Василя Стуса
Кузнєцова А.П., магістр, Донецький національний університет імені Василя Стуса

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглядається актуальне питання формування стратегії підприємства. Визначено сутність даного поняття. Наведено характерні ознаки стратегії діяльності підприємства. Встановлено, що стратегічне управління є процесом прийняття і реалізації стратегічних рішень на основі співставлення власного ресурсного потенціалу підприємства з потенційними можливостями і загрозами зовнішнього ділового середовища. Визначено, що модель стратегічного менеджменту крім стратегічного планування включає в себе реалізацію виробленої стратегії, в тому числі її оцінку і контроль. Наведено основні етапи процесу формування стратегії розвитку підприємства: визначення місії і цілей підприємства; вивчення стану зовнішнього середовища; визначення конкурентних переваг підприємства; формування системи стратегічних цілей; розробка стратегічних альтернатив; впровадження системи заходів, спрямованих на реалізацію обраного варіанту стратегії. Зазначено, що завершальним моментом вибору стратегії є аналіз і оцінювання альтернативних варіантів для зосередження на такій стратегії.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, стратегія розвитку, управління підприємством.

Олейник Л.В., Кузнецова А.П.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается актуальный вопрос формирования стратегии предприятия. Определена сущность данного понятия. Приведены характерные признаки стратегии деятельности предприятия. Установлено, что стратегическое управление является процессом принятия и реализации стратегических решений на основе сопоставления собственного ресурсного потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешней деловой среды. Определено, что модель стратегического менеджмента кроме стратегического планирования включает в себя реализацию выработанной стратегии, в том числе ее оценку и контроль. Приведены основные этапы процесса формирования стратегии развития предприятия: определение миссии и целей предприятия; изучение состояния внешней среды; определение конкурентных преимуществ; формирование системы стратегических целей; разработка стратегических альтернатив; внедрение системы мер, направленных на реализацию выбранного варианта стратегии. Отмечено, что завершающим моментом выбора стратегии является анализ и оценка альтернативных вариантов для сосредоточения на такой стратегии.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, стратегия развития, управления предприятием.

Oliynyk L.V., Kuznietsova A.P.

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY FORMATION

Topical issue of enterprise strategy formation is considered in the article. The essence of this concept is determined. The characteristic features of the strategy of an enterprise activity are presented. It was established that strategic management is a process of making and implementing strategic decisions on the basis of comparison of the company's own resource potential with potential opportunities and threats to the external business environment. It is determined that the strategic management model in addition to strategic planning includes the implementation of the developed strategy, including its assessment and control. The main stages of the enterprise development strategy development process are defined: the definition of the mission and goals of the enterprise; study of the state of the environment; definition of competitive advantages of the enterprise; formation of the system of strategic goals; development of strategic alternatives; introduction of a system of measures aimed at implementing the chosen strategy option. It is noted that the final point in choosing a strategy is to analyze and evaluate alternatives to focus on such a strategy.

Key words: strategy, strategic management, development strategy, enterprise management.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання особливої гостроти набуває необхідність виваженого перспективного підходу до розвитку підприємницької активності, посилення конкурентних позицій та орієнтації підприємств на задоволенні потреб споживачів, на отриманні запланованого рівня прибутку, досягненні постановлених цілей і реалізації своєї місії. Крім того, практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення існування підприємства не тільки сьогодні, але й у перспективі, залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблеми розробки стратегії діяльності підприємства на ринку відводиться провідне місце у працях таких вчених, як І. Ансофф, К. Боумен, Б. Карлоф, Е. Майер, Р. Манн, Г. Мінцберг, А.А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, Д. Хан, Х. Фольмут та ін. Значний внесок у дану проблематику зробили і вітчизняні вчені, зокрема І.А. Белобжецький, З.І. Галушка, В.Г. Герасимчук, А.М. Кармінський, І.О. Бланк, Г.І. Кіндрацька, А.А. Мазаракі, В.Д. Нємцов, М.С. Пушкар, В.В. Холод, З.Є. Шершньова, А.Ю. Юданов та ін. Різні підходи знижують якість управління, що потребує певних уточнень та систематизації понятійного апарату, обґрунтування методологічних підходів до реалізації стратегічного управління підприємством.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сутності стратегії підприємства та підходів до її формування.

Виклад основного матеріалу статті. Зародження процесів стратегічного погляду на підприємницьку діяльність припадає на середину XX століття. Процес еволюції стратегічного управління триває і донині. В узагальненому вигляді стратегія являє собою процес розробки і впровадження у життя довгострокового плану розвитку підприємства на основі поставлених перспективних цілей, який забезпечить їх досягнення в умовах конкурентного зовнішнього середовища та оптимального використання ресурсів підприємства. Розглянемо еволюцію поняття «стратегія» для розуміння сутності стратегічного управління та усвідомлення його змісту.

А. Дюпон Чандлер (1962 р.) під стратегією розуміє метод визначення довгострокових цілей компанії, програми дій і пріоритетних напрямків з використання ресурсів [1]. Головна відмінність даного підходу полягає в постановці довгострокових цілей без їх перегляду (за винятком суттєвих змін зовнішнього або внутрішнього середовища).

Гарвардська школа (1965 р.) під стратегією визначає метод встановлення конкурентних цілей компанії [2]. Підхід полягає в виділенні сегментів бізнесу, які підприємство буде здійснювати.

І. Ансофф (1965 р.) розглядає стратегію як метод визначення основних цілей для корпоративного, ділового та функціонального рівнів [3]. Стратегія є системою, що забезпечує компанії збалансованість і загальний напрямок росту.

М. Портер (1985 р.) вважає, що стратегія – це спосіб реагування компанії на зовнішні можливості і загрози, а також сильні і слабкі сторони. Головне завдання стратегії полягає в досягненні компанією конкурентних переваг в довгостроковій перспективі над конкурентами в кожному напрямку бізнесу [4].

Г. Мінцберг (1987 р.) під стратегією розуміє послідовну, узгоджену і інтегровану структуру управлінських рішень [5]. Головне в стратегії - складання планів, які є основним засобом для контролю ефективності досягнення стратегічних цілей.

Г. Хамель (1989 р.) вважає, що стратегія являє собою спосіб розвитку ключових конкурентних переваг компанії [6]. В основі конкурентоспроможності лежать унікальні можливості підприємства і внутрішні ресурси.

А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд (1995 р.) визначають стратегію як набір дій і рішень, зроблених для досягнення встановлених показників діяльності [7].

Деякі українські вчені розглядають стратегію як комплекс довгострокових цілей і план найбільш ефективного розподілу ресурсів для їх досягнення [8]. Л.Є. Довгань зазначає, що при визначенні стратегії застосовується комплексний підхід, згідно з яким стратегія – це не тільки засіб досягнення цілей і здійснення місії, а й програма функціонування підприємства у зовнішньому середовищі, взаємодії з конкурентами, задоволення клієнтів, реалізації інтересів власників і персоналу, зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку [9, с.22].

Ф.Ф. Бутинець вважає, що стратегія являє собою набір правил, необхідних для прийняття рішень, які підприємство використовує у своїй діяльності [10, с.256].

Незважаючи на різні підходи, всі наведені визначення не суперечать одне одному, а, навпаки, доповнюють, виявляючи основні принципи, методи і способи формування і реалізації стратегії, як технологію управління підприємством, що забезпечує його максимально ефективну діяльність і сталий розвиток в умовах постійно мінливого зовнішнього ділового середовища і внутрішньої організації підприємства.

На сьогоднішній день економічною наукою розроблено багато варіантів стратегій поведінки підприємства на ринку. Однак не всі вони можуть успішно застосовуватись до діяльності конкретного господарюючого суб’єкта. Для обрання стратегії поведінки певного підприємства необхідно, перш за все, оцінити його сучасний стан та дослідити основні тенденції розвитку його зовнішнього оточення.

До характерних ознак стратегії діяльності підприємства слід віднести такі:

1. Процес розробки стратегії не закінчується певною дією – розробляється лише загальний напрямок дій.

2. Стратегія дозволяє сконцентрувати увагу на основних проблемах.

3. Необхідність у стратегії відпадає, як тільки реальний хід справ виводить підприємство на бажані позиції.

4. При складанні стратегії використовують узагальнену, неповну, неточну інформацію.

5. Стратегія – це засіб для досягнення цілей підприємства.

6. На різних рівнях організації стратегія та орієнтири підприємства можуть взаємозамінюватись: те, що на вищих рівнях є стратегією, для нижчих рівнів є орієнтиром.

Варто зауважити, що успішне досягнення стратегічних цілей підприємства забезпечується за умов чіткої координації діяльності всіх його структурних підрозділів у системі стратегічного управління торговельною діяльністю та ефективного використання можливостей підприємства. У зв'язку із цим набуває важливого значення питання систематизації сукупності стратегій, які можуть використовуватись на підприємстві.

В сучасній науковій літературі існує значна кількість варіантів класифікації стратегій підприємства. Розмаїтість стратегій, що використовуються в управлінні підприємством, ускладнює їх систематизацію, а багатоплановий характер діяльності підприємств зумовлює множинність ознак класифікації. Протягом останніх років найчастіше використовується підхід, заснований на використанні незначної кількості класифікаційних ознак стратегій.

Як відмічає В.Г. Герасимчук, суттєвими класифікаційними ознаками стратегій є: рівень прийняття рішень; базова концепція досягнення конкурентних переваг; відносна вила галузевої позиції підприємства; ступінь «агресивності» поведінки підприємства на ринку та в умовах конкурентної боротьби; стадія життєвого циклу галузі [11, с.23].

На думку І.О. Бланка, до найбільш суттєвих однак класифікації стратегій можна віднести: характер дій, рівень ієрархії управління на підприємстві, напрям розвитку та зростання, напрямки діяльності, галузеву позицію, базову концепцію досягнення конкурентних переваг, функціональні сфери діяльності [12, с.27].

Слід зазначити, що до загальних стратегій за напрямком розвитку і зростання належать базові стратегії розвитку і зростання підприємства. До базових стратегічних альтернатив М.Х. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоури відносять такі види стратегій: зростання, обмеженого зростання, скорочення і сполучення, базових альтернатив [13, с.56]. Також в якості базових стратегій виділяють стратегію виживання, стратегію стабілізації, стратегію зростання, які, на думку деяких вчених, залежать від стадії життєвого циклу підприємства. Щодо загальних стратегій, то, на нашу думку, найбільш точною ознакою виділення їх видів є умови господарювання підприємств, тобто життєвий цикл галузі, технологій, тенденції розвитку економіки, стан економічних показників діяльності підприємства.

На кожній стадії розвитку підприємство має певні параметри, які характеризують умови його функціонування: поточний стан та перспективи. На сьогодні потреба формування стратегії є важливим складником успішного функціонування будь-якого підприємства – незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності. Ринкова економіка формує нові вимоги до підприємства. Вони обумовлюються не тільки наявністю конкуренції та високими вимогами до якості товарів та послуг, але й необхідністю гнучко реагувати на зміни ринкової ситуації, яка не завжди сприяє процвітанню підприємства. Успішна організація – це єдиний організм, і стратегія є сполучною ланкою цього апарату. Аналіз багатьох публікацій показує, що науково-методичні підходи щодо формування стратегій і структуризація процесу їх розробки потребують оновлення і подальшого розвитку, як в науковому, так і в організаційно-практичному аспекті. Про це свідчить

відсутність обґрунтування єдиної послідовності етапів процесу формування стратегії, принципів його здійснення, методичних рекомендацій, які б комплексно враховували різні характеристики підприємств. Для того, щоб правильно визначити стратегію, необхідно ретельно вивчити внутрішній стан підприємства та зовнішні фактори впливу. Лише чітко уявляючи становище свого підприємства на ринку, враховуючи особливості ринку, генеральний менеджмент може краще визначити стратегію, котра сприятиме досягненню поставленої мети і фінансових результатів.

Для розробки ефективної стратегії господарювання підприємства необхідно враховувати зовнішні фактори (наприклад, наявність стратегічно важливої інформації про зовнішнє оточення, знання кон'юнктури ринку, конкурентних переваг інших фірм, ефективності маркетингових заходів тощо) та внутрішні фактори (наявності відповідних знань, умінь та навичок у персоналу підприємства, професіоналізм топ-менеджерів компанії, прогнозування змін і т. ін.).

При виборі найбільш прийнятного виду стратегії підприємства слід враховувати наступні фактори:

- вплив факторів зовнішнього оточення на підприємство;
- сильні і слабкі стороні підприємства;
- стадія життєвого циклу підприємства;
- напрямки діяльності;
- базова концепція досягнення конкурентних переваг і галузева позиція.

Розробку стратегії підприємства слід проводити, базуючись на таких принципах [14]:

1. Орієнтація на довгострокові глобальні цілі підприємства як господарюючого суб'єкта та економічні інтереси його власників.

2. Багатоваріантність можливих напрямків розвитку, що зумовлюється динамічністю зовнішнього оточення підприємства.

3. Безперервність розробки стратегії, постійна адаптація до виникаючих змін як у зовнішньому, так і у внутрішньому оточенні підприємства.

Аналіз принципів і методів розробки і реалізації стратегії в системі менеджменту компанії дозволяє встановити, що стратегічне управління - це процес прийняття (планування) і реалізації стратегічних рішень (оперативне управління), основою якого є формування стратегії розвитку, розробленої на основі співставлення власного ресурсного потенціалу підприємства з потенційними можливостями і загрозами зовнішнього ділового середовища, в якій функціонує підприємство.

Модель стратегічного менеджменту крім стратегічного планування включає в себе реалізацію виробленої стратегії, в тому числі її оцінку і контроль. Система стратегічного менеджменту визначається як технологія управління компанією, що визначає її довгостроковий розвиток в умовах підвищеної нестабільності зовнішнього середовища і забезпечує своєчасне реагування компанії на зміну факторів зовнішнього середовища і цінової кон'юнктури, яке призводить до необхідності здійснення стратегічного маневру, і, як наслідок, перегляду цілей і коригування загального напрямку розвитку компанії. Використання підходу, що ґрунтується на визначенні функціональних сфер застосування стратегічного підходу в діяльності підприємства, дає можливість розгляду системи стратегічного управління як сукупності таких підсистем: стратегічне управління маркетингом, стратегічне управління персоналом, стратегічне управління фінансами, стратегічне управління виробництвом тощо. Такий підхід до складу системи стратегічного управління віддзеркалює «проникнення» стратегічного мислення у кожну функціональну сферу підприємства. В процесі

стратегічного управління розвитку підприємства реалізуються всі функції сучасного ефективного менеджменту: планування, організація, регулювання і координація, мотивація та контроль. Серед особливостей цього процесу можна відзначити безупинність процесу стратегічного управління, специфіку його часового горизонту і трудомісткість.

Стратегічний підхід до управління підприємством визначає певну роль і місце стратегії діяльності в загальній системі управління підприємством (рис. 1).

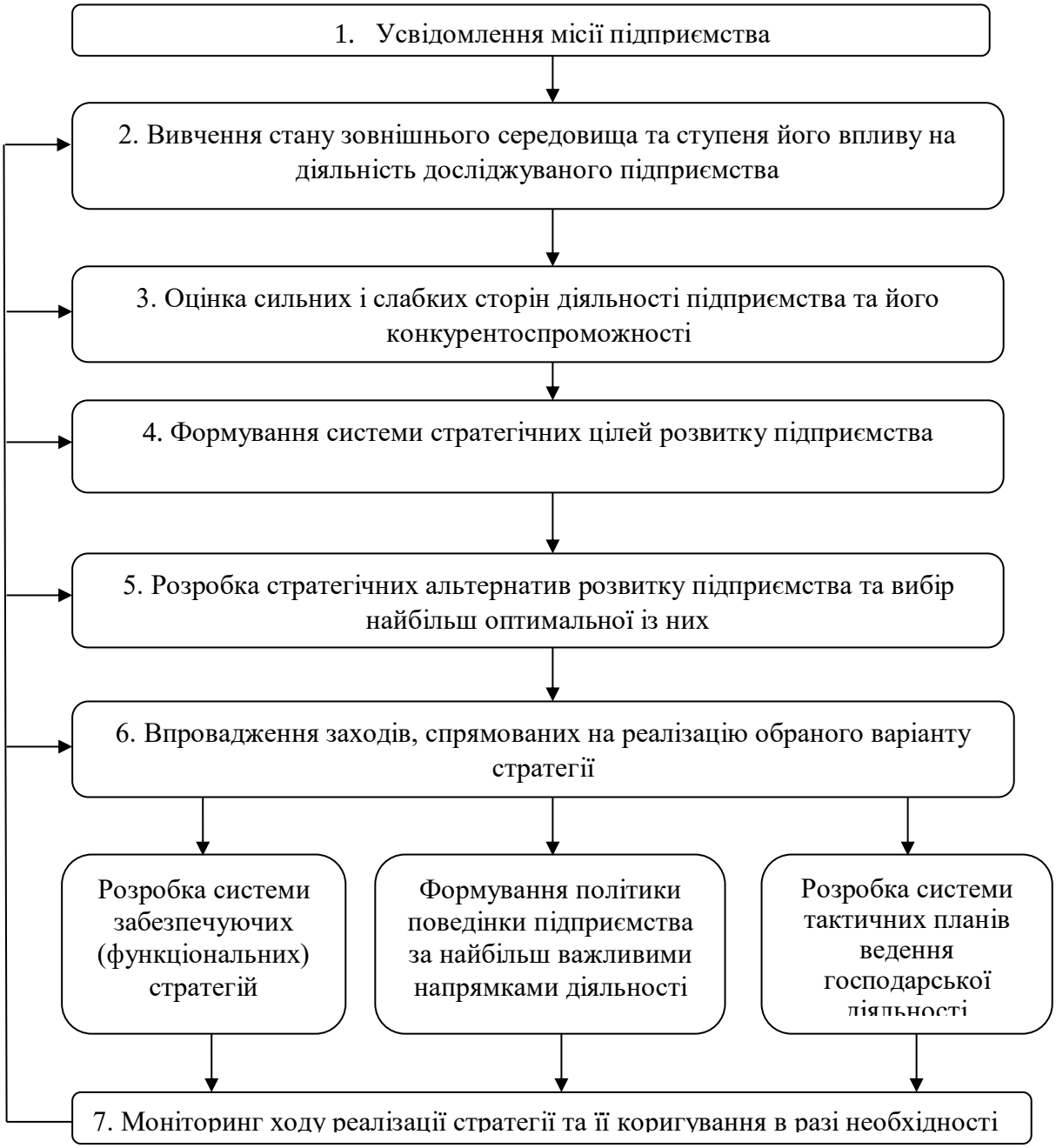


Рис. 1. Основні етапи процесу формування стратегії розвитку підприємства

Процес формування і розробки стратегії складається з таких етапів, як визначення місії і цілей підприємства; вивчення стану зовнішнього середовища; визначення конкурентних переваг підприємства; формування системи стратегічних

цілей; розробка стратегічних альтернатив; впровадження системи заходів, спрямованих на реалізацію обраного варіанту стратегії.

При формуванні стратегії розвитку підприємства доцільно, перш за все, визначити структурно-функціональну побудову системи стратегічного управління, що в подальшому забезпечить можливість розробки моделі стратегічного управління. Структурно-функціональна побудова системи стратегічного управління передбачає розгляд його з позиції сукупності складових підсистем. У системі управління підприємства виділяють такі підсистеми як інформаційно-аналітична, планування, мотивації, прийняття рішень, організаційна. Система стратегічного управління підприємством ґрунтується на стратегічному плануванні, доповненому механізмом узгодження оперативних рішень стратегічними, а також механізмом коригування і контролю реалізації стратегії. Стратегічне управління як процес здійснення функцій управління охоплює такі підсистеми як стратегічне планування, реалізація стратегій, організація забезпечення стратегічного управління. Даний підхід акцентує увагу на таких важливих його компонентах, як процес формування стратегії та її реалізації.

Вважаємо за доцільне всю сукупність функцій стратегії розвитку підприємства диференціювати на такі групи:

1) функції управління процесом визначення цільових орієнтирів;
2) функції управління процесом розробки стратегії;
3) функції управління процесом реалізації стратегії.

До першої групи належать функції, пов’язані з управлінням аналітичним процесом визначення цільових орієнтирів підприємства. Функції, пов’язані з управлінням процесами формування множини стратегічних альтернатив, вибором стратегій і розробкою стратегічного плану, належать до другої групи. До третьої групи належать функції, пов’язані з управлінням процесами мобілізації ресурсів, мотивацією персоналу, здійсненням стратегічних змін, а також контролем і оцінкою реалізації стратегії.

Заключним етапом вибору стратегії є аналіз і оцінювання альтернативних варіантів для зосередження на такій стратегії, яка б забезпечувала максимальну ефективність роботи підприємства у перспективі. Стратегічний вибір повинен ґрунтуватися на концепції розвитку організації, а формулювання стратегії має бути однозначним, чітким, зрозумілим, оскільки обрана стратегія надовго обмежує свободу дій керівництва і обумовлює всі ухвалені ним рішення. Для цього попередньо ретельно досліджують та оцінюють всі альтернативи, взявши до уваги різноманітні чинники. Це і вид бізнесу, особливості галузі, в якій працює підприємство, стан зовнішнього середовища; це і характер цілей підприємства та рівень ризику. Особливу увагу слід звернути на такий чинник як внутрішнє середовище підприємства, що проявляється через його сильні та слабкі сторони. Так сильні сторони підприємства сприяють успішному розвитку, використання нових можливостей, досягнення цілей. Тоді як слабкі сторони завжди вимагають постійної уваги з боку керівництва при виборі стратегії та її реалізації, щоб уникнути потенційних загроз і успішно конкурувати на ринку. Ще одним важливим фактором, що впливає на вибір стратегії, є фактор часу. Адже, навіть найкраща стратегія, нова технологія чи новий продукт не зможуть забезпечити успіху, якщо вони не з’являться на ринку вчасно. Оскільки на вибір стратегії впливає безліч факторів, це зумовлює необхідність мати декілька стратегічних альтернатив. Як правило, підприємству доводиться обирати стратегію з кількох можливих варіантів. Наприклад, намагаючись збільшити свою частку на ринку, воно повинно знизити ціни на продукцію, продавати її через якнайбільшу кількість

магазинів, представити на ринок нові її моделі, створити завдяки рекламі привабливий її образ тощо. Кожен шлях відкриває різні можливості: цінова політика є доступною і гнучкою, але її легко копіюють конкуренти, а заснована на новій технології стратегія копіюється важко, зате вимагає великих витрат і є менш гнучкою. Різноманітні стратегії, які використовують у своїй діяльності підприємства, є модифікаціями кількох базових стратегій, кожна з яких ефективна за певних умов, стану внутрішнього і зовнішнього середовища.

Висновки з даного дослідження. Отже, в процесі розгляду основних теоретико-методологічних засад стратегії підприємства на ринку нами встановлено, що практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення ефективної роботи підприємства в перспективі залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного підходу в діяльності підприємства. Формування стратегії підприємства представляє комплексну систему управління, яка заснована на прогнозуванні зовнішнього навколишнього середовища і вироблення методів адаптації підприємства до її змін. При розробці стратегії менеджмент підприємства детально аналізує зовнішню ділову середу та її напрямки розвитку (стратегічні фактори). Метою аналізу стратегічних факторів зовнішнього ділового середовища є виявлення потенційних загроз і можливостей, а також сильних і слабких сторін підприємства для формування і вибору стратегій.

Перспективи подальших досліджень стосуються розробки стратегічних альтернатив та прийняття управлінських рішень в умовах змінного зовнішнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Chandler A. Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise / Alfred Chandler. – Massachusetts Institution of Technology: The Mit Press. – 1962, 1990. – 465 p.
2. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова — Эко! номистъ. — 2005. — 416 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф; под ред. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
4. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. Е. Калининой. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с..
5. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Д. Лэмпел. – СПб.: Питер, 2002. – 330 с.
6. Hamel G. Strategy as stretch and leverage / Gary Hamel, Coimbatore Krishnarao Prahalad // Harvard business review. – 1993. – N 71 (2). – P. 75.
7. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: кон- цепции и ситуации для анализа : пер. с англ. / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Вильямс, 2003. – 924 с.
8. Ковтун О.І. Стратегії підприємства: [монографія]. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. – 424 с.
9. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: Навчальний посібник. — К. : Центр учбової лі тера тури, 2009. — 440 с.
10. Бутинець Ф.Ф., Шигун М.М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: Навчальний посібник. — Житомир: ЖДТУ, 2004. — 352 с.
11. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.

12. Бланк І.О. Фінансова стратегія підприємства: [монографія] / За заг. ред. І.О. Бланка. – К.: КНТЕУ, 2009. – 147 с.
13. Мескон М. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1995. – 817 с.
14. Люльов О.В. Теоретичні основи формування механізму визначенняя пріоритетності та узгодженості цілей на підприємстві / А. В. Люльов // Механізм регулювання економіки. – 2009. – №4, Т. 1. – С. 110–121.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.14
УДК 339.7

Орєхов М.О., аспірант кафедри міжнародного менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СТРУКТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню структури фінансових систем та трансформаціям, які відбуваються в них під впливом глобальної діджиталіації. В статті систематизовано існуючі підходи до визначення сутності поняття «фінансова система». Зазначено, що світова та регіональні фінансові системи складаються з двох рівнів: національних фінансових систем країн світу чи окремого регіону; та міжнародних фінансів, які відображаються у централізованих на світовому чи регіональному рівнях коштах та фінансових ресурсах. Розглянуто існуючі у вітчизняній та зарубіжних школах підходи до систематизації структурних елементів фінансових систем. За результатами аналізу трансформацій, які сьогодні відбуваються в світовій фінансовій системі, визначено нові характерні ознаки, яких вона набуває в умовах глобалізації. Доведено, що роль інформації та комунікаційних технологій набуває все більш актуального значення в сучасному глобалізованому світі.

Ключові слова: фінансові систем, діджиталізація, структура фінансової системи, трансформації.

Орехов М.О.

СТРУКТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена исследованию структуры финансовых систем и трансформациям, которые происходят в них под влиянием глобальной диджиталиации. В статье систематизированы существующие подходы к определению сущности понятия «финансовая система». Отмечено, что мировая и региональные финансовые системы состоят из двух уровней: национальных финансовых систем стран мира или отдельного региона; и международных финансов, которые отражаются в централизованных на мировом или региональном уровнях средствах и финансовых ресурсах. Рассмотрены существующие в отечественной и зарубежных школах подходы к систематизации структурных элементов финансовых систем. По результатам анализа трансформаций, которые сегодня происходят в мировой финансовой системе, определены новые характерные признаки, которые она приобретает в условиях глобализации. Доказано, что роль информации и коммуникационных технологий приобретает все более актуальное значение в современном глобализированном мире.

Ключевые слова: финансовые систем, диджитализация, структура финансовой системы, трансформации.

Oryekhov M.O.,

STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF FINANCIAL SYSTEMS UNDER CONDITIONS OF GLOBAL DIGITALIZATION

The article is devoted to the study of the structure of financial systems and the transformations that occur in them under the influence of global digitalization. In the article, existing approaches to the definition of the essence of the concept "financial system" are systematized. It is noted that the world and regional financial systems consist of two levels:

national financial systems of the countries of the world or a separate region; and international finance, which are reflected in funds centralized at the world or regional levels and financial resources. Approaches to the systematization of structural elements of financial systems existing in national and foreign schools are considered. Based on the analysis of the transformations that are currently taking place in the world financial system, new characteristics are identified that it acquires in the context of globalization. It is proved that the role of information and communication technologies is becoming more and more relevant in today's globalized world.

Key words: financial systems, digitalization, financial system structure, transformation.

Розвиток світової фінансової системи, умов та форм міжнародного руху фінансових ресурсів відбувається сьогодні під впливом глобальних трансформаційних та еволюційних процесів. Фінансова глобалізація стала одним з найважливіших проявів глобальної інтеграції економічних систем і виражається у вільному русі капіталів між країнами, розвитку глобального фінансового ринку, формуванні системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів. Під впливом глобальної інформатизації суспільства трансформується світова фінансова система, форми взаємодії учасників фінансового ринку, стрімко розвиваються нові фінансові послуги. Стрімко поширюється в сфері глобальних фінансів використання інформаційно-комп'ютерних технологій, до основних переваг якого відносять зниження витрат на обіг; прискорення проведення платежів; уніфікацію операцій і, відповідно, нейтралізацію протиріч, що виникають з різних причин; мінімізацію можливих помилок і негативного впливу людського фактору, що досягається за рахунок автоматизації.

Таким чином, дослідження розвитку структурних трансформацій світової фінансової системи, які відбуваються під впливом формування новітньої тенденції глобального економічного розвитку – діджиталізації, що набирає стрімких обертів у всіх сферах економіки, набуває сьогодні особливого актуального значення.

Питання розвитку світового фінансового ринку досліджено в наукових працях таких вітчизняних учених, як Д.Лук'яненко, З.Луцишин, А.Поручник, Є.Савельєв, Я.Столярчук, О.Якубовський, та зарубіжних науковців та економістів: П.Баклі, І.Кругмана, Ф.Мишкіна, М.Познера, А.Ругмана, Дж.Сороса, І.Фішера, М.Фрідмана та ін.

Метою даної статті є визначення трансформаційних тенденцій, які відбуваються у структурі фірнових систем, під впливом процесу глобальної діджиталізації.

Термін "система" (з грец. — "поєднання", "утворення") найчастіше трактується як сукупність визначених елементів, між якими є закономірний зв'язок чи взаємодія.

У періодичній літературі фінансова система іноді ототожнюється з фінансовим апаратом. Так, О.Р. Романенко та С.Я. Огородник вважають, що необхідно розрізняти ці поняття, оскільки правильне визначення фінансової системи сприяє розбудові ефективної фінансової політики, націленої на економічне зростання та фінансову стабілізацію [1].

За єдиної сутності фінансових відносин існують певні особливості в створенні та використанні фінансових ресурсів. Оскільки концентрація фінансових ресурсів проводиться у відповідних грошових фондах, фінансова система визначається як сукупність окремих її ланок, що мають особливості в створенні та використанні фондів фінансових ресурсів, що зосереджені в розпорядженні держави, нефінансового сектору

економіки, певних фінансових інституцій, домогосподарств для фінансового забезпечення економічних і соціальних потреб суспільства в цілому, окремих верств населення, господарських структур, окремих громадян [2].

«Форми фінансових відносин — це виокремлені за певною ознакою складові фінансів. Сукупність цих складових визначається терміном «фінансова система», - зазначає В.М. Опарін в роботі «Фінанси (Загальна теорія)» [3].

Західна фінансова наука трактує поняття фінансової системи більш звужено. Зокрема, Зві Боді та Роберт К. Мертон зазначають, що «фінансова система включає ринки, посередників, фірми, що надають фінансові послуги, та інші інституції, з допомогою яких домогосподарства, приватні компанії та урядові організації реалізують фінансові рішення, які вони приймають» [4].

Фінансові системи держав можуть відрізнятися за своєю структурою, оскільки вони є відображенням існуючої моделі економіки, але у всіх у них є загальна ознака — це різноманітні фонди фінансових ресурсів, які різняться методами мобілізації і напрямами використання. Нині у світі налічується понад 20 різних моделей фінансових систем окремих держав.

Структура фінансової системи динамічна. У державах із перехідною економікою фінансові системи характеризуються тим, що окремі їхні ланки перебувають на стадії формування. Це насамперед фінансовий ринок, страхові фонди і страховий ринок, державний кредит, місцеві фінанси.

Базовою ланкою фінансової системи є фінанси підприємницьких структур, до якої належать фінанси як виробничої, так і невиробничої сфер. Вони обслуговують створення валового внутрішнього продукту — основного джерела фінансових ресурсів. Нині підприємницькі структури володіють 25—30 % всіх фінансових ресурсів держави.

Фінанси виробничої сфери залежно від форми власності поділяються на державні, акціонерні, колективні, індивідуальні, орендні, спільні тощо, а залежно від виду діяльності суб'єкта господарювання — на фінанси машинобудування, будівництва, сільського господарства, транспорту тощо.

Фінанси соціальної сфери, яка поділяється на фінанси освіти, охорони здоров'я, культури, оборони й інших підрозділів, характеризуються особливостями створення й використання фондів та фінансових ресурсів, зокрема наявністю поряд із власними джерелами бюджетного фінансування.

Провідне місце належить підприємствам державної форми власності, хоча із розвитком ринкових відносин питома вага підприємств недержавної форми власності зростатиме.

У процесі своєї діяльності підприємства вступають у взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, з фізичними особами, з різними ланками фінансової системи. Фінанси підприємницьких структур пов'язані з розподільними і перерозподільними відносинами, які можна об'єднати у три групи: внутрішні, внутрішньокорпоративні й зовнішні.

Державні фінанси охоплюють: державний та місцеві бюджети; державні фонди цільового призначення; державний кредит; фінанси підприємств і організацій державної форми власності. У сфері державних фінансів грошові потоки відображають відносини перерозподілу ВВП. Переважно це зовнішні відносини. Провідне місце у державних фінансах належить бюджетам різних рівнів, які об'єднуються в Україні у зведеному бюджеті держави.

Мобілізуючи доходи до бюджету, держава впливає на фінансові можливості господарських структур і громадян, використовуючи насамперед податковий механізм

(за допомогою об’єктів оподаткування, ставок податків і пільг в оподаткуванні), а також створюючи сприятливий інвестиційний клімат для залучення зовнішніх джерел фінансування, зокрема, через надання привілеїв в імпорті, створення спеціальних економічних зон, технополісів тощо.

Деякі економісти до складу фінансової системи включають також фінанси домогосподарств [2]. До доходів домогосподарств належать доходи від продажу власного капіталу, землі, продукції підсобних господарств, доходи, одержані від здавання в оренду майна, відсотки на капітал, вкладений у цінні папери, тощо.

До видатків домогосподарств належать витрати на придбання споживчих товарів, оплату наданих послуг і виконаних робіт, формування заощаджень, купівлю цінних паперів та інші витрати.

Домогосподарства тісно пов’язані з іншими ланками фінансової системи. Так, домогосподарства отримують кошти з бюджету та від господарських структур у вигляді оплати праці та одержання безоплатних послуг від держави. Зі свого боку, домогосподарства вносять платежі до бюджету та централізованих фондів, беруть участь у формуванні і використанні страхових фондів, є суб’єктами фінансового ринку.

Сфера міжнародних фінансів відображає перерозподільні відносини на світовому рівні. Міжнародні фінансові відносини характеризують грошові потоки між суб’єктами різних країн: між урядами, між підприємствами, громадянами й урядами. Міжнародні фінансові організації вступають у взаємовідносини з урядами окремих країн з метою формування бюджету чи інших фондів цих організацій.

В своїх роботах В.М. Опарін розглядає фінансову систему з двох сторін: за внутрішньою (змістовою) структурою й організаційною будовою [3]

Близьким за змістом до цих визначень фінансової системи є її розуміння авторами підручника "Фінанси (теоретичні основи)" [5], які пишуть, що "фінансова система визначається, з одного боку, як сукупність певних сфер фінансових відносин, з іншого – різних інститутів, що забезпечують фінансування, взаємодію сфер і процес управління ними" [5].

Такої ж думки щодо фінансової системи дотримується Л. Безгубенко. «Фінансова система, – пише вона, – це сукупність відокремлених, але взаємопов'язаних між собою ланок фінансових відносин, що виникають у різних сферах виробничої та невиробничої діяльності в процесі вартісного розподілу і перерозподілу ВВП та національного доходу з метою формування, розподілу та використання фінансових ресурсів (що здійснюється у фондовій та безфондовій формах при перевазі першої) для задоволення суспільних інте- ресів і потреб» [6]. Це визначення вигідно відрізняється від попереднього тим, що автор не обмежується абстрактними, загальними положеннями про фінансові відносини, а конкретизує їх, показує, де, за яких обставин вони відбуваються та з якою метою вони діють.

М.І. Крупка у своїй монографії "Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України" підкреслює, що "фінансову систему можна розглядати як інфраструктуру різних фінансових інститутів, які здійснюють фінансові операції і одночасно є суб'єктами і об'єктами управління фінансами" [7]. Таке визначення фінансової системи веде до її ототожнення з фінансовою інфраструктурою (кредитно-банківськими установами, страховими компаніями, податковою системою та ін.), яка обслуговує об'єктивно наявні грошово-економічні відносини, що виникають між різними господарюючими суб'єктами, ними і державою, населенням; формуванням, розподілом і використанням різних фінансових фондів відповідно з організаційно-правовим їх оформленням, які власне являють собою ні що інше, як фінансову систему.

В.П. Кудряшов розглядає фінансову систему як "сукупність фінансових операцій, які проводяться суб'єктами фінансової діяльності з використанням певного фінансово-кредитного механізму" [8]. Фінансові операції – це лише дія відповідного органу, господарського суб'єкту (банку, страхової організації, бухгалтерії підприємства), тоді, коли система являє собою складну структуру окремих елементів, об'єктів, між якими існує відповідна взаємозалежність і зв'язок.

О.Я. Стойко та Д.І. Дема визначають фінансову систему як сукупність урегульованих фінансово-правовими нормами різних сфер фінансових відносин і фінансових установ, за допомогою яких формуються, розподіляються і використовуються централізовані й децентралізовані фонди грошових коштів [9].

Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський та О.Б. Стародубцева визначають фінансову систему як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих частин, ланок, елементів, безпосередньо пов'язаних із фінансовою діяльністю, що сприяють її здійсненню та створюють необхідні умови для протікання фінансових процесів. Фінансова система включає органи управління фінансами, фінансово-кредитні установи, фінансові ресурси, закони, правила, норми, що регулюють фінансову діяльність [10].

Більшість зарубіжних авторів визначають фінансову систему через ідентифікацію ключових структурних елементів її апарату. Наприклад, К. Макконнелл і С. Брю характеризують фінансову систему США як таку, що включає федеральну резервну систему, до якої належить 12 національних федеральних банків, які є одночасно і центральними банками (інші країни, як правило, обмежуються одним таким банком). До цієї системи включено також комерційні та ощадні установи [11].

Таблиця 1

Систематизація підходів до визначення сутності поняття «фінансова система» (розроблено автором за матеріалами [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11]

Автори	Визначення	Сутність підходу
В.М. Опарін	«За внутрішньою структурою фінансова система є сукупністю відносно відособлених взаємопов'язаних сфер і ланок, що відображають специфічні форми і методи фінансових відносин. За організаційною будовою фінансова система – це сукупність фінансових органів та інституцій, які управляють грошовими потоками».	Автор розглядає фінансову систему як таку, що має внутрішньо-змістову якість і організаційну будову.
М.В. Грінчина, В.Б. Захожая	«Фінансова система визначається, з одного боку, як сукупність певних сфер фінансових відносин, з іншого – різних інститутів, що забезпечують фінансу- вання, взаємодію сфер і процес управління ними».	Фінансова система розглядається відповідно до основних суб'єктів фінансових відносин держави, підприємств і населення.
Л. Безгубенко.	«Фінансова система – це сукупність відокремлених, але взаємопов'язаних між собою ланок фінансових відносин, що виникають у різних сферах виробничої та невиробничої діяльності в процесі вартісного розподілу і перерозподілу ВВП та національного доходу з метою формування, розподілу та використання фінансових ресурсів (що здійснюється у фондовій та безфондовій формах при перевазі першої) для задоволення суспільних інтересів і потреб».	Автор конкретизує складові фінансових відносин, показує, де, за яких обставин вони від-буваються та з якою метою вони відомі.

Продовження таблиці 1

О.Я. Стойко та Д.І. Дема	«Фінансова система - це сукупність урегульованих фінансово-правовими нормами різних сфер фінансових відносин і фінансових установ, за допомогою яких формуються, розподіляються і використовуються централізовані й децентралізовані фонди грошових коштів».	Автори розуміють фінансову систему через взаємодію сфер фінансових відносин та елементів фінансового апарату.
Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.	«Фінансова система - сукупність законів, правил, норм, що регулюють фінансову діяльність і фінансові відносини держави (грошова система, система фінансових установ)».	Автори в основу визначення фінансової системи беруть не базові економічні відносини, якими є фінансові відносини, а надбудовні нормативно-правові.
М.І. Крупка	«Фінансову систему можна розглядати як інфраструктуру різних фінансових інститутів, які здійснюють фінансові операції і одночасно є суб'єктами і об'єктами управління фінансами».	Ототожнення визначення фінансової системи з фінансовою інфраструктурою (кредитно-банківськими установами, страховими компаніями, податковою системою та ін.), яка обслуговує об'єктивно наявні грошово-економічні відносини, що виникають між різними господарюючими суб'єктами, ними і державою, населенням; формуванням, розподілом і використанням різних фінансових фондів відпо- відно з організаційно-правовим їх оформленням, які власне являють собою ні що інше, як фінансову систему.
К. Макконнелл і С. Брю	«Фінансова система – це система, що включає федеральну резервну систему, до якої належить 12 національних федеральних банків, які є одночасно і центральними банками (інші країни, як правило, обмежуються одним таким банком). До цієї системи включено також комерційні та ощадні установи».	Визначають фінансову систему через ідентифікацію ключових структурних елментів її апарату.

Розглянемо існуючі у вітчизняній та зарубіжних школах підходи до систематизації структурних елементів фінансових систем. Так, автор підручника "Гроші, банківництво і фінансові ринки" Ф. Мишкін відзначає, що «…головними складовими фінансової системи є кредитори (заощадники) і позичальники (витратники), фінансові посередники і фінансові ринки. Кредиторами і позичальниками можуть бути домогосподарства, підприємства, уряд, іноземці. Фінансові посередники – банки і небанківські фінансові установи»» [11].

На думку В.М. Опаріна, за внутрішньою будовою фінансова система являє собою сукупність відносно відособлених взаємозв’язаних сфер і ланок фінансових відносин, які відображають специфічні форми й методи розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту [3]. В основу виділення цих сфер покладено рівень економічної системи: рівень мікроекономіки — фінанси суб’єктів господарювання;

рівень макроекономіки — державні фінанси; рівень світового господарства — міжнародні фінанси; забезпечуюча сфера — фінансовий ринок (рис. 1).

Ланка фінансової системи є відособленою частиною фінансових відносин. Її виокремлення проводиться за ознакою наявності або відособленого фонду фінансових ресурсів, або специфічних форм і методів фінансових відносин.

По-друге, В.М. Опарін пропонує враховувати, що фінанси — це завжди певною мірою організовані відносини — чи у законодавчій, чи в інструктивній, чи у статутній, чи у договірній формах [3].

На думку автора, кожна з цих сфер має відповідне організаційне забезпечення, кожна рівнева сфера — певний склад доходів та видатків (витрат) та свою специфічну схему організації фінансової діяльності, а фінансовий ринок — форми фінансових ресурсів та методи торгівлі ними.

Рис. 1. Сфери фінансових відносин

В.М. Опарін пропонує виділення ланок фінансової системи за ознакою наявності або відособленого фонду грошових коштів, або специфічних форм і методів фінансових відносин.

Сфера міжнародних фінансів відображає перерозподільно-обмінні відносини та централізацію ресурсів на світовому рівні. Вона складається з двох частин — міжнародних фінансових відносин та безпосередньо міжнародних фінансів. Міжнародні фінансові відносини опосередковуються через міжнародні розрахунки, які, у свою чергу, ґрунтуються на використанні двох валют і встановленні валютного курсу. Нині процеси курсоутворення, купівлі та продажу необхідних валют пов'язані з функціонуванням валютного ринку, який формує специфічну ланку міжнародних фінансів. Безпосередньо міжнародні фінанси включають дві ланки — фінанси міжнародних організацій та міжнародні фінансові інституції.

Сфера фінансового ринку охоплює кругообіг фінансових ресурсів як специфічного товару. За формою ресурсів фінансовий ринок поділяється на ринок грошей і ринок капіталів. Функціонування фінансового ринку забезпечується через відповідні інституції — банки, інституційні інвестори, фондові біржі.

Внутрішню структуру фінансової системи, відображено у роботі В.М. Опаріна, представлено на рисунку 2.

Світова та регіональні фінансові системи складаються з двох рівнів:

— національні фінансові системи країн світу чи окремого регіону;

— міжнародні фінанси, які відображаються у централізованих на світовому чи регіональному рівнях коштах та фінансових ресурсах.

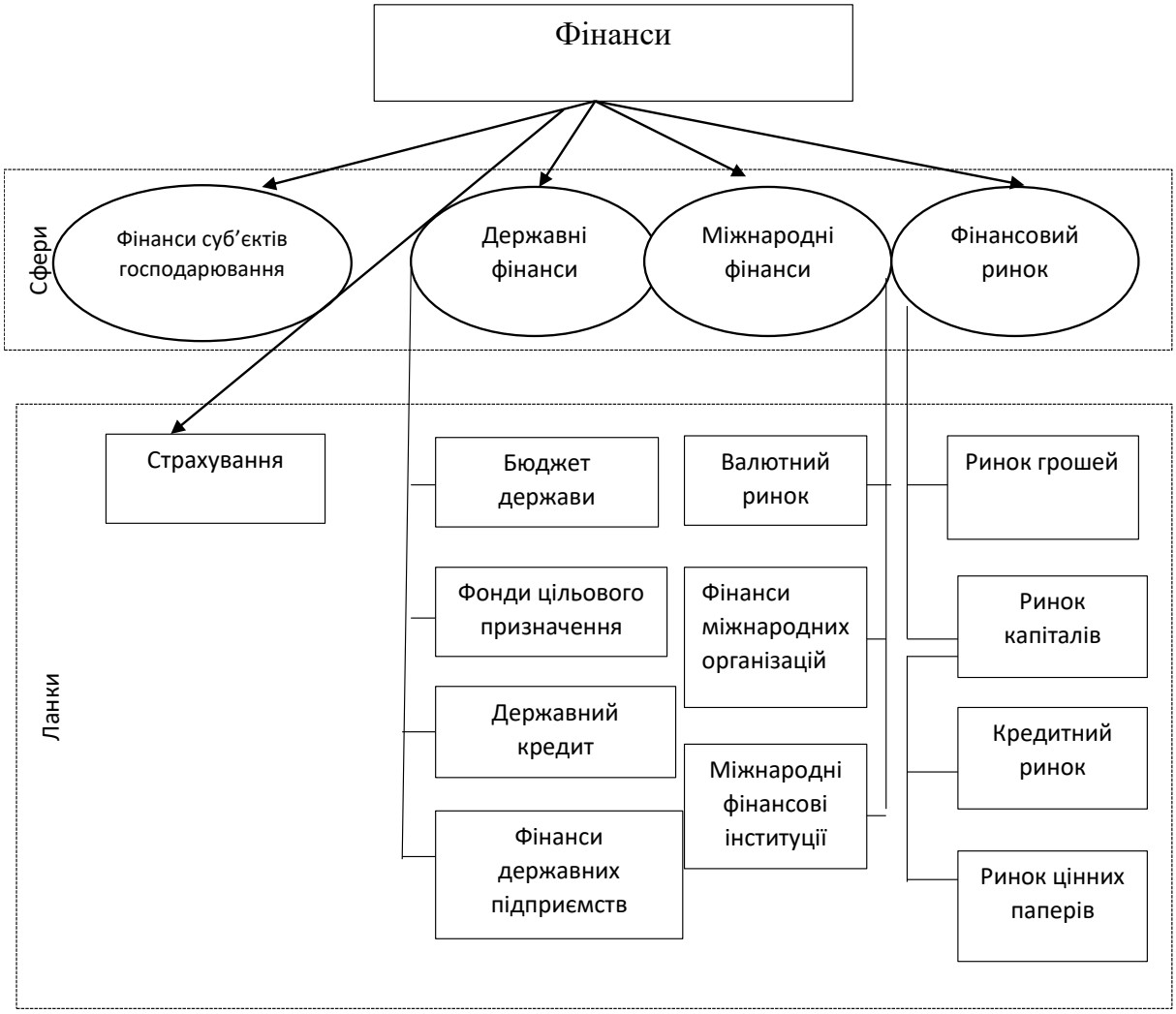


Рис. 2. Внутрішня структура фінансової системи

На думку автора, до складу міжнародних фінансів належать фінанси міжнародних організацій; міжнародні фінансові інституції, а також міжнародні валютний та фінансовий ринки (провідні банки та фондові біржі, що здійснюють операції в усьому світі чи певному регіоні).

С.І. Юрій та В.М. Федосов [13] вважають, що групування окремих суб'єктів фінансових відносин у загальну фінансову систему держави може здійснюватися за багатьма ознаками, що зумовлює дискусійність самого поняття фінансової системи та проблеми її структурування. Теоретично та методологічно сутність фінансової системи можна розглядати як за внутрішньою будовою, так і за організаційно-інституційною структурою. Обидва підходи відображені у науковій фінансовій літературі.

На думку окремих авторів, найчастіше фінансову систему структурують відповідно до форм власності – державні, недержавні фінанси, основних суб'єктів

фінансових відносин – фінанси домогосподарств, фінанси суб'єктів господарювання та фінанси держави та рівнів економічної системи – світове господарство, макрорівень, мікрорівень, субмікро-рівень [13].

Таким чином, узагальнюючи існуючі підходи до визначення поняття «фінансова система», та беручі до уваги трансформації, які відбуваються у формах та взаємодії її елементів, на наш погляд, під фінансовою системою слід розуміти сукупність фінансових ресурсів різних рівнів економічних систем (світове господарство, макрорівень, мікрорівень, субмікро-рівень), відповідних ланок фінансів за сферами (міжнародні фінанси, державні фінанси, фінанси підприємств, фінанси домогосподарств) та інституцій фінансового апарату, між якими існує закономірна взаємодія.

За результатами аналізу трансформацій, які сьогодні відбуваються в світовій фінансовій системі, в умовах глобалізації вона набуває нових характерних ознак:

по-перше, глобалізація світового ринку припускає його зростання у світовому масштабі за рахунок збільшення обороту торгівлі, кількості учасників та інструментів [14];

по-друге, процеси дерегуляції, інтеграції, та конвергенції міжнародних фінансових ринків, виникнення фінансових конгломератів, транснаціональних банків та корпорацій, що сприяли подальшій дерегуляції фінансових ринків та зменшенню впливу на них держави, заклали основи для використання фінансових ринків розвинутими країнами в якості дієвих механізмів перерозподілу світового багатства [14];

по-третє, процес інформатизації всіх сфер суспільного життя, привносить в систему світових економічних відносин принципово нові інструменти, застосування яких деякою мірою дозволяє фінансовим суб'єктам захистити себе від ризиків зміну курсів валют. З іншого боку фінансова глобалізація породжує міжнародну валютну, кредитну й фінансову нестабільність, що потребує відповідних механізмів урівноваження. При ухваленні рішення про доцільність інтегрування в систему міжнародних фінансових відносин того чи іншого інструментарію, необхідно адекватно оцінювати здатність його адаптації до реальної ринкової кон'юнктури. У зв'язку з цим найбільш важливою умовою стійкості процесу поступального соціально-економічного розвитку є упорядкованість елементів реальної і віртуальної економіки в єдину платіжну систему, що вимагає особливого підходу до аналізу складних взаємин між суб'єктами світових фінансів. Впровадження інноваційних технологій інформаційної економіки, з одного боку покликане забезпечувати безперебійний, негайний і безпечний рух фінансових потоків між агентами світової економіки, з іншого – має бути економічно обґрунтованим та відповідати реальному потенціалу глобальної системи міжнародних фінансів;

по-четверте, за останні роки розвиток науково-технічного прогресу та процесу глобальної інформатизації суспільства спричинили суттєві зміни і в платіжних системах: технічному забезпеченні, технологічному удосконаленні та застосуванні нових платіжних інструментів [14]. Зростаючий попит у нових платіжних засобах диктується розвитком електронної комерції в глобальній мережі Інтернет і супроводжується здешевлення процесу обміну і зменшення витраченого на нього часу з одночасним посиленням безпеки трансакцій;

по-п'яте, комп'ютерізація та інформатизація фінансових ринків ґрунтується на широкому використанні учасниками міжнародних платіжних систем, новітніх глобальних баз даних та інтегрованих систем управління операціями [15].

Роль інформації та комунікаційних технологій набуває все більш актуального значення в сучасному глобалізованому світі. Зі зниженням витрат на збір, зберігання та обробку даних, і значним зростанням обчислювальних потужностей, «діджиталізація» перетворюється все більше і більше на окрему економічну діяльність по всьому світу. Проте темп, на якому розвивається цифрова економіка, значно варіюється від країни до країни. Деякі країни швидко опановують цифрові технології, але більшість відстають у готовності брати участь в цифровій економіці. Хоча швидкість цифрових перетворень відрізняється в країнах світу, вони представляють як можливості, так і ризики для країн на всіх рівнях розвитку. Цей вплив залежить від готовності країн, підприємств та людей скористатися перевагами діджиталізації. Світова економіка все більше піддається впливу цифрових технології з потенційно глибокими збоями в організації промисловості, розвитку навичок, виробництві і торгівлі, що, в свою чергу, вимагатиме розробки відповідних регуляторних рамок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фінанси: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. — 2-ге вид., перероб. і доп. / О. Р. Романенко, С. Я. Огород¬ник, М. С. Зязюн, А. А. Славкова. — К.: КНЕУ, 2003. — 387 с.
2. Василик О.Д. Теорія фінансів: Підручник. -К.: НІОС, -2000. -416 с. ББК65.261 УДК 336.01 ISBN 966-95321-5-9
3. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія): Навч. посібник – 4-те вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2007. – 240 с.
4. Боди З., Мертон Р. Финансы : пер. с англ. М. : Вильямс, 2007.
5. Фінанси (теоретичні основи): Підручник / М. В. Грідчіна, В. Б. Захожай, Л. Л. Осіпчук та ін.; Під кер-вом і за наук. ред. М. В. Грідчіної, В. Б. Захожая. — 2-ге вид., випр. і допов. — К.: МАУП, 2004. — 312 с.: іл. — Бібліогр.: с. 299-303.
6. Безгубенко, Л. М. Фінанси суб'єктів господарювання [Текст] / Л. М. Безгубенко // Фінанси : підручник / С. І. Юрій, В. М. Федосов, Л. М. Алексеєнко, В. Г. Дем'янишин ; за ред. С. І. Юрія., В. М. Федосова. – К. : Знання, 2012. – С. 333-368.
7. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. – Львів, 2001. – С. 52.
8. Кудряшов В. П. Фінанси. Навчальний посібник. — Херсон, 2002. — 352 с.
9. Стойко О.Я., Дема Д.І. Фінанси: навч. посіб. / О.Я. Стойко, Д.І. Дема; за ред. О.Я. Стойка. – К.: Алерта, 2014. – 432 с.
10. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. "Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М." (ИНФРА-М, 2011)
11. Макконнелл К., Брю С. Экономикс. Принципы, проблемы, политика. В 2-х томах, т. И. – М.: Республика, 1992. – С. 275.
12. Mishkin F. Economics of the Money, Banking and Financial Markets. Third Edition.- 1992. P. 39-50, 157-161.
13. Фінанси [Текст]: підручник / За ред. С. І. Юрія, В. М. Федосова. – К.: Знання, 2008. – 611 с.
14. Білорус О.Г. Сучасна світова фінансово-економічна криза як прояв тотальної кризи системи глобалізму / Білорус О. //Економічний часопис- XXI.- №11-12 .- 2008 // http://soskin.info/ea/2008/11-12/zmist.html
15. Information Economy Report, 2015. – UNCTAD. - United Nations Publications, 2015

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.15
УДК 339

Тертичний Я.С., аспірант кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса

АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню світових тенденцій розвитку електронної торгівлі в контексті процесу інформаційної глобалізації. Досліджено сучасні регіональні та секторальні напрями розвитку електронної торгівлі. Визначено, що транзакції «бізнес для бізнесу» займає левову частку електронної комерції, проте сегмент «бізнес для споживачів» демонструє швидші теми зростання. Зазначено, що масштаби розвитку електронної торгівлі поширюються відповідно до технологічних змін, які відбуваються на ринках. Доведено, що трансграничні транзакції є характерними для електронної торгівлі країн, що розвиваються, в той час, як для розвинутих країн характерним є переважання внутрішніх замовників.

Ключові слова: електронна торгівля, інноваційно-комунікаційні технології, сектор «бізнес для бізнесу», сектор «бізнес для споживачів», он-лайн покупці, системи постачань.

Тертычный Я.С.

АНАЛИЗ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена исследованию мировых тенденций развития электронной торговли в контексте процесса информационной глобализации. Исследованы современные региональные и секторальные направления развития электронной торговли. Определено, что транзакции «бизнес для бизнеса» занимает львиную долю электронной коммерции, однако сегмент «бизнес для потребителей» демонстрирует быстрые темы роста. Отмечено, что масштабы развития электронной торговли распространяются в соответствии с технологическим изменениям, которые происходят на рынках. Доказано, что трансграничные транзакции являются характерными для электронной торговли развивающихся стран, в то время, как для развитых стран характерно преобладание внутренних заказчиков.

Ключевые слова: электронная торговля, инновационно-коммуникационные технологии, сектор «бизнес для бизнеса», сектор «бизнес для потребителей», он-лайн покупатели, системы поставок.

Tertychnyi Ya.S.

ANALYSIS OF WORLD TRENDS IN DEVELOPMENT OF THE ELECTRONIC COMMERCE IN THE CONTEXT OF INFORMATION GLOBALIZATION

The article is devoted to the study of global trends in the development of e-commerce in the context of the process of information globalization. The modern regional and sectoral directions of e-commerce development are explored. It has been determined that business-to-business transactions account for the lion's share of e-commerce, but the business segment for consumers demonstrates faster growth themes. It is noted that the extent of development of electronic commerce is distributed in accordance with technological changes taking place in

the markets. Cross-border transactions have been shown to be characteristic of e-commerce in developing countries, while for developed countries, the prevalence of domestic customers is characteristic.

Key words: e-commerce, innovation-communication technologies, business for business sector, business for consumers sector, online purchasers, supply systems.

Цифрова економіка створює нові продукти, формує нові потреби, а швидкість і обсяг отримання інформації збільшуються з кожним днем. Всі ці процеси відкривають значні можливості для створення і розвитку бізнесу, заснованого на нових технологічних рішеннях або бізнес-моделях, які не застосовувалися раніше. На сучасному етапі розвитку світової економіки все більше уваги приділяється цифровим технологіям та електронному бізнесу. Сюди спрямовуються інвестиційні потоки та тут накопичуються людські та фінансові ресурси світу.

Статистика показує, що найбільшого поширення сучасні технології отримали в країнах з найвищим співвідношенням ВВП до числа працюючого населення. Проте цифрова економіка залишається сферою з нерозкритим потенціалом для України.

Вимірювання електронної комерції ускладнено тим, що не існує всеосяжної офіційної статистики про вартість внутрішньої та міжнародної електронної комерції. Лише декілька країн - головним чином розвинених - збирають дані про доходи від електронної торгівлі. Доступна інформація дає підстави вважати, що ринок електронної торгівлі значно розширився протягом останнього десятиліття та продовжує зростати.

Проблемам дослідження основних драйверів цифрової економіки присвячені роботи таких зарубіжних дослідників, як: Р. Інклар, М. Тіммер, Б.Ван Арк, С. Халлер, Д. Сіфчлаг, А. Крімес, Р. Клео, Ф. Стівінс, Т. Нібель та інших. В той же час, у зв'язку із високим темпом трансформаційних процесів, властивих сьогоднішньому світу, багато аспектів світових тенденцій розвитку електронної комерції в контексті інформаційної глобалізації залишаються не вивченими.

Метою даної статті є визначення головних мейнстрімів розвитку електронної комерції в світі як складової системного процесу цифрової глобалізації.

Як свідчать статистичні дані Бюро перепису Сполучених Штатів [1], транзакції "бізнес-бізнес" складають переважну частку доходів від електронної торгівлі. У США загальний дохід від торгівлі електронною торгівлею, яка охоплює всі сектори економіки складала у 2012 році 5,4 трлн. дол. США, що відповідає більш ніж 18 відсоткам їх загальних доходів (таблиця 1) [1]. Важливість електронної комерції значно зросла за останні десять років. Її частка в загальних доходах торгівельних послуг збільшилася вдвічі з 15% у 2002 році до 30% у 2012 році. У виробництві частка електронної комерції у загальному обсязі надходжень зросла з 19% до 51% за цей же період (таблиця 1). Виробництво та оптова торгівля (основна частина яких стосується B2B) складала 89% загального доходу від електронної торгівлі, тоді як роздрібна торгівля (що відповідає B2C) становила лише 4%.

Переважання угод B2B в обсягах послуг електронної комерції спостерігається також в інших країнах. У Канаді майже дві третини (64 відсотки) вартості продажів в Інтернеті на підприємствах належали до B2B у 2013 році. У Республіці Корея, B2B становить 91 відсоток усіх доходів від електронної торгівлі в 2013 році, в Російській Федерації така частка оцінювалась в 2013 році на рівні 57%, серед яких - B2G (бізнес для держави) (34%) та B2C (9%). У Європі близько 14% доходів підприємств Європейського Союзу з 10 і більше працівниками (за винятком фінансового сектора) було створено в електронній торгівлі у 2013 році (рис. 1), збільшившись з 9% у 2004

році; B2B та B2G разом склали близько 87 відсотків від загальної вартості електронної комерції, на B2C залишилося 13%

Хоча B2C є найбільшою часткою електронної комерції, B2C розширюється і надалі. Наприклад, у США частка електронної комерції зросла з 15% до 30% в період між 2002 і 2012 роками (таблиця 1).

Таблиця 1. Сполучені Штати: загальна сума виручки та е-комерції, за секторами, 2002-2012 рр. ($ Млрд) [1]

Роки	Вартість і відванта-ження	Вироб-ництво	Оптова торгівля з покупцями	Вибрані галузі обслугову вання	Роздрібна торгівля	Всього	Частка е-комерції (вклю-чаючи послуги)	Частка е-комер-ції (крім послуг)
2002	Всього	3 921	4 162	–	3 129	11 211	–	
	Е-комерція	752	880	–	45	1 677	–	15%
2003	Всього	4 015	4 367	–	3 263	11646	–	
	Е-комерція	843	968	–	57	1 868	–	16%
2004	Всього	4 309	4 840	–	3 474	12 622	–	
	Е-комерція	996	1 060	–	72	2 129	–	17%
2005	Всього	4 742	5 243	–	3 690	13675	–	
	Е-комерція	1 344	1 228	–	91	2 663	–	19%
2006	Всього	5 016	5 584	–	3 874	14 473	–	
	Е-комерція	1 567	1 305	–	113	2 985	–	21%
2007	Всього	5 338	5 888	–	3 999	15226	–	
	Е-комерція	1 879	1 395	–	136	3 410	–	22%
2008	Всього	5 468	6 136	–	3 946	15 550	–	
	Е-комерція	2 171	1 422	–	141	3 734	–	24%
2009	Всього	4 420	5 144	–	3 630	13 193	–	
	Е-комерція	1 892	1 355	–	145	3 391	–	26%
2010	Всього	4 905	5 757	11 164	3 841	25 668		
	Е-комерція	2 350	1 547	302	169	4 368	17%	28%
2011	Всього	5 481	6 451	11 544	4 133	27 610		
	Е-комерція	2 704	1 696	338	198	4 936	18%	29%
2012	Всього	5 756	6 771	12 004	4 344	28 876		
	Е-комерція	2 989	1 789	366	227	5 371	19%	30%

У випадку B2C офіційна статистика та дані асоціацій електронної комерції доступні для 10 країн світу за кількістю онлайн-покупців. На основі такої статистики доходи B2C в цих країнах склали трохи більше 1 трильйону доларів США у 2013 році (таблиця 2). Китай мав найбільший ринок як з точки зору кількості онлайн-покупців, так і за доходами, тоді як Сполучене Королівство мало найвищі середні витрати на одного покупця в Інтернеті - майже в 5 тисяч доларів у 2013 році.

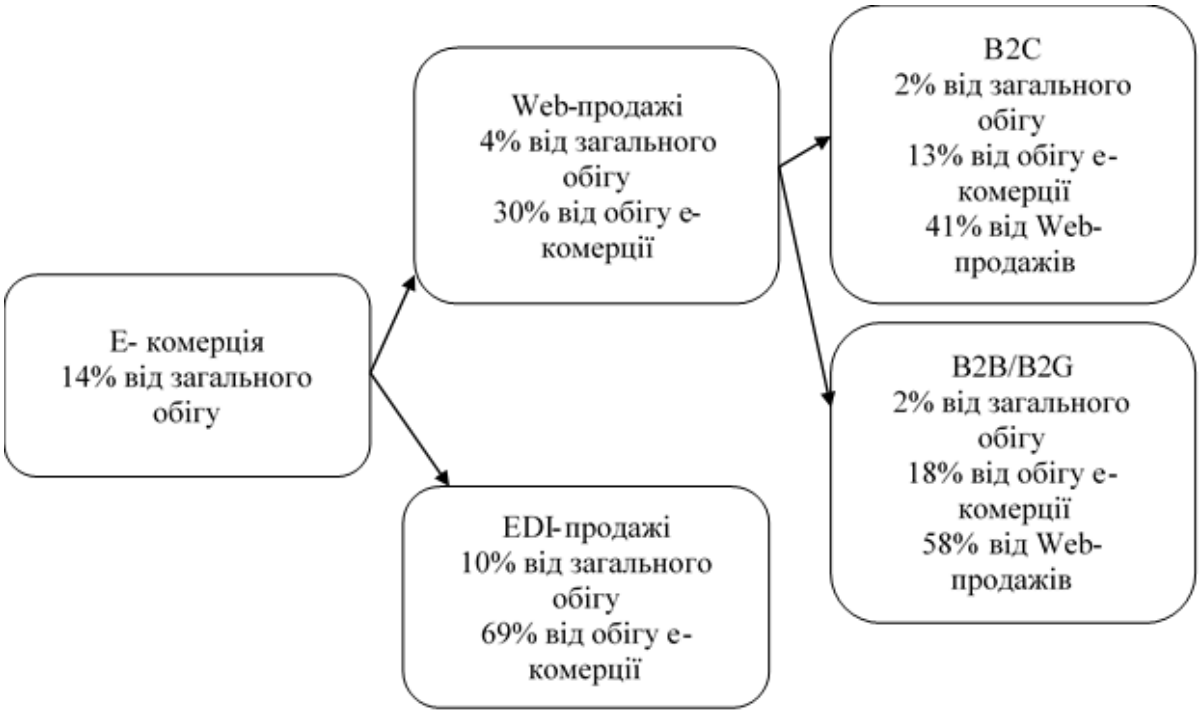


Рис. 1. Доходи від електронної комерції в ЄС, 2013 р.

В той час, коли на представників сектору B2B припадає більша частка електронної торгівлі, торгівля B2C зростає швидше. Подальший аналіз свідчить про те, що приблизно 36 відсотків глобальної електронної комерції B2B було зафіксовано Сполученими Штатами, Сполученим Королівством (18 відсотків), Японією (14 відсотків) та Китаєм (10 відсотків).

Оцінки приватних консультантів значно відрізняються залежно від методології, яка використовується для збору даних [2]. За прогнозами e-Marketer, електронна комерція B2C зросте вдвічі з $ 1,2 трлн в 2013 році до $ 2,4 трлн в 2018 році (рис. 2).

Найшвидший темп зростання очікується в регіоні Азії та Океанії, частка ринку якої збільшиться з 28 до 37 відсотків. Регіоном, який, за прогнозами, збільшить свою частку на світовому ринку, це Близький Схід та Африка з 2,2 до 2,5%. І навпаки, загальна частка Західної Європи та Північної Америки, як очікується, зменшиться з 61 до 53%.

Хоча Інтернет має зменшувати перешкоди для міжнародної торгівлі [4], різні фактори обмежують транскордонну електронну комерцію. Приклади включають ненадійні та тривалі транзитні періоди, складні та неоднозначні процеси повернення,

митні затримки, відсутність прозорості щодо поставок та ціноутворення, а також обмежені можливості змінювати терміни доставки та місце розташування (див. рис. 2).

Таблиця 2. Виручка B2C за 10 топ-країнами, ранжування за кількістю он-лайн покупців, 2012-2013 рр.[3]

	B2C маркет		Інтернет-покупці		Джерело***
	2013 (млрд, $)	Як частка B2B (%)	Кількість в мільйонах**	Щорічні витрати на кожного покупця	
Китай	301	18,5	271	1 111	Міністерство торгівлі
Сполучені Штати	263	4,7*	133	1 975	Бюро перепису населення
Японія	119*	5,3*	55	2 171	Міністерство економіки, торгівлі та промисловості
Німеччина	52	4,5*	33	1 593	Федеральне міністерство економіки та промисловості
Об'єднане Королівство	144	5,2*	30	4	Інтерактивні медіа в роздрібній групі
Російська федерація	13	14	20	662	Електронна комерція в Європі
Республіка Корея	22	2,2	19	1 195	KORSTAT
Франція	68	12	18	3 688	Федерація електронної комерції і дистанційних продажів
Бразилія	14	…	15	1 045	Бразильська асоціація торгівлі
Канада	19*	11,9	13	1 446	Статистика Канади
Оцінки глобальних продажів B2C у 2013 році	1 233	–		е-маркет	

* 2012

** отримані від опитування користувачів Інтернету, складених державними органами (за винятком країн Сполучених Штатів та Російської Федерації

*** відноситься до джерела економічної вартості B2C (конвертований у долари США, використовуючи середньорічний курс обміну). Індія може претендувати на топ-10, але не повідомляє о офіційні статистичні дані про кількість людей, які купують онлайн.

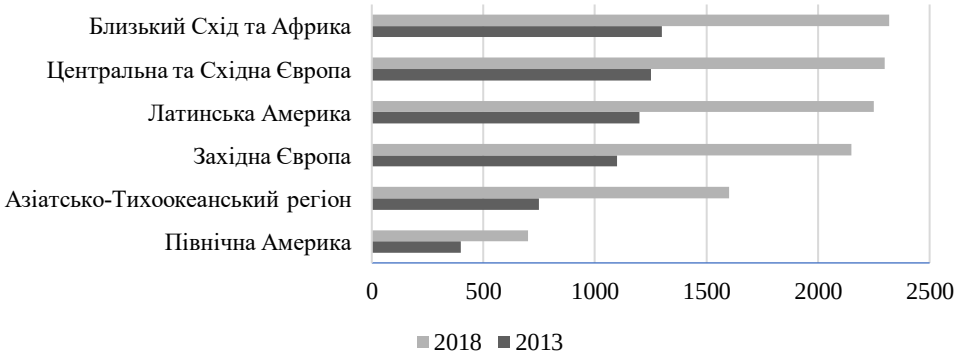


Рис. 2. Світові продажі е-комерції в секторі B2B, за регіонами, 2013 та 2018 (прогноз), млрд. дол. [3]

З точки зору транскордонної торгівлі товарами, дані державних служб статистики про обсяги міжнародного поштового трафіку невеликих пакетів, посилок та пакетів пропонують важливу інформацію про останні тенденції в електронній комерції. У період з 2011 по 2014 рр. загальні поставки таких предметів зросли приблизно на 48%. Дані свідчать про все більш важливу роль для країн, що розвиваються, особливо в Азії та Океанії (таблиця 3).

Таблиця 3. Міжнародні постачання невеликих пакетів, посилок та пакетів, 2011 та 2014 рр., розподіл регіональних потоків як частка глобальних потоків (%) [3]

2011	Розвинені країни	Африка	Азія та Океанія	Латинська Америка та Карибський басейн	Перехідні економіки	Світові
Розвинені країни	46,3	2,4	12,1	7	2,8	70,6
Африка	0,7	0,2	0,1	0	0	1
Азія та Океанія	21,6	0,3	2,7	0,5	0,4	25,5
Латинська Америка та Карибський басейн	1,7	0	0,1	0,3	0	2,1
Перехідні економіки	0,5	0	0	0	0,3	0,8
Світові	70,8	2,9	15	7,8	3,5	100
2014	Розвинені країни	Африка	Азія та Океанія	Латинська Америка та Карибський басейн	Перехідні економіки	Світові
Розвинені країни	33,3	1,7	20,4	4,6	3	63
Африка	0,7	0,3	0,1	0	0	1,1
Азія та Океанія	23,6	0,4	3,1	2	3,8	32,9
Латинська Америка та Карибський басейн	1,2	0	0,2	0,3	0	1,7
Перехідні економіки	0,6	0	0,1	0	0,6	1,3
Світові	59,4	2,4	23,9	6,9	7,4	100

Частка цього регіону у пов'язаному експорті зросла з 25,5 до 32,9 відсотка в той же період, тоді як її частка в імпорті зросла з 15 до 23,9 відсотка. Дані далі свідчать про те, що розвинені країни та Азія та Океанія справляють значний торговий профіцит у цій області, тоді як Латинська Америка та Карибський басейн, а також країни з перехідною економікою імпортують значно більше, ніж експортують. Як показано в таблиці 4, середній час необхідний для відправлення посилок є найкоротшим у випадках розвинутих країн та країн, що розвиваються в Азії та Океанії.

Таблиця 4. Середній період постачання посилок морем, 2 квартал 2013 р. та 1 квартал 2014 р., (кількість днів) [3]

	Розвинені країни	Африка	Азія та Океанія	Латинська Америка та Карибський басейн	Перехідні економіки	Світові
Розвинені країни	9,7	23,2	20,1	27,2	16,8	19,4
Африка	14,7	20,2	18,1	36,0	27,7	23,3
Азія та Океанія	17,9	23,9	17,8	28,3	23,5	22,3
Латинська Америка та Карибський басейн	16,5	25,9	21,9	23,3	25,5	22,6
Перехідні економіки	12,1	19,1	17,5	26,6	12,6	17,6
Світові	14,2	22,5	19,1	28,3	21,2	21,0

У розвинених країнах міжнародний аспект електронної комерції все ще відносно скромний. Європейські продажі електронної комерції переважно носять внутрішній характер. Оскільки 16 відсотків підприємств у Європейському Союзі в 2012 році продавалися на власних внутрішніх ринках в Інтернеті, лише 7 відсотків повідомляли про електронний обмін іншим країнам Європейського Союзу. У Данії, яка посідає перше місце серед країн Європейського Союзу, 30 відсотків підприємств використовують систему е-продажів, але лише кожен десятий повідомив, що продає клієнтам в іншій країні Європейського Союзу. У Канаді 80 відсотків вартості онлайн-продажів припадає на клієнтів у Канаді, 15 відсотків - на споживачів в США та 5 відсотків на інші країни. У Японії транскордонні операції становили близько 18 відсотків усіх операцій електронної комерції B2C [5].

Згідно з офіційною статистикою, в Азії більш ніж половина всіх транзакцій електронної торгівлі в Індії та Сінгапурі в 2013 році мала транскордонний характер. Що стосується Латинської Америки, то переважна більшість покупців в Інтернеті здійснюється в Колумбії, Парагваї та Республіці Венесуела, почасти через нерозвиненість вітчизняної електронної комерції [5].

Все більше і більше підприємств використовують можливості, створені завдяки покращеній взаємодії та більшій готовності споживачів робити покупки в Інтернеті. За деякими оцінками, більше 1 мільйона компаній вже займаються електронною торгівлею по всьому світу. Це включає в себе як спеціалізовані підприємства електронної комерції, для яких бізнес повністю покладається на Інтернет, так і підприємства, які прийняли стратегії електронної комерції щоб доповнити існуючу діяльність. Багато традиційних великих роздрібних компаній використовують електронну комерцію для захисту своїх акцій на ринку. Серед основних роздрібних торговців, які охопили канал онлайн-продажів, як доповнення до їхніх інших заходів, - Apple, Dell та Wal-Mart (всі країни Сполучених Штатів Америки), Отто (Німеччина), Теско (Великобританія) та Casino Guichard-Perrachon (Франція) [6].

Порівняно невелика кількість компаній контролює значну частку ринку електронної комерції, коли рівень концентрації залежить від регіону та від того, як визначається ринок (таблиця 5). У Сполучених Штатах 10 провідних інтернет-магазинів становили приблизно половину (52 відсотки) від загального обсягу продажів серед провідних 500 Інтернет-торговців. На більш різноманітному та роздробленому європейському ринку, 10-ти найкращих компаній становили 37 відсотків продажів 500 кращих інтернет-рітейлерів у 2012 році та 100 найвищих показників на 80 відсотків. Рівень концентрації вище в Азії, де загальний обсяг 10-ти найкращих продажів становив 86 відсотків обсягу продажів у мережі 500 кращих інтернет-магазинів регіону.

Ряд спеціалізованих компаній, які займаються електронною торгівлею лише з інтернет-продажами, відіграють помітну роль на ринку. У Сполучених Штатах такі компанії в 2013 році становили близько 41 відсотка ринку B2C електронної комерції. Найбільшою компанією електронної комерції за доходами в Інтернеті є Amazon.com, яка є однією з 10 найкращих інтернет-продавців у всіх регіонах, включених до таблиці 6. Китай показав виникнення декількох основних гравців, таких як Alibaba Group та JD.com (раніше 360Buy.com), які з'явилися серед провідних компаній електронної комерції у світі.

З точки зору валового товарного значення, найпопулярнішими електронними комерційними сайтами у світі в 2013 році були Alibaba, Amazon і eBay. Однак, з точки зору прибутку в Інтернеті, Amazon та eBay були значно більші, ніж Alibaba, що відображає той факт, що велика частка транзакцій Alibaba - це C2C, що становить лише

частину валової вартості доходу, що генерує продажі для ринку. За винятком Alibaba і Rakuten, всі інші провідні сайти електронної комерції походять із США.

Таблиця 5. Інтернет-купівлі в 2014 році за регіонами

Товари та послуги	Азія та Океанія	Європа	Близький Схід та Африка	Латинська Америка	Північна Америка
Одяг, аксесуари та взуття	57	34	26	28	42
Електронне обладнання	41	25	26	29	30
Тури та бронювання готелів	53	33	35	32	43
Бронювання авіаквитків	59	34	39	36	43
Мобільні телефони	44	22	28	27	22
Квитки на заходи	50	33	28	31	35
Комп'ютерне обладнання	36	23	25	20	29
Друковані книги	50	30	22	24	31
Програмне забезпечення	33	19	27	18	27
Електронні книги	43	22	29	23	35
Спортивні товари	42	19	20	19	21
Музика (не завантажена)	33	19	21	19	30
Відео, DVD та ігри	32	21	23	21	33
Косметика	43	21	19	20	21
Особиста гігієна	43	17	18	14	16
Бакалія	41	14	15	11	14
Іграшки та ляльки	40	16	18	17	24
Автомобілі, мотоцикли та аксесуари	20	13	16	11	15
Тваринні продукти	26	15	14	11	19
Дитячі товари	29	12	16	11	12
Квіти	21	11	16	10	21
Алкогольні напої	25	9	11	8	10

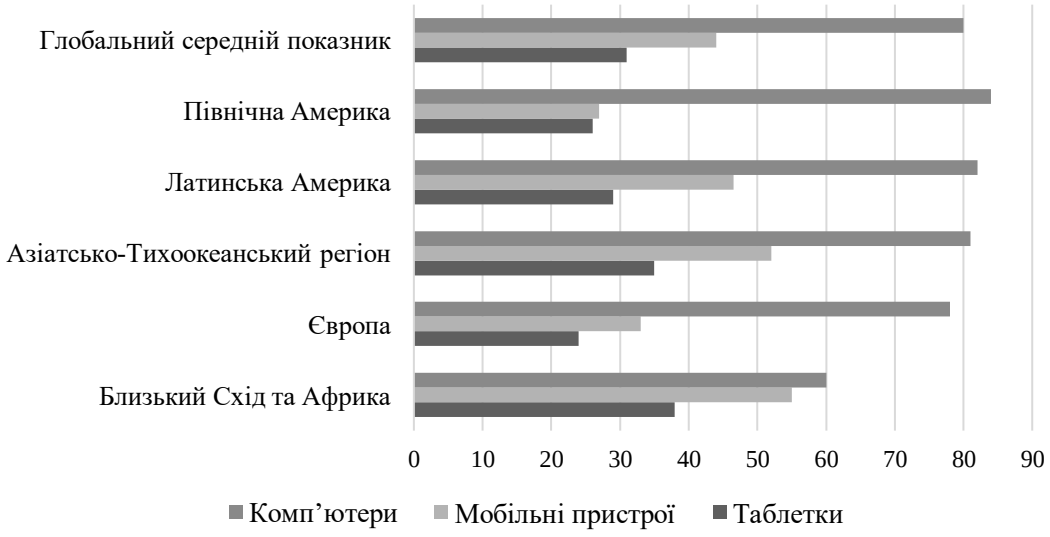


Рис. 3. Використання електронних пристроїв для Інтернет-купівель, за регіонами, 2014 рік.

Щоб оцінити потенціал електронної комерції в країні, корисно розглянути спрощений процес транзакції електронної торгівлі (рис. 4). Кілька факторів, що полегшують, впливають на можливості успішного здійснення таких операцій: доступний Інтернет, механізми оплати товарів і послуг, замовлених в Інтернеті, та ефективні рішення щодо їх доставки (в електронному або фізичному плані). Правова та нормативна база також впливає на ступінь, якою підприємства та споживачі готові здійснювати транзакції в Інтернеті. На рисунку 4 зображені операції B2C. Замінивши «споживача» на «придбання бізнесу», схему також можна застосовувати до B2B.

Доступ до Інтернету для покупців і продавців необхідний для здійснення онлайн-шопінгу. За даними Міжнародного союзу електрозв'язку (ITU), у 2013 році нараховувалося 2,7 мільярда користувачів Інтернету по всьому світу [7].

Рис. 4. Процес транзакції в сфері е-комерції B2C

З цього випливає, що майже чотири десятки людей у всьому світі теоретично можуть здійснювати покупки в Інтернеті з різних місцеположень, таких як власний будинок, телецентри або мобільні пристрої.

Частка підприємств, які мають доступ до Інтернету, значною мірою впливає на їх розмір, тоді як великі компанії прагнуть мати набагато більший рівень використання, ніж менші. З боку продавця, веб-присутність для прийняття замовлень є необхідною (навіть якщо вона передана стороннім особам).

Кількість веб-сайтів електронної комерції є корисним показником можливостей отримання онлайн-замовлень. Згідно з офіційним джерелом, у 2014 році близько 110 000 сайтів електронної торгівлі в світі принесли незначний прибуток. Однак дані не регулярно збираються та не доступні країнами. Враховуючи, що сайти електронної комерції вимагають програмного забезпечення безпеки, одним із широко доступних проксі-серверів для якості інфраструктури електронної комерції є кількість захищених серверів, що використовують технологію шифрування для транзакцій в Інтернеті. Між країнами у цій сфері існують значні відмінності. У 2013 році в країнах з високими доходами було більше 800 серверів захищених даних на мільйон жителів, порівняно з одним сервером на мільйон жителів HPC.

Обсяг електронної комерції впливає на якість доставки товару. Багато споживачів звертаються до електронної комерції через бажаність завантажувати цифрові продукти або зручність отримання фізичних продуктів у своїх будинках. Слабкі сторони в інфраструктурі доставки можуть серйозно ускладнити електронну комерцію, особливо для товарів.

Для B2C можна виділити чотири загальні режими доставки:

• Інтернет-постачання цифрових продуктів, таких як книги, відео, музика та комп'ютерне програмне забезпечення. Для цього типу якість підключення до Інтернету є ключовим фактором. Аналіз даних панельних даних за 10 років з 43 країн визначив, що широкосмуговий проникнення є одним з найважливіших змінних, що пояснює різноманітність міжнаціональних витрат на електронну роздрібну торгівлю [8];

• доставка фізичного продукту: коли товар замовлений, його можна доставити покупцеві через поштову/пакетну експрес-мережу або власну мережу доставки продавця;

• покупець збирається придбати фізичний продукт: це, як правило, в магазині, на якому замовлено товар, або поблизу відділення, якщо він замовлений через центральний роздрібний веб-сайт. Деякі роздрібні торговці мають "шафки" у певних місцях, де покупець може піти забирати товар. Іноді товар доставляється до поштового відділення/відділу посилок для забирання або тому, що немає доставки додому або пакунок потрібен підпис;

• покупець "йде" на замовлену послугу: це, як правило, стосується покупок в режимі он-лайн подорожей, де покупці купують авіапереліт, прокат автомобілів, проживання в готелі або квитки на подію.

Цифрова поставка може відбуватися кількома способами: миттєва та постійне завантаження на комп'ютер користувача, обмежене завантаження (наприклад, продукт прокату, відео, термін дії якого закінчується через певний час), потокове передавання або хмарне зберігання. Процес цифрової доставки впливає на якість підключення до Інтернету покупця. У випадку малих цифрових продуктів (наприклад, пісні чи книги) досить повільна швидкість завантаження може бути достатньою. Більші цифрові продукти, такі як завантаження або потокове відео, вимагають більшої пропускної здатності. Поточна послуга відеоспостереження Netflix кількісно визначає швидкість, необхідну для використання її сервісу. Вони варіюються від 0,5 мегабіт на секунду (Мб / с), мінімальне необхідне з'єднання до 5 Мбіт / с, рекомендована швидкість для високої чіткості (HD).

Поштові системи відіграють ключову роль у логістиці електронної комерції. Вони часто залишаються найбільш рентабельним способом відправлення посилок. Протягом останнього десятиліття процедура обробки поштових відправлень стала важливою для поштової системи з точки зору обсягу та доходів. Хоча кількість листів, що відправляються всередині та за кордоном значно знизилася, з 2000 року частковий трафік збільшився більш ніж на 30 відсотків, частково завдяки електронній комерції. У Латинській Америці та країнах Карибського басейну, а також у розвинених країнах понад одну третину загальних доходів в 2014 році було сформовано поштою [9].

Найбільша гнучкість у доставці товарів - це можливість їх доставити до будинку покупця. За даними Універсального поштового союзу (UPU), понад 90% населення у розвинутих економіках, країнах з перехідною економікою та в Азії можуть отримувати посилки з доставкою додому. У Африці та Океанії відповідний показник нижче 40 відсотків. Інший варіант полягає в тому, щоб посилки було доставлено до поштового відділення, звідки покупець може потім отримати їх. Дані UPU показують, що більша частина населення Африки та Океанії відновлює свою пошту з поштового відділення. Більше 10 відсотків населення цих регіонів не мають доступу до поштових відправлень або доставки. У всьому світі лише близько 4 відсотків населення не мають доступу до поштових послуг.

Багато поштових систем повинні стати більш ефективними та створювати продукти для задоволення потреб електронної комерції. Тим не менш, поштова мережа

залишається найважливішою національною інфраструктурою для загального доступу міських жителів та, що важливіше, для споживачів та виробників, розташованих поза міськими територіями. Досягнення національної поштової мережі в більшості країн та його здатність підключатися до більш широкої міжнародної поштової мережі робить це економічно ефективним способом підключення всіх громадян і підприємств до глобальної економіки електронної торгівлі.

Низька матеріально-технічна інфраструктура залишається проблемою для підприємств, що займаються електронною торгівлею в багатьох країнах. Поки великі підприємства, такі як інтернет-магазини, можуть вибрати кращі для власних дистрибутивних мереж, цей варіант недоступний для мікро- і малих підприємств, яким може знадобитися вивчення інших інноваційних рішень. Доставка за межами дому, яка включає в себе пункти збору, доставку на роботу, шафові шкали та зберігання в магазині, є одним з варіантів підвищення привабливості електронної комерції в країнах, що розвиваються.

Таким чином, проведений аналіз існуючих статистичних даних щодо розвитку електронної комерції за період з 2002 року по 2014 рік дає нам можливість визначити такі основні тенденції даного процесу:

- за останні десятиріччя електронна комерція демонструє значні темпи зростання і найближчі роки очікується, що дана динаміка буде тільки пришвидшуватись; транзакції «бізнес для бізнесу» займає левову частку електронної комерції, проте сегмент «»бізнес для споживачів» демонструє швидші теми зростання;
- більшість серед 1,1 млрд. світових цифрових покупців зараз перебувають у країнах, що розвиваються. Світова статс тиска фіксує значне зростання електронної торгівлі в країнах, що розвиваються. Китай перетворився з регіонального в глобального лідера електронної торгівлі в сегменті «бізнес для споживачів». Очікується зростання частки на глобальному ринку електронної торгівлі країн Близького Сходу та Африки, в той час, як частка Західної Європи та Північної Америки може поступово знижуватись;
- масштаби розвитку електронної торгівлі поширюються відповідно до технологічних змін, які відбуваються на ринках. Зростання соціальної мережевої активності розширення доступу до Інтернету, інновації в секторі поставок дають можливість залучати до електронної торгівлі ландшафт країн, що розвиваються. Локальні підприємства електронної торгівлі, іноді за підтримки іноземних інвесторів, також мають значний потенціал до зростання;
- найбільша частка електронної торгівлі зафіксована в секторі комп'ютерної техніки та послуг, пов'язаних з цим сектором;
- трансграничні транзакції є характерними для електронної торгівлі країн, що розвиваються, в той час, як для розвинутих країн характерним є переважання внутрішніх замовників. У зв'язку із цим, такі чинники, як час транзиту, логістика, витрати на доставку морем, небажання використовувати он-лан платежі, брак прозорості у постачанні та ціноутворенні, є визначальними для розвитку електронної комерції в країнах, що розвиваються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бюро перепису Сполучених Штатів. URL: http://www.census.gov/econ/estats/2012/all2012tables.html.
2. Fraumeni BM (2001). E-commerce: Measurement and measurement issues // American Economic Review. – 91(2): 318-322.
3. Information Economy Report 2015. – UN Publication. - 2015. – 136 p.

4. Terzi N. (2011). The impact of e-commerce on international trade and employment Procedia – Social and Behavioral Sciences. Proceedings of the 7th International Strategic Management Conference.- 24: 745 – 753
5. Key business drivers and opportunities in cross-border e-commerce: international expansion on emerging markets. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http;//payvision.com / cross-border-e-commerce-report-2014
6. Global power in retailing 2014: Retail beyond begins. – Deloitte Global Services Ltd
7. Measuring the information society 2013. – ITU. – Geneva – 2013
8. Kshetri N. Cloud computing in developing economies. IEEE Computer. – 2010. – 43(10): 47-55
9. Universal Postal Union (2014). Development Strategies for the Postal Sector: An Economic Perspective. UPU Berne Available at http;//unstats.un.org/trade/events/2014

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.16
УДК 336.14

Грабчак К. М., магістрант Донецького національного університету імені Василя Стуса
Матвійчук В.І., к. е. н., доцент кафедри фінансів та банківської справи Донецького національного університету імені Василя Стуса

ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Досліджено сучасний стан формування фінансових ресурсів місцевих бюджетів. Розглянуто вітчизняний та зарубіжний досвід у сфері формування дохідної частини місцевих бюджетів. Досліджено динаміку обсягу доходів місцевих бюджетів України та Польщі за 2012-2017 роки. Проаналізовано склад і структуру доходів місцевих бюджетів України та Польщі. Визначено, що для місцевих бюджетів України характерним є їх формування за рахунок міжбюджетних трансфертів з державного бюджету, що свідчить про значну залежність органів місцевого самоврядування від центральної влади та неспроможність значною мірою самостійно забезпечувати та координувати соціально-економічний розвиток підвідомчих територій. Виявлено основні проблеми формування дохідної частини місцевих бюджетів України. На основі проведеного дослідження зроблено висновки щодо необхідності удосконалення процесу формування дохідної частини місцевих бюджетів України. Завдяки конкретизації проблем запропоновано шляхи збільшення дохідної частини місцевих бюджетів України.

Ключові слова: доходи місцевих бюджетів, місцеві органи влади, власні доходи, міжбюджетні трансферти, податкові надходження, місцеві бюджети, місцеві податки та збори.

Грабчак Е. Н., Матвийчук В. И.

ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Исследовано современное состояние формирования финансовых ресурсов местных бюджетов. Рассмотрены отечественный и зарубежный опыт в сфере формирования доходной части местных бюджетов. Исследована динамика объема доходов местных бюджетов Украины и Польши за 2012-2017 годы. Проанализирован состав и структура доходов местных бюджетов Украины и Польши. Определено, что для местных бюджетов Украины характерно их формирования за счет межбюджетных трансфертов из государственного бюджета, что свидетельствует о значительной зависимости органов местного самоуправления от центральной власти и неспособность в значительной мере самостоятельно обеспечивать и координировать социально-экономическое развитие подведомственных территорий. Выявлены основные проблемы формирования доходной части местных бюджетов Украины. На основе проведенного исследования сделаны выводы о необходимости совершенствования процесса формирования доходной части местных бюджетов Украины. Благодаря конкретизации проблем предложены пути увеличения доходной части местных бюджетов Украины.

Ключевые слова: доходы местных бюджетов, местные органы власти, собственные доходы, межбюджетные трансферты, налоговые поступления, местные бюджеты, местные налоги и сборы.

Hrabchak K., Matviychuk V.

FORMATION OF THE REFUGEE PART OF LOCAL BUDGETS: DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE

The present state of formation of financial resources of local budgets is investigated. The domestic and foreign experience in the field of forming the revenue part of local budgets is considered. The dynamics of the volume of incomes of local budgets of Ukraine and Poland for 2012-2017 years is investigated. The composition and structure of revenues of local budgets of Ukraine and Poland are analyzed. It is determined that for local budgets of Ukraine, their formation is characterized by intergovernmental transfers from the state budget, which indicates the significant dependence of local self-government bodies on central government and the inability to provide and coordinate the socio-economic development of subordinate territories on their own. The main problems of formation of the revenue part of local budgets of Ukraine are revealed. On the basis of the conducted research, conclusions were made on the need to improve the process of forming the revenue part of the local budgets of Ukraine. Due to specification of problems, ways of increasing the revenue part of local budgets of Ukraine are proposed.

Key words: local budget revenues, local authorities, own revenues, intergovernmental transfers, tax revenues, local budgets, local taxes and fees.

Постановка проблеми. Місцеві бюджети є основою фінансової бази органів місцевого самоврядування, адже саме з них здійснюється фінансування закладів освіти, охорони здоров'я, культури, здійснюються видатки на соціальне забезпечення населення. Протягом останніх років структура доходів місцевих бюджетів України зберігається практично незмінною та характеризується переважанням частки міжбюджетних трансфертів. Залежність місцевих органів влади від міжбюджетних трансфертів із державного бюджету свідчить про неможливість органів місцевого самоврядування самостійно і в повному обсязі забезпечувати соціально-економічний розвиток підвідомчих територій.

В умовах розширення повноважень, якими наділяються місцеві органи влади, надзвичайно важливим завданням є удосконалення процесу формування дохідної частини місцевих бюджетів і пошук шляхів її збільшення. Вирішення цього завдання сприятиме підвищенню рівня фінансової незалежності органів місцевого самоврядування та якісному виконанню покладених на них завдань і функцій. У зв'язку з цим на сьогодні необхідним є вивчення досвіду зарубіжних країн у формуванні доходів місцевих бюджетів і визначення можливостей його застосування в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням, які пов'язані з удосконаленням процесу формування дохідної частини місцевих бюджетів, а також вивченням зарубіжного досвіду щодо наповнення місцевих бюджетів, присвячені праці багатьох вітчизняних вчених, таких як О. Кириленко [2; 5; 6], В. Зайчикова [3], І. Луніна [5], А. Лучка [2; 5],. В. Письменний [4; 6; 8], Б. Малиняк [6], Т. Бондарук [7] та інші. Однак не дивлячись на значну кількість наукових публікацій в даній сфері, необхідність у подальшому дослідженні обумовлена постійними змінами, що відбуваються в процесі формування доходів місцевих бюджетів.

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо удосконалення процесу формування дохідної частини місцевих бюджетів України на підставі вивчення та узагальнення досвіду зарубіжних країн у наповненні місцевих бюджетів.

Виклад основного матеріалу. Важливу роль у соціально-економічному розвитку адміністративно-територіальних утворень, а також забезпеченні населення

якісними суспільними послугами відіграють місцеві органи влади. Однак реалізація делегованих державою та власних самоврядних повноважень органами місцевого самоврядування на належному рівні можлива лише за умови адекватного фінансового забезпечення, ключову роль у якому відіграють власні доходи місцевих органів влади. На сьогоднішній день місцеві органи влади залишаються незабезпеченими достатнім обсягом власних фінансових ресурсів, що є перешкодою для їх ефективного функціонування.

В країнах Європи власні доходи є основним джерелом надходжень до місцевих бюджетів. Так, наприклад, у Швеції, Швейцарії, Фінляндії, Австрії за рахунок власних доходів формується понад 70% доходів місцевих бюджетів, у Франції та Данії – понад 60%, в Іспанії – 50%, у Норвегії – 56 % [9, с. 93; 10, с. 15] (рис. 1). В Україні за рахунок власних і закріплених доходів формується в середньому 45% доходів місцевих бюджетів, що свідчить про недостатній рівень забезпечення органів місцевого самоврядування власними доходами та високий рівень їхньої залежності від державного бюджету.

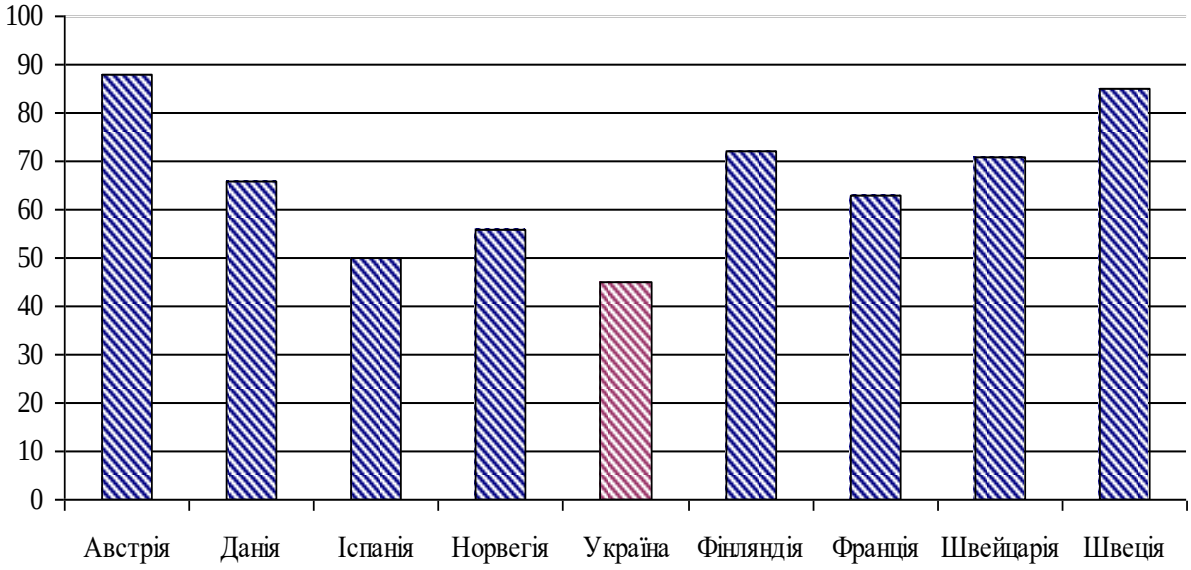


Рисунок 1 – Питома вага власних доходів у структурі доходів місцевих бюджетів країн світу, %

Основою дохідної частини місцевих бюджетів більшості держав є надходження від сплати місцевих податків і зборів. Саме завдяки місцевим податкам і зборам здійснюється фінансування діяльності місцевих органів влади та забезпечується належне виконання покладених на них завдань і функцій. Їхня частка у загальній сумі власних доходів місцевих бюджетів становить в Австрії – 72%, у США – 66%, в Японії – 55%, у Франції – 48%, у Швейцарії – 46%. За рахунок місцевих податків формуються 61% муніципальних доходів у Швеції, 51% – у Данії, 46% – у Німеччині, 43% – у Норвегії, 37% – у Великій Британії, 34% – у Фінляндії, 31% – в Іспанії [7, с. 57] (рис. 2).

В Україні ж частка надходжень від сплати місцевих податків і зборів у загальній структурі власних і закріплених доходів місцевих бюджетів в середньому становить

15%. Це означає, що місцеві податки та збори не відіграють суттєвої ролі при формуванні доходів місцевих бюджетів України.

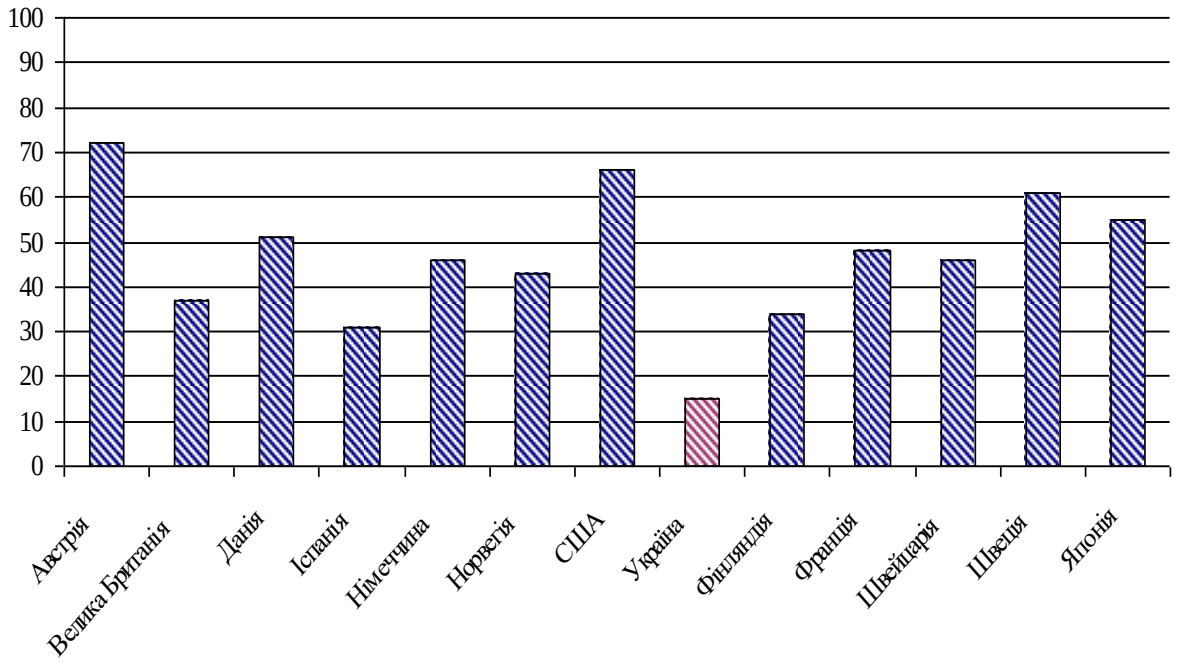


Рисунок 2 – Питома вага надходжень від сплати місцевих податків і зборів у структурі власних доходів місцевих бюджетів країн світу, %

У порівнянні з власними доходами неподаткові надходження виконують менш значну роль під час формування місцевих бюджетів. До них відносяться доходи від власності, що належить органам місцевого самоврядування, від комунальних послуг, комерційної діяльності, продажу нерухомості, штрафів, грошових зборів. Надходження до місцевих бюджетів більшості зарубіжних країн із цього джерела коливаються в межах 10-25%. Частка неподаткових надходжень у загальній структурі доходів місцевих бюджетів України протягом 2012-2017 років коливалася в межах від 11,3% до 16,7%.

На основі статистичних даних [1; 12; 13; 14] проведено співставлення структури доходів місцевих бюджетів в Польщі та Україні.

Загальний дохід місцевих бюджетів Польщі у 2016 році збільшився на 16,1% порівняно з 2015 роком. Частка трансфертів у доходах місцевих бюджетів протягом 2012-2016 років зменшилася на 0,8% та на кінець 2016 року склала 50,1% (рис. 3).

Щодо України, то частка міжбюджетних трансфертів у загальній структурі доходів місцевих бюджетів коливалася в межах від 52,4% до 59,1% та на кінець 2017 року склала 54,3% (рис. 4).

Проводячи дослідження було виявлено, що в структурі власних доходів місцевих бюджетів Польщі та України є багато спільних складових. Це податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток підприємств, плата за землю, податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки та інші.

У 2016 році власні доходи місцевих бюджетів Польщі збільшилися на 3,1% в порівнянні з 2015 роком. Найбільшу частку у власних доходах місцевих органів влади

займає податок на доходи фізичних осіб, а саме 35,4% у 2012 році та 38,5% у 2016 році (рис. 5).

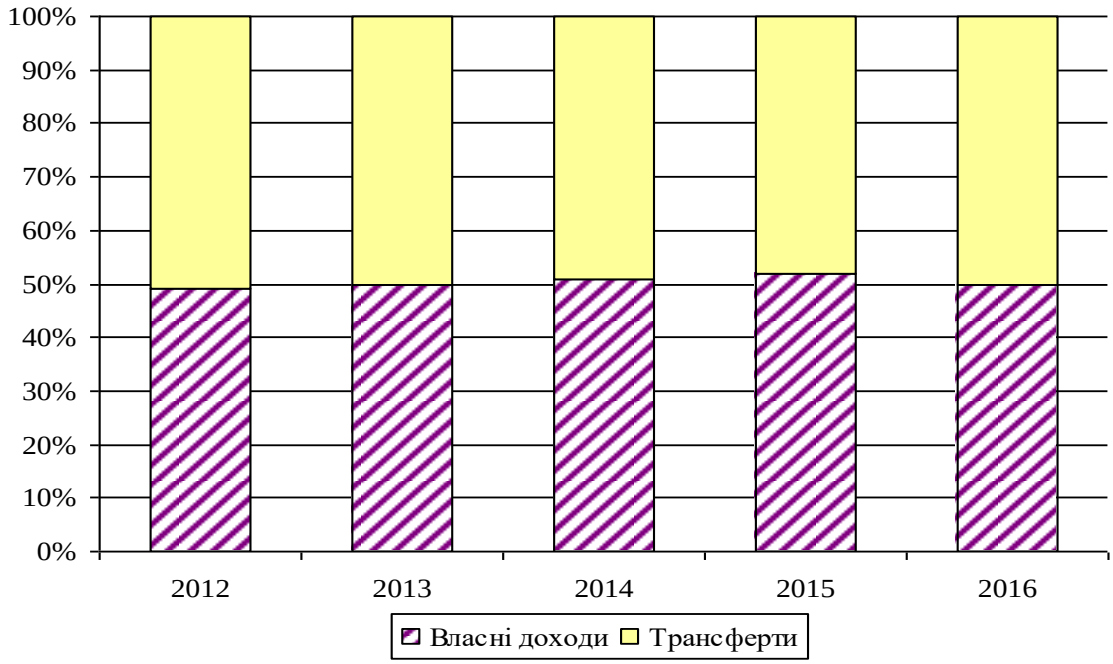


Рисунок 3 – Динаміка структури доходів місцевих бюджетів Польщі в 2012-2016 роках, %

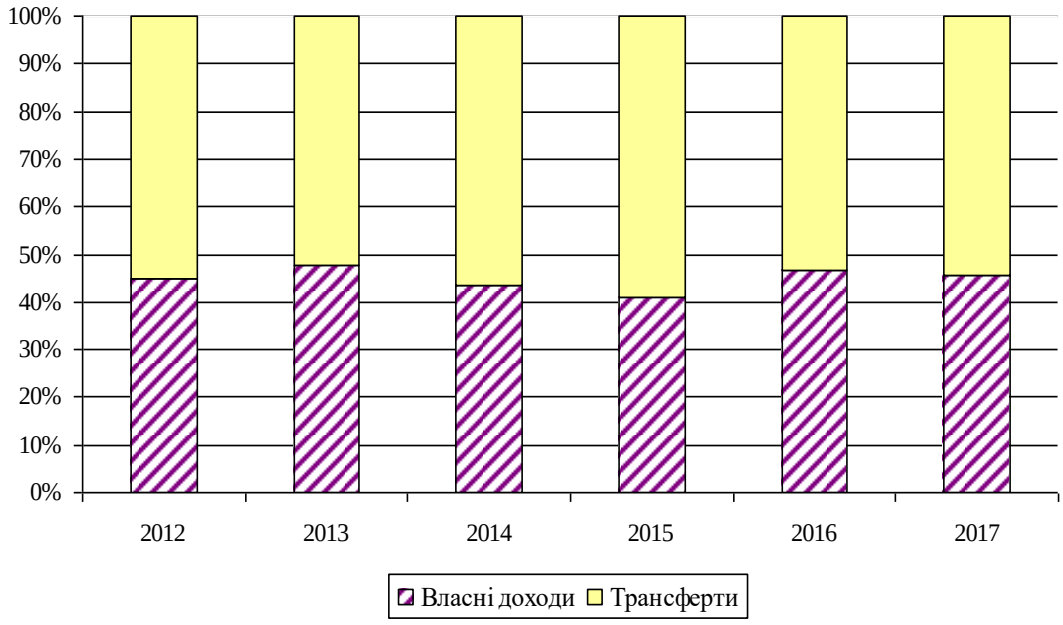


Рисунок 4 – Динаміка структури доходів місцевих бюджетів України в 2012-2017 роках, %

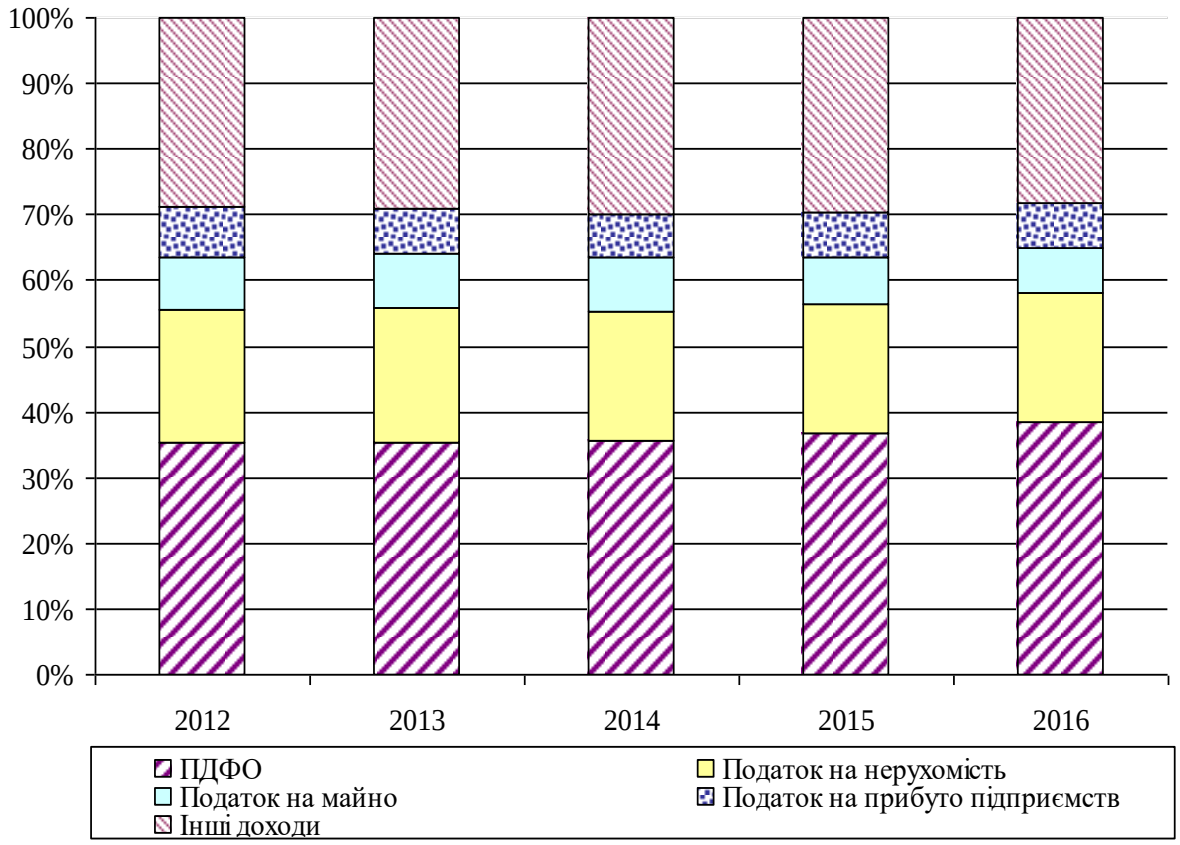


Рисунок 5 – Динаміка структури власних доходів місцевих бюджетів Польщі в 2012-2016 роках, %

Друге місце за обсягом надходжень до місцевих бюджетів Польщі посідає податок на нерухомість, частка якого на кінець 2016 року склала 19,5%. Частка надходжень від податку на прибуток підприємств у доходах місцевих бюджетів у 2016 році становила 7%. Також вагоме місце в складі власних доходів органів місцевого самоврядування посідає податок на майно, частка якого на кінець 2016 року склала 6,9% (див. рис. 5).

Щодо України, то протягом 2012-2017 років відбулося незначне збільшення загального обсягу власних доходів лише на 1%. Протягом 2012-2017 років простежується зменшення частки податку на доходи фізичних осіб в структурі власних доходів місцевих бюджетів на 12,4% (рис. 6). Проте, не зважаючи на таке зменшення, даний вид доходів залишається основним джерелом наповнення місцевих бюджетів України.

Протягом 2012-2014 років вагому частку в загальній структурі власних доходів місцевих бюджетів України займала плата за землю: в середньому 12,2%. Проте змінами, що відбулися в податковому законодавстві, даний податок було віднесено до складу податку на майно. Саме тому в період з 2015 по 2017 роки друге місце в структурі власних доходів місцевих бюджетів України займає податок на майно. Його частка в загальній структурі власних доходів місцевих бюджетів у середньому становить 13,5% (див. рис. 6).

Третє місце в структурі власних доходів місцевих бюджетів України посідає єдиний податок, частка якого протягом 2012-2017 років збільшилася на 5,4% (див. рис. 6).

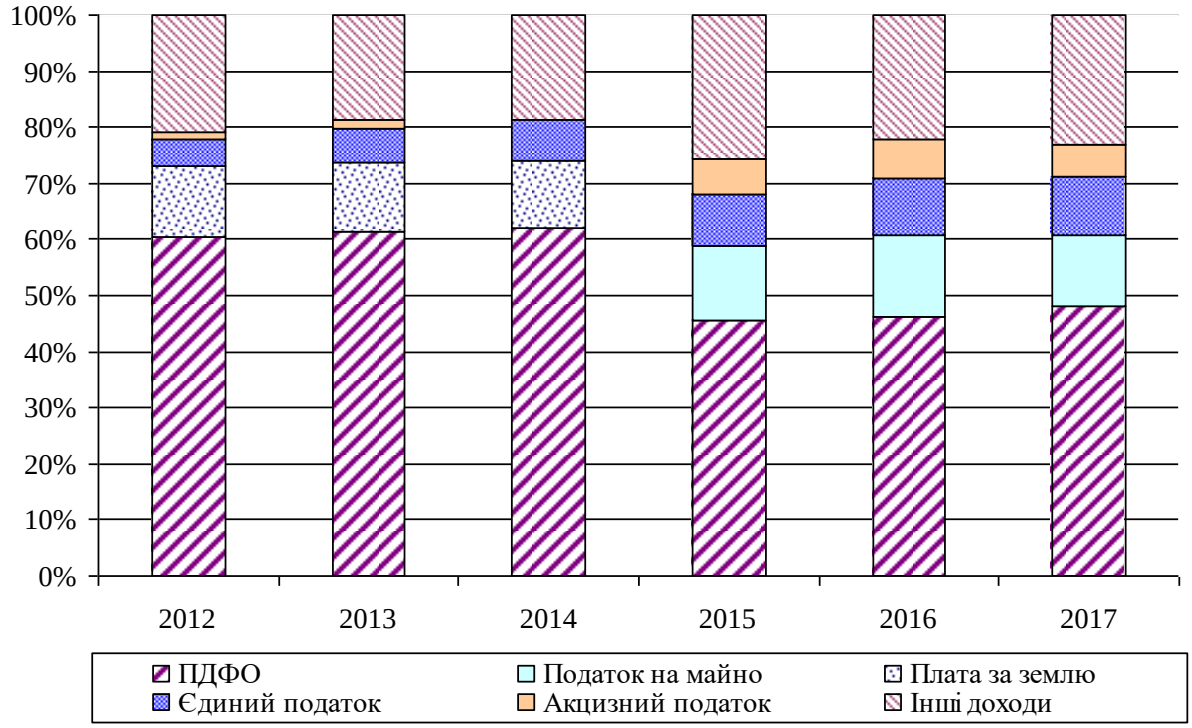
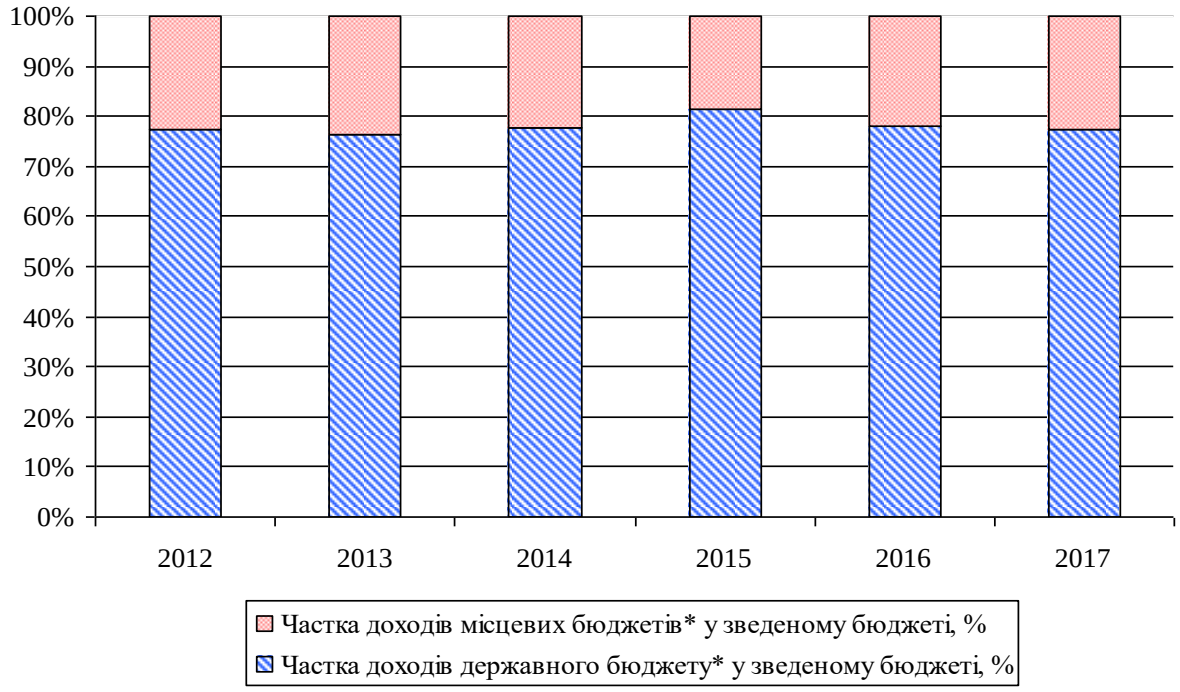


Рисунок 6 – Динаміка структури власних доходів місцевих бюджетів України в 2012-2017 роках, %

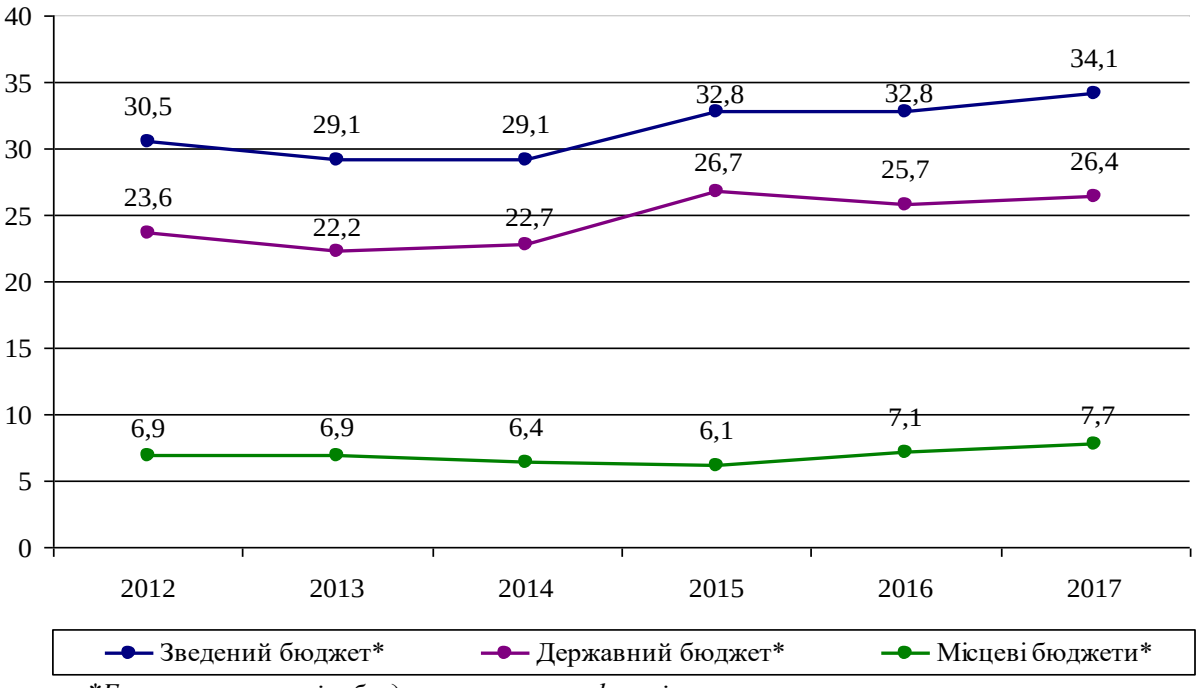
Протягом останніх років в Україні постає проблема щодо високого рівня зосередження бюджетних ресурсів на державному рівні: у місцевих бюджетах зосереджується від 20% бюджетних ресурсів, відповідно у державному бюджеті – понад 70%. Частка доходів місцевих бюджетів без урахування трансфертів у доходах зведеного бюджету України в період з 2012 по 2014 роки коливалася в межах від 22,2% до 23,8% (див. рис. 7). У 2015 році відбулося різке зниження цієї частки на 3,7% у порівнянні з попереднім роком, що пов'язане з поступовим впровадженням процесів бюджетно-фінансової децентралізації в країні. Проте надалі спостерігалася тенденція до збільшення частки доходів місцевих бюджетів у доходах зведеного бюджету України, яка на кінець 2017 року склала 22,6%.

Частка ВВП, яка розподіляється через місцеві бюджети, показує, яку питому вагу всієї сукупності благ та послуг, створених у державі за рік, акумулюють та перерозподіляють через місцеві бюджети. Державний бюджет відіграє значно більшу роль у перерозподілі ВВП, ніж місцеві бюджети. У 2012 році частка ВВП, що розподіляється через місцеві бюджети, становила 6,9%, а в 2017 році – 7,7% (рис. 8). Необхідно зазначити, що частка доходів місцевих бюджетів у ВВП в 3-4 рази нижча, ніж частка доходів державного бюджету у ВВП. Це вказує на значну централізацію бюджетних коштів та їх перерозподіл через державний бюджет.



**Без урахування міжбюджетних трансфертів*

Рисунок 7 – Частка доходів державного та місцевих бюджетів у зведеному бюджеті України в 2012-2017 роках, %



**Без урахування міжбюджетних трансфертів*

Рисунок 8 – Частка доходів зведеного, державного та місцевих бюджетів у ВВП в 2012-2017 роках, %

В результаті проведеного дослідження виявлено актуальні проблеми формування дохідної частини місцевих бюджетів України:

– переважання частки міжбюджетних трансфертів у загальній структурі доходів місцевих бюджетів, що підтверджує недостатній рівень забезпеченості органів місцевого самоврядування власними доходами та високий рівень їхньої залежності від державного бюджету;

– низька питома вага надходжень від сплати місцевих податків і зборів у структурі доходів місцевих бюджетів. Це означає, що місцеві податки та збори не відіграють суттєвої ролі у доходах місцевих бюджетів України;

– незначна роль інших груп доходів в процесі формування доходів місцевих бюджетів;

– спрямування значної частини податкових надходжень місцевих бюджетів (податку на доходи фізичних осіб, податку на прибуток підприємств, податку на додану вартість, акцизного податку) до державного бюджету, що виступає причиною низької питомої ваги податкових надходжень в структурі місцевого бюджету;

– низька частка ВВП, що розподіляється через місцеві бюджети. Це вказує на значну централізацію бюджетних коштів та їх перерозподіл через державний бюджет;

– відсутність зацікавленості місцевих органів влади у максимальній мобілізації надходжень від сплати як місцевих, так і загальнодержавних податків і зборів.

Висновки. Незважаючи на значні зрушення у становленні та розвитку місцевого самоврядування протягом усіх років незалежності України, більшість територіальних громад в умовах сьогодення не мають можливості самостійно і в достатньому обсязі формувати доходи своїх бюджетів. Рівень фінансової незалежності місцевих органів влади невисокий, причиною цього є значне переважання делегованих повноважень над власними, залежність дохідної частини місцевих бюджетів від міжбюджетних трансфертів з державного бюджету, незначна фіскальна роль місцевих податків і зборів, нерівномірний розподіл бюджетних ресурсів між регіонами України.

Реальні фінансові можливості органів місцевого самоврядування значно обмежуються, що, у свою чергу, є гальмівним фактором демократичних перетворень у державі. З метою збільшення дохідної частини місцевих бюджетів України доцільно забезпечити провадження таких наступних заходів:

– оскільки податок на доходи фізичних осіб є основним бюджетоутворюючим джерелом доходів місцевих бюджетів, то необхідним є переведення даного податку до складу місцевих податків і зборів. Це дасть змогу збільшити власні надходження органів місцевого самоврядування і відповідно зменшить рівень їхньої залежності від державного бюджету;

– зменшити частку відрахувань від деяких податкових надходжень місцевих бюджетів (податку на прибуток підприємств, акцизного податку) до державного бюджету. Це приведе до збільшення питомої ваги податкових надходжень в структурі доходів місцевих бюджетів;

– враховуючи особливості та закономірності у соціально-економічному розвитку територій місцевим органам влади необхідно використовувати більші ставки місцевих податків і зборів, що дасть змогу мобілізувати максимальний обсяг надходжень від їх сплати до місцевих бюджетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gospodarka finansowa jednostek samorzadu terytorialnego 2016 – Warszawa, 2017. – 147 с.
2. Кириленко О. П. Зміцнення фінансових основ місцевого самоврядування в Болгарії та Польщі: досвід реформ та висновки для України / О. Кириленко, А. Лучка // Світ фінансів. – 2007. – № 3. – С. 16-31.
3. Зайчикова В. В. Місцеві фінанси України та європейських країн : монографія / В. В. Зайчикова. – К. : НДФІ, 2007. – 299 с.
4. Письменний В. В. Податковий аспект зміцнення власної дохідної бази місцевих бюджетів України / В. Письменний // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – Вип. 2. – С. 61-70.
5. Диверсифікація доходів місцевих бюджетів : монографія / [Луніна І. О., Кириленко О. П., Лучка А. В. та ін.] ; за ред. д. е. н. І. О. Луніної ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2010. – 320 с.
6. Кириленко О. П. Зарубіжна практика надання інвестиційних субвенцій місцевим бюджетам і перспективи її запровадження в Україні / О. П. Кириленко, Б. С. Малиняк, В. В. Письменний // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль, 2011. – № 4.
7. Бондарук Т. Г. Зарубіжний досвід місцевого оподаткування та можливості його застосування в Україні / Т. Г. Бондарук // збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. –№1. – 2011. – С. 56-66.
8. Письменний В. В., Палац Х. П. Сучасні виклики системи фінансового вирівнювання територій: досвід України і скандинавських країн // Вісник Запорізького національного університету. «Економічні науки». – 2014. – №3. – С. 112–122.
9. Тулай. О. І. Зарубіжний досвід функціонування місцевих бюджетів та можливості його імплементації у вітчизняну практику / О. І. Тулай // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 99. – С. 93-97.
10. Большенко С. Ф. Особливості формування місцевих бюджетів в европейських країнах / С. Ф. Большенко, Н. И. Никифорова // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ": сб. науч. тр. Темат. вып.: Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 6. – С. 12-18.
11. Прохорчук Н. О. Фінансове забезпечення органів місцевого самоврядування: зарубіжний досвід / Н. О. Прохорчук // Фінанси і кредит. – 2014. – С. 304-305.
12. Бюджет України за 2014 рік: статистичний збірник / [Л. М. Калініченко, Г. В. Гайдученко, Г. Ф. Ткаченко та ін.] – К.: Міністерство фінансів України, 2015 – 307 с.
13. Бюджет України за 2016 рік: статистичний збірник / [Л. М. Калініченко, Г. В. Гайдученко, Г. Ф. Ткаченко та ін.] – К.: Міністерство фінансів України, 2017 – 316 с.
14. Бюджет України за 2017 рік: статистичний збірник / [Л. М. Калініченко, Г. В. Гайдученко, Г. Ф. Ткаченко та ін.] – К.: Міністерство фінансів України, 2018 – 307 с.

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.17
УДК 338.43
Баглюк Ю.Б., к.е.н., доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса
Шевчук О.Ю., магістрант, Донецький національний університет імені Василя Стуса

МОДЕЛЬ MCKINSEY 7-S ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У даній роботі розглянуто теоретичні та прикладні аспекти застосування моделі McKinsey 7-S для оцінювання готовності підприємства ПрАТ «Чумак» до змін та подальшого стратегічного розвитку. На сьогоднішній день нестабільність зовнішнього середовища чинить безперервний вплив на підприємство, та саме внутрішнє середовище підприємства буде відігравати важливу роль у готовності підприємства до змін у відповідь на їх дію. Саме тому одним із сучасних інструментів дослідження аспектів внутрішнього середовища є модель McKinsey 7-S. Займаючись дослідженням внутрішнього середовища підприємства, модель McKinsey 7-S дозволить менеджерам в загальному оцінити рівень ефективності їх функціонування та готовності до змін, а також прийняти зважені рішення щодо управління потенційними ризиками та витратами, що супроводжують необхідні зміни. Модель McKinsey 7-S призначена для виявлення протиріч в роботі компанії і налагодження бізнес-процесів. Взаємодія всередині компанії - це запорука успіху, стратегія не може суперечити системі цінностей, а стиль відносин впливає на склад персоналу. У статті оцінено конкурентоспроможність підприємства, виявлено основні недоліки в управлінні компанією та надані рекомендації щодо їх усунення.

Ключові слова: модель McKinsey 7-S, готовність до змін, стратегічний аналіз, підприємство з переробки плодоовочевої продукції, внутрішнє середовище підприємства, конкурентоспроможність.

Баглюк Ю. Б., Шевчук О. Ю.

МОДЕЛЬ MCKINSEY 7-S КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной работе рассмотрены теоретические и прикладные аспекты применения модели McKinsey 7-S для оценки готовности предприятия ЗАО «Чумак» к изменениям и дальнейшего стратегического развития. На сегодняшний день нестабильность внешней среды оказывает непрерывное воздействие на предприятие, и именно внутренняя среда предприятия будет играть важную роль в готовности предприятия к изменениям в ответ на их действие. Именно поэтому одним из современных инструментов исследования аспектов внутренней среды является модель McKinsey 7-S. Занимаясь исследованием внутренней среды предприятия, модель McKinsey 7-S позволит менеджерам в общем оценить уровень эффективности их функционирования и готовности к изменениям, а также принять взвешенные решения по управлению потенциальными рисками и расходами, сопровождающих необходимые изменения. Модель McKinsey 7-S предназначена для выявления противоречий в работе компании и налаживания бизнес-процессов. Взаимодействие внутри компании - это залог успеха, стратегия не может противоречить системе ценностей, а стиль отношений влияет на состав персонала. В статье оценено конкурентоспособность предприятия, выявлены основные недостатки в управлении компанией и даны рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: модель McKinsey 7-S, готовность к изменениям, стратегический анализ, предприятие по переработке плодоовощной продукции, внутренняя среда предприятия, конкурентоспособность.

Bahliuk Y., Shevchuk O.

MCKINSEY 7-S MODEL AS AN INSTRUMENT FOR EVALUATION OF PRUM "CHUMAK"

In this paper the theoretical and applied aspects of the application of the McKinsey 7-S model for assessing the readiness of Chumak PJSC for changes and further strategic development are considered. To date, the instability of the environment has a continuous impact on the enterprise, the same internal environment of the enterprise will play an important role in the readiness of the enterprise to change in response to their action. That's why the McKinsey 7-S model is one of the contemporary tools for researching aspects of the internal environment. By studying the enterprise's internal environment, the McKinsey 7-S model will allow managers to generally assess the performance of their operations and readiness for change, and make informed decisions about managing potential risks and costs that accompany the required changes. The McKinsey model is designed to detect inconsistencies in the work of the company and the establishment of business processes. Interaction within the company is a guarantee of success, the strategy can not contradict the system of values, and the style of relations affects the staff. The article assesses the competitiveness of the enterprise, identifies the main shortcomings in the management of the company and provides recommendations for their elimination.

Keywords: McKinsey 7-S model, readiness for change, strategic analysis, fruit and vegetable processing enterprise, internal environment of enterprise, competitiveness.

Актуальність В сьогоднішніх умовах фінансово-економічної кризи в Україні головною метою багатьох підприємств є створення системи адаптації до мінливості зовнішніх умов та підвищеної динамічності внутрішнього середовища. Також важливі методи якими можна досягнути підвищення ефективності функціонування та розвитку підприємства. Саме тому необхідно здійснити оцінювання готовності ПрАТ «Чумак» до змін, щоб ідентифікувати слабкі елементи, які можуть призвести до кризових ситуацій у майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На даний час багато науковців та практиків знаходяться в пошуку відповідей на питання, в який спосіб та якими методами досягнути збільшення ефективності функціонування підприємства їхні дослідження знайшли відображення в працях Г. Мінцберга, А. Чандлера, Б. Карлофа. Вагомий внесок у подальший розвиток системи стратегічного планування та управління здійснили А. Томпсон, А. Стрикленд, Д. Абелль, Ф. Котлер, О. Віханський, Р. Фатхутдінов, З. Шершньова, Б. Мізюк, О. Тридід, В. Василенко, Т. Ткаченко, А. Юданов. Однак, зважаючи на велику кількість теоретичних розробок з даної тематики, практична реалізація стратегічного підходу в управлінні з використанням інструментів, зокрема, матричних методів, стратегічного аналізу потребує подальших досліджень.

Мета статті Метою є розгляд теоретичних та практичних аспектів оцінювання поточного стану конкурентоспроможності підприємства ПрАТ «Чумак», використовуючи модель McKinsey 7-S, що дозволить в загальному оцінити рівень ефективності функціонування та готовності до стратегічних змін. А також запропонувати обґрунтовані рішення щодо управління потенційними ризиками та витратами, що супроводжують такі зміни на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досить широку популярність отримала модель McKinsey 7-S, розроблена в 80-ті роки минулого століття колективом американських авторів Т. Пітерсом і Р. Уотерманом. Вони вирішили з'ясувати секрет успіху управління провідними американськими компаніями: Hewlett-Packard, Intel,

Procter & Gamble, Johnson & Johnson, McDonald's та іншими, сформулювавши спільні правила ефективного ведення бізнесу. Виділені ними принципи і сьогодні не втрачають своєї актуальності. Вони дозволяють осмислити значущі внутрішні аспекти розвитку і модернізації підприємства [1].

На даний час модель отримала світове поширення і захопила довіру багатьох бізнесменів та професіоналів зі стратегічного менеджменту і маркетингу, які застосовують її для побудови та оптимізації правильних бізнес-процесів всередині компанії. Перевага моделі (у порівнянні з іншими моделями оцінки мікросередовища компанії) в тому, що вона робить акцент на значущості людського чинника в розвитку компанії і розглядає структуру підприємства не тільки з боку наявних матеріальних цінностей.

Модель була розроблена співробітниками компанії «McKinsey» для оцінки ефективності діяльності організації шляхом наочного аналізу семи основних елементів фірми: стратегії, навичок, спільних цінностей (корпоративної культури), структури, співробітників, систем і стилю. Назва моделі пов'язана із тим, що всі її компонети, які підлягають оцінці, починаються з англійської літери S: Strategy, Skills, Shared Values, Structure, Staff, Systems, Style.

Як показано на рис. 1, ключові елементи компанії знаходяться у взаємній залежності один від одного, і таким чином спільно беруть участь в створенні ефективної конкурентоспроможної організації. Нижче представлений вид моделі McKinsey 7-S: всі елементи пов'язані між собою і розбиті на 2 великі області «гнучкі» і «жорсткі». «Жорсткими» елементами мікросередовища компанії є три складові: структура, стратегія і система управління в організації. «Жорсткі» елементи найпростіше описати, оцінити, і тому ними простіше керувати. «М'які елементи», до яких відносяться всі інші складові моделі важче піддаються управлінню та оцінці, але зате нерідко є головними складовими компанії і можуть зробити довгострокову конкурентну перевагу [1].

Система цінностей компанії не випадково розташована в центрі моделі. Розробники моделі бажали підкреслити важливість та вплив сформованих механізмів роботи і місії компанії на всі інші елементи внутрішнього середовища.

Strategy - Стратегія. Стратегія являє собою план розвитку організації відповідно до цілей бізнесу (підвищення ефективності виробництва, зростання прибутковості і т. ін.). Вона спрямована на визначення пріоритетів та потреб компанії, забезпечення успішності її діяльності.

Стратегія визначає вектор розвитку підприємства, завдання та перелік заходів по їх досягненню. Для того щоб сприяти підвищенню конкурентоспроможності та створенню стійких переваг, вона повинна співвідноситися з місією та цінностями компанії, бути конкретною і чіткою, основуватись на довгострокових цілях.

Skills - Сукупність навичок. Під навичками маються на увазі практичні навички та компетенції, якими володіє персонал підприємства, а також відмінні риси, властиві компанії, завдяки яким вона виділяється на фоні конкурентів.

Shared Values - Спільні цінності. Ціноутворюючий елемент концепції, що відображає стандарти і норми роботи в компанії, принципи взаємодії співробітників, їх ставлення до діяльності організації, своєї праці і місця в ній. Спільні цінності - це ядро корпоративної культури підприємства.

На думку авторів моделі, в цьому компоненті містяться ті переконання, які лежать в основі діяльності компанії і розділяються всіма співробітниками без винятку.

Система цінностей підтримується за рахунок історій, легенд, досягнень, які свідчать про стійкі принципи існування організації і ведення бізнесу.

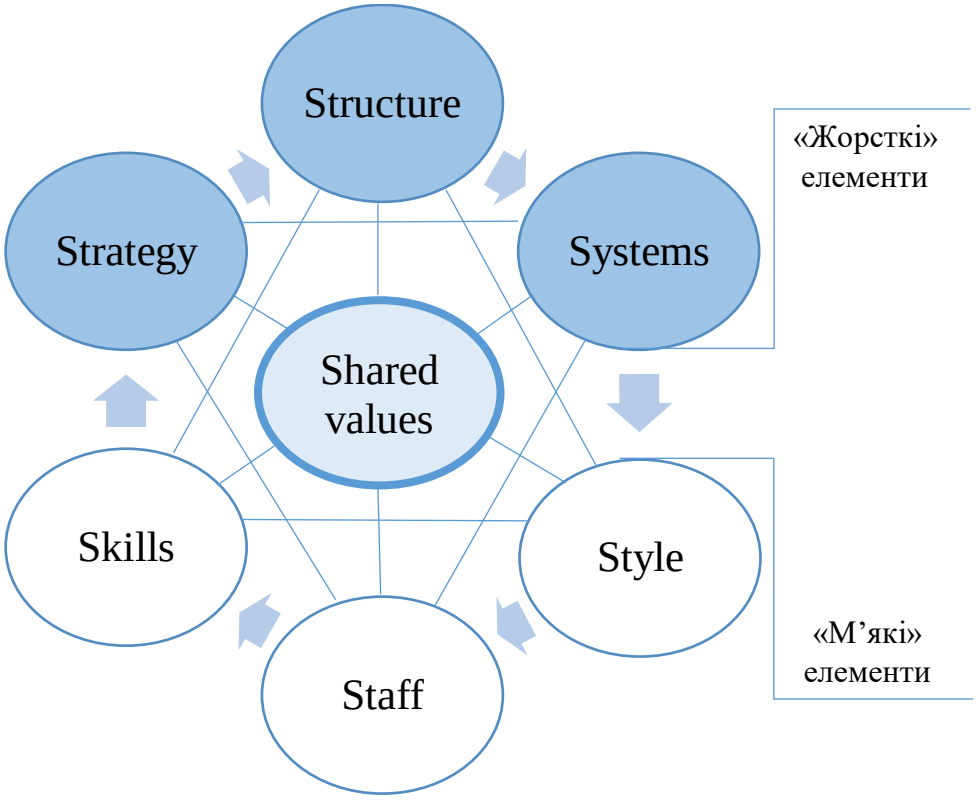


Рис.1. Схематичне зображення моделі McKinsey 7-S

Structure - Структура. Організаційна ієрархія компанії розробляється таким чином, щоб процеси координації та інтеграції між рівнями керівництва всередині організації не знали збоїв та неточностей. Питання підпорядкування, розподілу робочих завдань, обробки і аналізу результатів, ступеня відповідальності вирішуються послідовно і ефективно.

Staff - Співробітники. Персонал організації є найважливішою складовою її успіху. Які люди потрібні компанії, яку спеціалізацію і кваліфікацію вони повинні отримати і як виконувати свої професійні обов'язки - ці та інші аналогічні питання лежать в основі даного компонента моделі.

Творці концепції виходили з твердження про те, що продуктивність підприємства визначають співробітники. В інтересах керівництва створити комфортне середовище для персоналу, надати йому можливості для підвищення кваліфікації, продуктивної роботи і відпочинку. Йдеться про комплекс інструментів мотивації і винагороди співробітників, розвитку і підтримки їх лояльності по відношенню до компанії.

Systems - Система управління. До системи управління відносяться повсякденні процедури: прийняття рішень, інформування цільових аудиторій, комунікація всередині організації.

Як показало дослідження авторів концепції, провідні компанії вважають за краще спрощувати правила та процедури, скорочуючи до необхідного мінімуму

кількість рівнів управління. Такі дії дозволяють досягти гнучкості структури і можливості швидко реагувати на зміни, що відбуваються.

Style - Стиль взаємовідносин. Стиль керівництва - те, яким чином ведуть себе вищі посадові особи компанії і планують робочий день, яка їхня роль в прийнятті рішень щодо розвитку бізнесу - робить сильний вплив на формування і сприйняття цінностей, стратегію. А якщо взяти до уваги той факт, що всі елементи моделі узгоджуються один з одним, то зміна стилю здатна спричинити за собою модифікацію і інших компонентів концепції [2].

Перевірена часом, модель McKinsey надає керуючим особам організації зрозуміле, доступне і системне керівництво для аналізу головних внутрішніх чинників розвитку компанії і її перспектив. Перевага концепції полягає в можливості:

- самостійного осмислення управлінської кон'юнктури і способів її коригування;
- обліку найбільшого числа організаційних чинників;
- створення цілісної картини управління підприємством;
- акцентування уваги на процесах взаємодії людей.

Модель McKinsey широко використовується в комплексі з іншими інструментами маркетингу і менеджменту та дозволяє ефективно налагоджувати бізнес-процеси в організації.

На основі вище приведених теоретичних аспектів та опису кожного компоненту моделі McKinsey, проаналізуємо дані елементи системи на прикладі підприємства з переробки і виготовлення плодоовочевої продукції ПрАТ «Чумак»

ПрАТ «Чумак» (Приватне Акціонерне Товариство) — виробник харчових продуктів зі штаб-квартирою в м. Каховка. Виготовляє кетчупи, соуси, майонези, томатну пасту, соки, консервовані овочі, макаронні вироби та смажене насіння.

Стратегія підприємства Підприємство ПрАТ «Чумак» використовує наступні види стратегій. Стратегія диференціації (товарна диференціація) за конкурентною стратегією М. Портера це стратегія характерна для підприємства через наявність продукції різних груп. Наприклад випуск кетчупу, соків та олії. Вона має як переваги так і недоліки (рис. 2)

Стратегія диференціації (товарна диференціація)	
Ризики	Переваги
✓ Зниження потреби покупців в диференційованій продукції	✓ Збільшення об’єму продажу (унікальність товару приваблює додаткових покупців)
✓ Роль диференціації падає по мірі звикання до товару	✓ Підвищення рівня прихильності покупців до торгової марки
✓ Копіювання конкурентами унікальності товару	✓ Можливість підвищення ціни на даний товар в зв’язку з його унікальністю

Рис. 2. Тип конкурентної стратегії за М. Портером

Друга стратегія, яку використовує підприємство, це стратегія претендента на лідерство. (рис.3) ПрАТ «Чумак» постійно провадить конкурентну боротьбу з ТМ «Торчин», яка займає більшу частку ринку у категорії кетчупи та соуси. Саме тому у лінійці ТМ «Чумак» кожного року з'являються нові види кетчупу та соуси з різноманітними смаками. Цими діями підприємство прагне завоювати лідерські позиції на українському ринку.

Стратегія претендента на лідерство

Дії претендента:

- *Розширення асортименту продукції;*
- *Введення інноваційних продуктів;*
- *Проведення інтенсивної реклами.*

Ризики	Переваги
✓ наступаюча стратегія є дуже ризикованою;	✓ Можливість завоювання позицій лідера
✓ Дії лідера у відповідь на дану стратегію	✓ Збільшення частки ринку
✓ Скорочення існуючої частки ринку	✓ Вдосконалення найслабкіших місць у товарах підприємства

Рис. 3. Тип конкурентної стратегії за Ф. Котлером

Зовнішня стратегія підприємства – це глобальна стратегія диференціації. У 2016 р. "Чумак" збільшив експорт продукції в США в 5 разів – до 1млн. дол. США Компанія поставляє в США кетчупи і майонези під торговою маркою «Chumak», томатну пасту, томатний сік прямого віджиму та пюре для дитячого харчування «Fruzzi». Компанія «Чумак» виводить свою продукцію на ринок Скандинавії (Данія, Норвегія і Швеція). На експорт компанія відправляє більше 30% виготовленої продукції.

Skills - Сукупність навичок. Персонал підприємства володіє знаннями та навичками які характерні спеціалізації виробництва. Відмінними рисами компанії якими вона виділяється серед конкурентів є широкий асортимент продукції, диверсифікація виробництва наявність продукції для дітей, особлива технологія виробництва.

Shared Values - Спільні цінності. Корпоративна культура підприємства – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного й матеріального оточення людей, які працюють на даному підприємстві [2]. У компанії багато уваги приділяється організаційній культурі. Розроблено «Кодекс корпоративної культури», який є основним документом, регламентуючим вимоги щодо культури поведінки працівників компанії. Запропонований комплекс заходів, спрямований на досягнення цілей підприємства з допомогою формування організаційної культури. На сьогоднішній

день на підприємстві ПрАТ «Чумак» корпоративна культура тільки починає розвиватися, її наявні елемент представлені на рис. 4

Structure – Структура На підприємстві діє лінійно-функціональна організаційна структура управління, яка базується на розподілі повноважень та відповідальності по функціях управління. Безпосередній вплив на виконавців мають лінійні керівники, які в свою чергу взаємодіють із функціональними підрозділами по вирішенню управлінських завдань.

Рис. 4. Елементи корпоративної культури ПрАТ «Чумак»

Staff - Співробітники. ухвалення співробітників в компанію відбувається на конкурсній основі і після проходження співбесід з елементами тестування. Рішення про найм за узгодженням з керівником структурного підрозділу приймає директор компанії. Значущим в компанії документом корпоративної культури є «Положення про мотивацію», яке знайомить співробітника із загальними правилами преміювання і заохочення, а також з критеріями оцінки роботи співробітника, його внеску у успішну діяльність компанії по кожному структурному підрозділу окремо.

Systems - Система управління На ПрАТ «Чумак» стиль керівництва в компанії - демократичний. Способи ухвалення рішень здійснюються з урахуванням думок співробітників. Вітаються і заохочуються ідеї, пропозиції, вираз думок і відчуттів кожного члена команди.

Style - Стиль взаємовідносин. Вищі посадові особи компанії планують свій робочий день, відіграють важливу роль в прийнятті рішень щодо розвитку підприємства, мають значний вплив на формування і сприйняття цінностей та на майбутню стратегію підприємста.

Приведені елементи підприємства за моделлю McKinsey 7-S можна розподілити у матриці вирівнювання для подальшого аналізу. (табл. 1)

Таблиця 1

Матриця вирівнювання елементів підприємства за моделлю McKinsey 7-S

	Загальні цінності	Стратегія	Структура	Системи	Стиль/ культура	Штат	Навики
Загальні цінності		+	-	-	+	+	+
Стратегія			-	-	+	+	-
Структура				-	-	-	-
Системи					-	-	-
Стиль/ культура						-	+
Штат							-
Навики							

Після співвідношення елементів у матриці вирівнювання, можна побачити, що загальні цінності відповідають стратегії компанії претендента на лідерство. Система управління, демократичний стиль керівництва в компанії не відповідає структурі На підприємстві діє лінійно-функціональна організаційна структура управління, яка базується на розподілі повноважень та відповідальності по функціях управління. Штат не відповідає структурі, рішення про найм за узгодженням з керівником структурного підрозділу приймає директор певного відділу компанії. Якісний та кількісний склад працівників, які відповідають та відіграють ключові ролі в процесі реалізації стратегії розвитку підприємства. Проблематичним питанням є те що підприємство немає чітко визначеної організаційної структури. Через це у матриці досить велика кількість елементів не взаємодіють між собою. А на підприємстві дані елементи чинять дисбаланс для управління та несуть негативний вплив на ефективність діяльності компанії вцілому.

Висновки: Таким чином, використовуючи модель McKinsey 7-S, можна знайти шляхи покращання внутрішніх бізнес-процесів підприємства, оптимізувати організаційну структуру, спрогнозувати можливі зміни кожного із семи елементів підприємства, правильно здійснювати можливу реорганізацію підприємства, підвищити рівень ефективності використання ресурсів та оптимізувати склад і кількість працівників, а також визначити найоптимальніший спосіб та інструменти реалізації стратегії розвитку підприємства з переробки плодоовочевої продукції. Модель McKinsey 7-S, як інструмент оцінювання конкурентоспроможності підприємства показала, що компанія постійно прагне вдосконалюватись та завойовувати лідерські позиції на українському ринку. На даний час ПрАТ «Чумак» займає передові позиції серед виробників кетчупу та соусів в Україні, та постійно розширює асортимент своєї продукції новими категоріями товарів. Але керівництву компанії потрібно

вдосконалювати організаційну структуру, методом розподілу завдань, щоб кожен відділ та працівники мали чітко визначені обов'язки за які несуть відповідальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Питерс, Т. В поисках совершенства: уроки самых успешных компаний Америки: пер с англ. / Т. Питерс, Р. Уотерман. - М.: «Вильямс», 2005. – 560 с.
2. Чернишова Т. О.. Деякі аспекти корпоративної культури організації / Т. О. Чернишова, Т. А. Немченко // Наукові праці КНТУ, Економічні науки . – Кіровоград: КНТУ, 2010. – вип. 17. - с. 25-31.
3. Офіційний сайт Strategy Guide [Електронный ресурс] Режим доступу: - http://www.strategy-guide.ru/strategy/management-culture-gods/
4. Офіційний сайт ПрАТ «Чумак» [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://ua.chumak.com/

DOI 10.31558/2307-2318.2018.3.18
УДК 331.108.5

Остапченко К.П., здобувач кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса

ДОГОВІРНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМПЕНСАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В БЮДЖЕТНІЙ СФЕРІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В статті викладено результати дослідження стану договірного регулювання компенсаційної системи в бюджетній сфері України. Проаналізовано положення Генеральних угод 2010-2012 та 2016-2017 рр., що регламентують питання визначення винагороди працівникам бюджетних установ. За результатами вибіркового вивчення змісту чинних галузевих угод в чотирьох галузях бюджетної сфери (державне управління, освіта, охорона здоров'я та культура) складено матрицю договірних компонент компенсаційної системи в бюджетній сфері України. Проаналізовано динаміку охоплення працівників бюджетної сфери колективними договорами у 2014-2017 рр. Наведено напрями розвитку договірного регулювання компенсаційної системи в бюджетній сфері.

Ключові слова: компенсаційна система, бюджетна сфера, оплата праці, договірне регулювання галузева угода, колективний договір

Табл. 3, Літ. 10

Остапченко К.П.

ДОГОВОРНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОМПЕНСАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье изложены результаты исследования состояния договорного регулирования компенсационной системы в бюджетной сфере Украины. Проанализированы положения Генеральных соглашений 2010-2012 и 2016-2017 гг., регламентирующие вопросы вознаграждения работников бюджетных учреждений. На основе результатов выборочного изучения содержания действующих отраслевых соглашений в четырех отраслях бюджетной сферы (государственное управление, образование, здравоохранение и культура) составлена матрица договорных компонент компенсационной системы в бюджетной сфере Украины. Проанализирована динамика охвата работников бюджетной сферы коллективными договорами в 2014-2017 гг. Представлены направления развития договорного регулирования компенсационной системы в бюджетной сфере.

Ключевые слова: компенсационная система, бюджетная сфера, оплата труда, договорное регулирование, отраслевое соглашение, коллективный договор

Ostapchenko K.

THE REGULATION OF COMPENSATION SYSTEM BY AGREEMENTS: SITUATION AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT IN THE BUDGETARY SPHERE

In the article a situation in the regulation of compensation system by agreements in the budgetary sphere of Ukraine is investigated. The norms of General agreements 2010-2012 and 2016-2017 about regulating employees' remuneration of budgetary institutions are analyzed.

The matrix of compensation system component in the budgetary sphere of Ukraine which regulating by agreements is made. It's based on results of selective studying of

contents of the acting sectoral agreements in four industries of the budgetary sphere (public administration, education, health care and culture). Dynamics of a scope of personnel in the budgetary sphere by collective agreements in 2014-2017 is analyzed. The directions of development of regulation by agreements of a compensation system in the budgetary sphere are introduced.

Keywords: compensation system, budgetary sphere, compensation, regulation by agreements, sectoral agreement, collective agreement

Постановка проблеми. Бюджетна сфера економіки традиційно в Україні є такою, що відрізняється проблемами в оплаті праці персоналу та його заохоченні, а також низьким рівнем заробітної плати персоналу. Останніми роками у галузях бюджетної сфери реалізовано низку реформ, у тому числі й у принципах та механізмах визначення винагороди за працю. Однак, суттєвого покращання ситуації не відбулося, а в окремих випадках ще поглибилася міжгалузева та між професійна диференціація оплати праці, що веде за собою зниження мотивованості працівників, погіршення якості їх праці, зростання плинності кадрів. У такій ситуації недоцільно обмежуватися тільки державним регулюванням оплати праці та інших складових компенсаційної системи, а слід приділяти увагу й договірному регулюванню, яке у світовій практиці довело свою впливовість та ефективність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання формування компенсаційної системи, у тому числі – в бюджетній сфері досліджено у роботах О.А.Грішнової, М.Д.Ведернікова, В.Д.Лагутіна, Г.С.Лопушняк, А.М. Колота, Т.А.Костишиної, Г.Т.Кулікова, Г.В.Назарової, Л.К.Семів, М.В.Семикіної, С.О. Цимбалюк, Л.В.Шаульської та інших. Проблематика договірного регулювання відносин найманих працівників та роботодавців висвітлена у дослідженнях Л.Ю. Бугрова, Н.Д. Гетьманцевої, Г.С. Гончарової, З.Я. Козак, Р.І. Кондратьєва, І. В. Лазор, А. М. Лушнікова, М. В. Лушнікової, Н. О. Мельничук, І.М.Новак, А.Ф. Нуртдинової, Г.В.Осового, В. І. Прокопенка, Г. І. Чанишевої, О. М. Ярошенка та інших науковців.

Невирішені частини проблеми. У вересні 2017 р. спільний представницький орган репрезентативних всеукраїнських об'єднань профспілок ініціював початок колективних переговорів з укладення Генеральної угоди на новий строк. До тепер переговорний процес триває, після його завершення та укладання документу буде оновлено й чинні галузеві та регіональні угоди, колективні договори. Вважаємо, що до змісту цих документів разом з іншими соціально важливими положеннями, мають увійти спільні домовленості та зобов'язання сторін щодо гарантованого захисту прав працівників бюджетної сфери на гідну та своєчасну винагороду за працю, а також положення, які сприятимуть запровадженню нових підходів щодо формування компенсаційної системи у бюджетній сфері. Вищевикладене потребує проведення комплексного вивчення змісту чинних колективних договорів та угод із зазначеного питання та їх оцінки з точки зору забезпечення вмотивованості та соціальної захищеності працівників бюджетних установ.

Метою дослідження є вивчення особливостей договірного регулювання процесу формування компенсаційної системи в бюджетній сфері на основі методу внутрішнього неформалізованого аналізу колективних угод та договорів різних рівнів, що дозволить визначити перспективи розвитку та максимально розкрити захисний потенціал договірного регулювання для працівників бюджетної сфери.

Викладення основного матеріалу дослідження. Відповідно чинного

національного законодавства система договірного регулювання соціально-трудових відносин в Україні є строго ієрархічною. Саме з урахуванням цього побудуємо логіку даного дослідження переходячи від більш загальних положень договорів та угод, декларованих та національному рівні до локальних домовленостей, зафіксованих в колективних договорах бюджетних установ та організацій.

У системі договірного регулювання соціально-трудових відносин в Україні чільне місце посідає Генеральна угода, яка встановлює загальні принципи регламентації соціально-трудових відносин на рівні держави. На даний момент чинною є Генеральна угода про регулювання основних принципів і норм реалізації соціально-економічної політики і трудових відносин в Україні, що була укладена на 2016-2017 роки (далі – ГУ 2016-2017) [2], перед цим діяла угода, яка була укладена на 2010-2012 роки (далі – ГУ 2010-2012) [1]. Проведемо зіставний аналіз положень цих документі, які безпосередньо пов'язані з формування компенсаційної системи у бюджетній сфері. Основну увагу сконцентруємо на розділі ІІ «Оплата, умови, охорона праці та соціальний захист працюючих» чинної Генеральної угоди. Перш за все, зазначимо, що серед положень досліджуваних документів бюджетній сфері приділяється окрема увага, хоча деякі домовленості підписантів угод є універсальними та розповсюджуються як на працівників небюджетної сфери, так і працівників бюджетної сфери. У обох досліджуваних Генеральних угодах з питання формування компенсаційної системи у бюджетній сфері зафіксовано такі домовленості (зобов'язання):

1. проведення переговорів щодо встановлення розміру посадового окладу (тарифної ставки) працівника першого тарифного розряду Єдиної тарифної сітки та посадових окладів працівників бюджетної сфери, яким посадові оклади визначаються окремими рішеннями Кабінету Міністрів, у тому числі державних службовців, з метою поступового наближення розмірів посадових окладів (тарифних ставок) до законодавчо гарантованого рівня (п. 2.28 ГУ 2016-2017; п. 2.22 ГУ 2010-2012);

2. не допущення збільшення грошового розриву між посадовим окладом (тарифною ставкою) працівника І тарифного розряду Єдиної тарифної сітки та мінімальною заробітною платою (п. 2.29 ГУ 2016-2017 та п. 2.22.1 ГУ 2010-2012); збільшення посадового окладу (тарифної ставки) працівника І тарифного розряду Єдиної тарифної сітки (п. 2.10 та 2.30 ГУ 2016-2017; пп. 2.22.2, 2.22.3 ГУ 2010-2012);

3. вжиття заходів для системного підвищення середньої заробітної плати в бюджетній сфері (п. 2.30 ГУ 2016-2017 та п. 2.23 ГУ 2010-2012);

4. своєчасність виплати заробітної плати та погашення заборгованості з її виплати на економічно активних підприємствах державної форми власності, не допущення утворення нових зарплатних боргів (п. 2.23 та 2.25 ГУ 2016-2017 та п. 2.21 ГУ 2010-2012).

Крім того, слід відзначити певні прогресивні положення, якими відрізняється ГУ 2016-2017 з питання оплати праці у бюджетній сфері. Так, позитивної оцінки, на нашу думку, заслуговує п. 2.13 ГУ 2016-2017: «Розробити пропозиції щодо забезпечення єдиних підходів в оплаті праці працівників національних закладів». Важливість реалізації такого підходу обумовлена численними галузевими відмінностями у визначенні розміру оплати праці (додаткової заробітної плати) в бюджетних установах різних галузей, що знаходить відображення у відповідних галузевих угодах та буде проілюстровано далі.

Новим за змістом порівняно з попередніми угодами є п. 2.28 ГУ 2016-2017: «При підготовці проекту чи внесенні змін до Державного бюджету на відповідний рік розглядати з урахуванням можливостей зведеного бюджету питання щодо: підвищення

розміру посадового окладу (тарифної ставки) працівника І тарифного розряду Єдиної тарифної сітки на рівні, вищому ніж індекс інфляції, із відповідним забезпеченням збільшення фонду оплати праці; зменшення грошового розриву між посадовим окладом (тарифною ставкою) працівника І тарифного розряду Єдиної тарифної сітки та мінімальною заробітною платою; відповідного збільшення фонду оплати праці для державних службовців». Його повноцінне виконання та перенесення до нової Генеральної угоди сприятиме поступовому скороченню диференціації оплати праці працівників бюджетної та небюджетної сфер.

Як відомо, крім основної частини компенсаційного пакету - оплати праці, він може ще включати й негрошові компоненти. Про цей аспект йдеться у частині Генеральної угоди що стосується соціального захисту працівників. Так, п. 5.6. ГУ 2010-2012 було доручено бюджетним установам щорічно передбачати у розрахунках до кошторисів окремим розділом видатки на проведення культурно-масової, фізкультурної і оздоровчої роботи профкомів бюджетних організацій. У ГУ 2016-2017 порушено більш важливе питання, яке на нашу думку є актуальним в більшій мірі для працівників бюджетної сфері, аніж для працівників комерційного сектору економіки - розвиток програм забезпечення молоді житлом (п. 2.103.4) та забезпечення службовим житлом п. 2.105.3). Таким чином, у Генеральній угоді закладено важливі домовленості щодо формування компенсаційної системи у бюджетній сфері, але їх невиконання (або частково виконання) є перешкодою для покращання ситуації у компенсаційній політиці бюджетних установ. До того ж, держава натепер не забезпечує гідний рівень гарантій, а мінімальний розмір оплати праці до цих пір сильно відстає від прожиткового мінімуму працездатного населення в Україні [10, с. 95].

Більш детальний зміст положень, що регламентують принципи формування компенсаційної системи у бюджетній сфері та її компоненти зафіксовано у галузевих угодах. На відміну від Генеральної, галузева угода встановлює загальні не принципи, а умови праці, гарантії й пільги працівникам на галузевому рівні [3, с. 107]. Галузеві угоди спрямовані на вдосконалення регламентування соціально-трудових відносин, розвиток соціального партнерства, реалізацію конституційних прав і гарантій працівників і роботодавців [3, с. 109].

В межах дослідження акцентовано увагу на таких галузях бюджетної сфери, де зайнята найбільша кількість працівників: державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування; освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок. Вивчення офіційних ресурсів відповідних галузевих профспілок [5-8] та сайту федерації профспілок України [4] показує, що наразі чинними є доволі значна кількість галузевих угод (15), що охоплюють працівників бюджетної сфери та підписантами яких виступають наведені профспілки (табл. 1). Представлений у табл. 1 перелік угод (9 одиниць), укладених у сфері державного управління обумовлений широким переліком підгалузей та їх якісною відмінністю за змістом послуг, які надаються, а отже й за змістом праці персоналу та особливостями її заохочення. Схожа ситуація спостерігається у галузі «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» (укладено 4 угоди). З представленої у табл. 1 інформації очевидно, що у двох названих галузях діють більш сучасні галузеві угоди, у той час як в освіті угода була укладена у 2011 р, а у охороні здоров'я - у 2007 р. Приймаючи до уваги, що останніми роками саме у цих галузях відбувається реформування не тільки механізмів надання послуг, але й підходів до винагороди працівників, вважаємо нагальною потребою оновлення домовленостей та зобов'язань сторін в цих угодах, які б сприяли захисту соціально-економічних прав працівників освіти та охорони здоров'я.

Таблиця 1

Реєстр чинних галузевих угод, що регулюють питання формування компенсаційної системи у бюджетній сфері*

Профспілка-підписант галузевої угоди	Найменування та термін дії Галузевих угод
Професійна спілка працівників державних установ України	1. Галузева угода між Державною службою України з надзвичайних ситуацій та профспілками працівників державних установ України та трудящих металургійної та гірничодобувної промисловості України на 2017-2020 роки 2. Галузева угода між Міністерством соціальної політики України та профспілками працівників соціальної сфери України та працівників державних установ України на 2016-2018 роки 3. Галузева угода між Державною казначейської службою України та Профспілкою працівників державних установ України на 2018-2020 роки 4. Галузева угода між Державною архівною службою України та Профспілкою працівників державних установ України на 2018-2022 роки 5. Галузева угода між Міністерством внутрішніх справ України та Професійною спілкою атестованих працівників органів внутрішніх справ України і Профспілкою працівників державних установ України 2012-2014. 6. Галузева угода між Національним агентством України з питань державної служби та Профспілкою працівників державних установ України 7. Галузева угода між Державною прикордонною службою та Профспілкою працівників державних установ України на 2018-2020 роки 8. Галузева угода між Державною аудиторською службою та Профспілкою працівників державних установ України 9. Галузева угода між Департаментом поліції охорони та Профспілкою працівників державних установ України на 2019-2021 роки
Профспілка працівників освіти і науки України	Галузева угода між Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України та ЦК профспілки працівників освіти і науки України на 2011-2015 рр.
Профспілка працівників охорони здоров'я України	Галузева угода між Міністерством охорони здоров’я України та ЦК профспілки працівників охорони здоров’я України на 2007 - 2011
Професійна спілка працівників культури України	1.Галузева угода між Міністерством молоді та спорту України та Профспілкою працівників культури України на 2017-2021 роки у молодіжній сфері, сферах фізичної культури і спорту, національно-патріотичного виховання 2. Галузева угода між Державним комітетом телебачення і радіомовлення України та Профспілкою працівників культури України на 2017-2021 роки у сфері телебачення і радіомовлення. 3. Галузева угода між Міністерством культури України та Професійною спілкою працівників культури України на 2017-2022. 4. Галузева угода між Державним комітетом телебачення і радіомовлення України та Профспілкою працівників культури України на 2017-2021 роки у видавничо-поліграфічній сфері

* складено на основі [4]

На основі дослідження змісту галузевих угод можна сформувати матрицю компенсаційних та заохочувальних виплат для працівників бюджетної сфери, що є

предметом договірного регулювання (табл. 2). У галузях «Державне управління й оборона, обов′язкове соціальне страхування» та «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» оберемо для вивчення по одній угоді: Галузеву угоду між Міністерством соціальної політики України та профспілками працівників соціальної сфери України і працівників державних установ України на 2016−2018 роки, а також Галузеву угоду між Міністерством культури України та Професійною спілкою працівників культури України на 2017-2022 роки.

Зазначимо, що такі елементи компенсаційної системи як основна заробітна плата, види обов'язкових доплат та надбавок в окремих галузях бюджетної сфери не є предметом договірного регулювання, а встановлюють нормативними документами. Наприклад, у галузі охорони здоров'я та надання соціальної допомоги - Наказом Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства охорони здоров'я України № 308/519 від 05.10.2005 р. «Про впорядкування умов оплати праці працівників закладів охорони здоров'я та установ соціального захисту населення». Однак, у деяких з досліджуваних галузевих угодах дублюються передбачені законодавством доплати та надбавки, а також додатково визначається перелік та розміри специфічних для галузі доплат й надбавок, що й відображено у табл. 2.

Порівняльний аналіз галузевих угод, що діють у бюджетній сфері України показує специфічність окремих компонент компенсаційного пакету у різних галузях. Так, наприклад, додаткова відпустка у галузі охорони здоров'я та надання соціальної допомоги надається тільки працівникам з ненормованим робочим днем (тривалістю до 7 днів), а для працівників освіти та державного управління й оборони, обов'язкового соціального страхування передбачено 4 підстави для отримання додаткової відпустки (її тривалість може досягати 32 днів у галузі освіти).

В цілому, за результатами вибіркового вивчення галузевих угод, чинних у галузях бюджетної сфери можна зробити висновок, що найбільш повно та розширено питання формування компенсаційної системи зафіксовано у галузевій угоді в освіті, а більш стисло – в охороні здоров'я (табл. 2). Але, як зазначалося вище, це може компенсуватися положеннями прийнятих в країні відповідних нормативних актів, положення яких мають недоговірний характер.

Слід відзначити, що гарантії, передбачені галузевою угодою, є мінімальними, а колективними договорами можуть встановлюватися додаткові трудові та соціальні гарантії за рахунок власних коштів установ та організацій [3, с.114]. Отже, важлива роль при забезпеченні гідної оплати праці відводиться колективному договору, його значення як джерела трудового права у сучасних умовах актуалізується в Україні [3,10]. Охоплення працівників бюджетної сфери дією колективних договорів станом на 31 грудня відповідного року представлено у табл. 3.

З табл. 3 видно, що у досліджуваних галузях бюджетної сфери у 2017 р. в Україні діяло 44625 колективних договорів. Це складало 70,4% загальної кількості чинних на підприємствах, в установах та організаціях в Україні договорів, що регулюють соціально-трудові відносини. Порівняно з 2016 р. зазначений показник у бюджетній сфері майже не змінився (спостерігається зростання на 7 колективних договорів).

Дією колективних договорів у бюджетній сфері України у 2017 р. було охоплено 2784,6 тис. працівників, розрахований рівень охоплення працівників колективними договорами складає 89% облікової кількості штатних працівників бюджетної сфери. У якості позитивного моменту зазначимо, що цей показник є значно вищим ніж в цілому по економіці України, де він складає 75,58% облікової кількості штатних працівників.

Таблиця 2

Матриця компонент компенсаційної системи в бюджетній сфері України, які регламентуються галузевими угодами

Компоненти компенсаційної системи, які регламентуються галузевою угодою	Галузі бюджетної сфери			
	Державне управління й оборона; обов′язкове соціальне страхування	Освіта	Охорона здоров′я та надання соціальної допомоги	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок
1	2	3	4	5
Компенсуючі компоненти				
Доплати, передбачені законодавством	+	+	-	+
Регулярне безоплатне підвезення до місця роботи і додому працівників або забезпечення проїзними квитками, або виплата компенсації за їх придбання	+ (для осіб, які надають соціальні послуги)	+ (тільки у сільській місцевості)	+	-
Компенсаційні виплати працівникам для харчування в їдальнях і буфетах	+	-	-	-
Доплати педагогічним працівникам позашкільних навчальних закладів	-	+	-	-
Стимулюючі компоненти				
Надбавки, передбачені законодавством	+	+	-	+
Надбавка за престижність праці	+	+	-	+ (педагогічним працівникам)
Винагорода за вислугу років	+	+ (педагогічним працівникам)	+	-
Винагороди за сумлінну працю, зразкове виконання трудових обов'язків, преміювання відповідно до особистого внеску за результатами роботи	+	+	+	+
Підвищення кваліфікації працівників (не рідше одного разу на п’ять років)	+	-	-	-
Матеріальне заохочення молодих спеціалістів, які одержали після закінчення вищих навчальних закладів диплом з відзнакою	-	+	-	+
Матеріальне стимулювання працівників, нагороджених знаком «Відмінник освіти України», а також переможців конкурсів «Учитель року», «Класний керівник»	-	+	-	-

Продовження таблиці 2

Соціальний пакет				
Додаткова відпустка	+	+	+	+
Медичний огляд	+	+	-	-
Пільгове оздоровлення працівників та їх дітей	+	+	+	+
Матеріальна допомога (на лікування, оздоровлення, для вирішення соціально-побутових питань, у зв'язку з виходом на пенсію,)	+	+	+	+
Недержавне пенсійне забезпечення та обов'язкове професійне страхування працівників	-	+	-	-
Видача працівникам, працюючим в шкідливих умовах молока (інших рівноцінних продуктів), лікувально-профілактичного харчування, дезінфікувальних засобів, спеціального одягу, спеціального взуття та інших засобів індивідуального захисту	-	-	+	-
Допомога на утримання дітей працівників у дитячих дошкільних закладах	+	-	-	-
Надання педагогічним, науково-педагогічним, науковим працівникам пільг з оплати за навчання їхніх дітей у дошкільних, вищих навчальних закладах.	-	+	-	-
Забезпечення працівників та членів їх родин безоплатних житлом з опаленням та освітленням; надання пільг з житлово-комунальних послуг;	-	+ (тільки для педагогічних працівників у сільській місцевості)	+ (тільки у сільській місцевості)	-

Таблиця 3

Динаміка охоплення працівників бюджетної сфери колективними договорами

	2014	2015	2016	2017	
				тис. осіб	у %до 2016
Кількість зареєстрованих колективних договорів, усього в Україні, одиниць	**76 017**	**69 602**	**64 158**	**63 359**	**98,8**
у тому числі у галузях бюджетної сфери:					
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	12 800	11 485	9 980	9 726	97,5
Освіта	24 776	25 143	23 721	24 048	101,4
Охорона здоров'я та надання соціальної	5 109	4 751	4 541	4 515	99,4
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	3 904	3 660	3 215	3 187	99,1
Всього колективних договорів у галузях бюджетної сфери	*50004*	*48336*	*44618*	*44625*	*1,0001*
Працівники, які охоплені колективними договорами, усього в Україні					
– тис. осіб	6866,4	6343,3	6140,4	6007,3	97,8
– % від облікової кількості штатних працівників	76,10	77,31	75,92	75,58	-
у тому числі у галузях бюджетної сфери:					
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування					
– тис. осіб	427,1	390,1	381,1	389,8	102,3
– % від облікової кількості штатних працівників	76,94	77,14	77,63	79,13	-
Освіта					
– тис. осіб	1 417,4	1 397,1	1 334,5	1 350,3	101,2
– % від облікової кількості штатних працівників	89,35	92,14	90,25	91,59	-
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги					
– тис. осіб	1 019,0	962,6	927,9	927,2	99,9
– % від облікової кількості штатних працівників	90,71	92,49	90,75	92,10	-
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок					
– тис. осіб	128,1	120,7	117,0	117,3	100,2
– % від облікової кількості штатних працівників	72,74	73,37	74,14	75,97	-
Всього працівників у галузях бюджетної сфери, які охоплені колективними договорами					
– тис. осіб	2991,6	1473,4	2760,5	2784,6	1,05
– % від облікової кількості штатних працівників	86,94	88,95	87,64	89,02	-

* складено на основі [9]

Серед досліджуваних галузей бюджетної сфери найвищим рівень охоплення працівників дією колективних договорів є в охороні здоров'я (92,1%), а найнижчим – у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку (75,97%). Важливо, що у всіх досліджуваних

галузях протягом 2014-2017 рр. в цілому зростає частка штатних працівників, які охоплені дією колективних договорів. Це створює умови для забезпечення захищеності основних соціально-трудових прав більшої кількості працівників бюджетної сфери.

Висновки. Проведене дослідження свідчить про наявність потужної мережі документів договірного регулювання компенсаційній системи в бюджетній сфері. Охоплення працівників бюджетних установ дією колективних договорів у 2017 р. складало 89%, що на 14% більше, ніж в економіці в цілому. Вивчення змісту генеральних та галузевих угод показало, що під договірне регулювання в бюджетній сфері підпадають різні компоненти компенсаційної системи (компенсуючі, стимулюючі, складові соціального пакету). У той же час, розвиток системи договірного регулювання компенсацій для працівників бюджетної сфери має відбуватися за такими напрямами: забезпечення виконання положень угод; створення єдиних підходів до регулювання оплати праці та заохочень працівників різних галузей бюджетної сфери; встановлення економічно-обгрунтованої диференціації в оплаті праці за галузевою ознакою в бюджетній сфері; змістовне оновлення положень деяких угод та договорів; врахування зарубіжного досвіду при проведенні переговорів та формулюванні домовленостей (зобов'язань); внесення положень щодо розширення джерел фінансування компенсаційної системи у бюджетній сфері. Важливою є активізація галузевих профспілок в системі соціального партнерства. Удосконалення підходів до договірного регулювання компенсаційної системи у бюджетній сфері сприятиме не тільки забезпеченню гідної винагороди за праці для персоналу установ й організацій, але й престижності праці в бюджетній сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Генеральна угода про регулювання основних принципів і норм реалізації соціально-економічної політики і трудових відносин в Україні на 2010-2012 роки. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0006120-10

2. Генеральна угода про регулювання основних принципів і норм реалізації соціально-економічної політики і трудових відносин в Україні 23 серпня 2016 року https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0001120-16

3. Колективно-договірне регулювання соціально-трудових відносин у вищих навчальних закладах III–IV рівнів акредитації: Монографія / О. М. Ярошенко, Г. С. Гончарова, С. О. Сільченко та ін.; за ред. проф. О. М. Ярошенка. — Х.: Право, 2009. – 240 с.

4. Офіційний веб-портал Федерації професійних спілок України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://fpsu.org.ua

5. Офіційний сайт Професійної спілки працівників державних установ України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.ppdu-ua.org/

6. Офіційний сайт Професійної спілки працівників культури України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.fpsu.org.ua/#

7. Офіційний сайт Професійної спілки працівників охорони здоров'я України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.medprof.org.ua/

8. Офіційний сайт Профспілки працівників освіти і науки України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.pon.org.ua/

9. Праця України у 2017 році: статистичний збірник. – Відп. за випуск І. В. Сеник. – К.:ТОВ Видавництво "Август Трейд", 2018.

10. Храбатин О. Колективний договір як акт забезпечення інтересів працівників підприємства, установи, організації// Трудове право. – №11. - 2016. – С.94-97.