

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

***Проблеми і перспективи
розвитку
підприємництва***

збірник наукових праць

№ 2(27), 2021

Харків

2021

Засновник і видавець – Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Перелік напрямків (спеціальностей), за якими друкуються статті у збірнику наукових праць «Проблеми і перспективи розвитку підприємництва»: 051 «Економіка»; 071 «Облік і оподаткування»; 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»; 073 «Менеджмент»; 075 «Маркетинг»; 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність»; 281 «Публічне управління та адміністрування»; 292 «Міжнародні економічні відносини».

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації **КВ№23528-13368ПР** від **02.08.2018 р.**, видане Державною реєстраційною службою України

Згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019 року збірник внесено до **Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук категорії «Б»**, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата економічних наук

Збірник внесено до Міжнародної наукометричної бази даних **Index Copernicus**

Друкується за рішенням Вченої ради Харківського національного автомобільно-дорожнього університету дозвіл № 38/21/6.5 від 29.10.2021 р.

Редакційна колегія

Головний редактор: Щербак Валерія Геннадіївна, докт. екон. наук, професор, професор кафедри підприємництва та бізнесу, Київський національний університет технологій та дизайну

Заступник головного редактора: Дмитрієв Ілля Андрійович, докт. екон. наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи, Харківський національний автомобільно-дорожній університет (ХНАДУ)

Відповідальний секретар: Дмитрієва Оксана Іллівна, докт. екон. наук, доцент, завідувач кафедри економіки і підприємництва, ХНАДУ

Члени редколегії: Васіляускайте Аста, докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансової індустрії, Університет Миколаша Ромериса, Литва;

Картасова Єкатерина, PhD, доцент кафедри обліку та фінансів, Університет Мідлсекса, Велика Британія;

Криворучко Оксана Миколаївна, докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, ХНАДУ;

Лаце Наталія, докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри корпоративних фінансів та економіки, Ризький технічний університет, Латвія;

Левченко Ярослава Сергіївна, докт. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва, ХНАДУ;

Брітченко Ігор Геннадійович, докт. екон. наук, професор, професор кафедри технічних та економічних наук, Державний вищий навчальний заклад імені проф. Станіслава Тарновського, Польща;

Мищенко Володимир Акимович, докт. екон. наук, професор, професор кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, академік Академії наук Нью-Йорка (США), Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»;

Попова Надія Василівна, докт. екон. наук, професор, директор ТОВ «Міжнародний маркетинг-центр»;

Третяк Вікторія Павлівна, докт. екон. наук, доцент, завідувач кафедри управління та адміністрування, ННІ «Каразінська школа бізнесу», Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна;

Шевченко Інна Юріївна, докт. екон. наук, доцент, лауреат Премії Верховної Ради України, декан факультету управління та бізнесу, ХНАДУ;

Шинкаренко Володимир Григорович, докт. екон. наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, професор кафедри менеджменту, ХНАДУ.

Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – № 2 (27) – 2021. – Харків: Стиль-Издат, 2021. – 205 с.

Адреса видавця:

61002, вул. Ярослава Мудрого, 25
Харків, Україна

Контактний телефон/факс:

(057) 738-77-87 – відповідальний секретар

E-mail: oksanahnadu@gmail.com

Електронну версію збірки можна знайти на нашому сайті

<http://ppb.khadi.kharkov.ua/>

ISSN 2226-8820

УДК 338.486.4

- Відповідальність за достовірність наданої інформації несуть автори публікації
 - Редакція може не поділяти точки зору авторів, а публікувати статті в порядку обговорення
 - Статті друкуються в авторській редакції
 - Статті для публікації відбираються на умовах конкурсу та внутрішнього рецензування
- © колектив авторів, 2021
© ХНАДУ, 2021

ЗМІСТ

<i>Бабайлов В.К., Левченко Я.С.</i>	Логістика – це методологія	4
<i>Бабайлов В.К., Левченко Я.С.</i>	Уточнення сутності капіталу	15
<i>Левченко Я.С., Гераймович В.Л.</i>	Підприємництво: планування фінансового забезпечення в умовах COVID-19	25
<i>Дмитрієва О.І., Тімов О.О.</i>	Стратегічне державне управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури	37
<i>Дмитрієв І.А., Дмитрієва О.І.</i>	Особливості та тенденції цифрової економіки в Україні	60
<i>Дмитрієв І.А.</i>	Інноваційні технології управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту	75
<i>Кирчата І.М., Деділова Т. В., Шершенюк О.М.</i>	Стратегічні орієнтири розвитку торговельного підприємництва	92
<i>Третяк В.П., Сюй Вейдун</i>	Формування ефективної співпраці між ключовими стейкхолдерами сільських територій на засадах державно-приватного партнерства	103
<i>Капліна Т.В., Капліна А.С., Куц Л.І.</i>	Індустрія гостинності України: тенденція розвитку	116
<i>Нестеренко В.Ю., Болотова Т.М.</i>	Аналіз сучасних аспектів реалізації маркетингових заходів у біржовому підприємстві в Україні	128
<i>Нестеренко В.Ю., Сідельнікова В.К.</i>	Напрями аналізу біржової діяльності в Україні	136
<i>Жалдак Г.П., Яценко А.М.</i>	Аналіз факторів та моделей поведінки споживача	145
<i>Шершенюк О.М., Прокопенко М.В.</i>	Особливості проведення економіко-математичного дослідження потреб споживачів (попиту) та збуту товарів (пропозиція) на прикладі ринку харчової промисловості	157
<i>Ковальова Т.В.</i>	Методичні аспекти складання робочого плану рахунків за МСФЗ для компаній автомобільно-дорожнього комплексу	171
<i>Непран А.В., Тимченко І.Є.</i>	Венчурний капітал та інновації	181
<i>Хорошилова І.О.</i>	Роль податку на прибуток підприємств в формуванні бюджету країни	196

ЛОГІСТИКА – ЦЕ МЕТОДОЛОГІЯ

Бабайлов В. К., канд. економ. наук, доцент

Левченко Я.С., доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Незважаючи на більш ніж двутисячну історію логістики досі існує її загальна проблема – проблема незадовільного рівня теорії логістики, нерозуміння істинного сенсу логістики. Це має прояв у різному розумінні логістики у різні історичні епохи. Навіть в рамках однієї епохи існують різні розуміння логістики різними авторами. І, як наслідок, низька ефективність практики логістики за рахунок зайвих, зовсім не пов'язаних з самою логістикою дій. Тому затрати на таку логістику, особливо для невеликих підприємств, можуть перевищувати результати від використання самої логістики. Так, досі використовується тільки одна логістична методика – приватний закон логістики 20-80. З самої суті цього закону слідує, що його використання, тобто затрати на логістику, потребує аналізу обсягу аспектів діяльності у достатньо значному розмірі – до 20%. А це може бути не під силу деяким, особливо невеликим фірмам. Та й не всі фірми можуть дозволити собі таку розкіш. Тому проблема визначення істинного сенсу логістики – це актуальна проблема теперішнього часу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що термін і поняття «Логістика» мають давнє походження. Так, ще давні греки використовували термін «*logistike*», що означав мистецтво обчислювати, міркувати [1]. У літературних джерелах відмічається також, що практика логістики існувала й в Давньому Римі [1]: були відомі «логісти», або «логістики», які займалися розподілом продуктів харчування. Засновником же організованого знання про логістику вважається французький військовий початку ХІХ століття Джоміні. Він визначав логістику як «практичне мистецтво маневру військами». Особливо бурхливий розвиток логістика отримала у період другої світової війни як організоване знання про раціональне управління рухом спочатку тільки матеріальних потоків у сфері обміну, а потім і у виробництві [1].

Зараз склалося стійке уявлення, що логістика – це раціональна організація потоків: інформаційних, матеріальних, фінансових [2]. Однак, існують і інші погляди щодо визначення логістики. Так, деякі автори логістикою вважають не тільки організацію *потоків*, але й організацію *операцій* [3]. Тому фактично досі не існує однозначного, обґрунтованого визначення головної властивості логістики – її сутності. Це у значній мірі обмежує можливості практики логістики, знижує її ефективність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить також про те, що досі без уваги залишаються й два інших приватних закони, які відкрили у 2011 році – це приватні закони логістики 10-70 і 5-50, які знижують затрати на логістику відповідно у два та чотири рази [1].

Однак для окремих невеликих підприємств навіть і цього значного зниження затрат на логістику може бути недостатньо. Тобто, можна констатувати, що така обмежена кількість приватних законів логістики, як і її методик, не в змозі задовольнити потреби практики логістики, особливо невеликих фірм.

Однак, у 2020 році, був зроблений значний прорив – прогрес в розвитку теорії логістики: саме у цей час був встановлений Основний закон логістики (ОЗЛ) [4]. Саме цей закон у змозі забезпечити безліччю приватних законів логістики, тобто задовольнити не тільки потреби, але й реальні можливості використання логістики будь-якими підприємствами.

Невирішені складові загальної проблеми. Підводячи підсумок проведеному аналізу останніх досліджень і публікацій можна констатувати, що досі існує проблема недооцінки ролі ОЗЛ, що заважає його впровадженню в практику логістики. На думку авторів – це проблема нерозуміння самої суті логістики, тому що саме основний закон будь-якого явища (в тому числі й ОЗЛ) визначає його суть. Тому саме розуміння сенсу тільки ОЗЛ, як головного аспекту логістики, є розуміння всієї логістики у цілому. І це теж є логістика.

Автори даної публікації також вважають, що вирішення саме цієї складової загальної проблеми логістики відкриє новий етап у розвитку її теорії і практики.

Формулювання мети статті. Метою статті є встановлення сутності логістики. Досвід дослідницької діяльності привів авторів до висновку, що у даному випадку, у вирішенні вказаної конкретної проблеми (для успішного досягнення визначеної мети) необхідно вирішити такі задачі: охарактеризувати основні етапи розвитку логістики, зробити підсумки проведеного дослідження.

Методики дослідження: Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків, теорія методу Бабайлова [1, 2, 4].

Виклад основного матеріалу дослідження. Для вирішення *першої* задачі (необхідності визначити, охарактеризувати основні етапи розвитку логістики) був проведений досконалий аналіз літературних джерел. Він свідчить теж про різне їх визначення [5-10]. Автори даного дослідження вважають, що за всю історію існування логістики можливе виділення тільки трьох таких основних етапів розвитку логістики:

– на першому етапі логістика відповідає за раціональну, логічну, логістичну організацію удосконалення *всіх* аспектів діяльності;

– на другому етапі логістика відповідає за раціональну, логічну, логістичну організацію удосконалення *частки* аспектів діяльності в повній відповідності тільки одному приватному закону логістики – закону 20-80 [1];

– на третьому (майбутньому) етапі логістика буде відповідати за раціональну, логічну, логістичну організацію удосконалення *частки найбільш вагомих* аспектів діяльності в повної відповідності найбільш ефективному закону – ОЗЛ [4].

Аналіз характеристик кожного з трьох етапів свідчить про те, що кожен з них має переваги і недоліки; саме ці недоліки привели до заміни, переходу до наступного, більш ефективного етапу у розвитку логістики.

Так, для *першого* етапу характерні такі переваги: логістика забезпечує удосконалення *всіх* аспектів діяльності підприємства (або його підрозділів; у подальшому – підприємства). Наприклад: забезпечує зниження затрат на сировину, робочу силу, організацію виробництва, на виробництво, допоміжні роботи тощо. Але удосконалення всіх аспектів діяльності потребує і значних затрат на саму логістику. Тому має велике значення співвідношення затрат на логістику і отриманого результату від її застосування. Використання такої логістики було під силу тільки заможним підприємствам, організаціям. Такими організаціями були лише великі державні структури і, перш за все, військові міністерства. Приватні підприємства та невеликі підприємства не мали таких фінансових можливостей. Це був значний *недолік* першого етапу розвитку логістики. Важливо відмітити, що на цьому етапі використовувались й найрізноманітніші засоби, методики, закони, принципи, підходи для зниження затрат всіх аспектів діяльності підприємств.

На *другому* етапі розвитку логістики була зменшена кількість методик (необхідний товар; необхідна якість; необхідна кількість; необхідний час доставки; в необхідне місце; з мінімальними затратами) [2]. Особливим кроком було використання однієї *нової методики*, яка була відкрита Вільфредо Паретто. Це методика – перший приватний закон логістики 20-80 [11]. Варто відмітити, що сам Паретто відкрив його випадково, він не розумів це співвідношення як методика. Використання закону 20-80, яке призване зменшити кількість аспектів для логістичного аналізу від 100% до 20%, у дійсності не було зменшено. Більш того, всі аспекти були піддані зовсім зайвому групуванню, а також нагромадженню так званих методик логістики: ABC, XYZ та їх комбінацій [2]. На думку авторів, таке некоректне використання закону-методики 20-80 привело навіть до збільшення затрат на логістику.

Але навіть ідеальне використання закону 20-80 не може задовольнити потреби усіх підприємств: для деяких неможливих підприємств навіть 20% затрат на логістику – невід’ємна затратна величина. Більш того, і додаткові існуючі два приватні закони: закони 10-70 і 5-50, які з різних причин теж можуть не бути реалізовані.

На рисунку 1 представлені обмежені методичні можливості логістики до відкриття ОЗЛ [4].

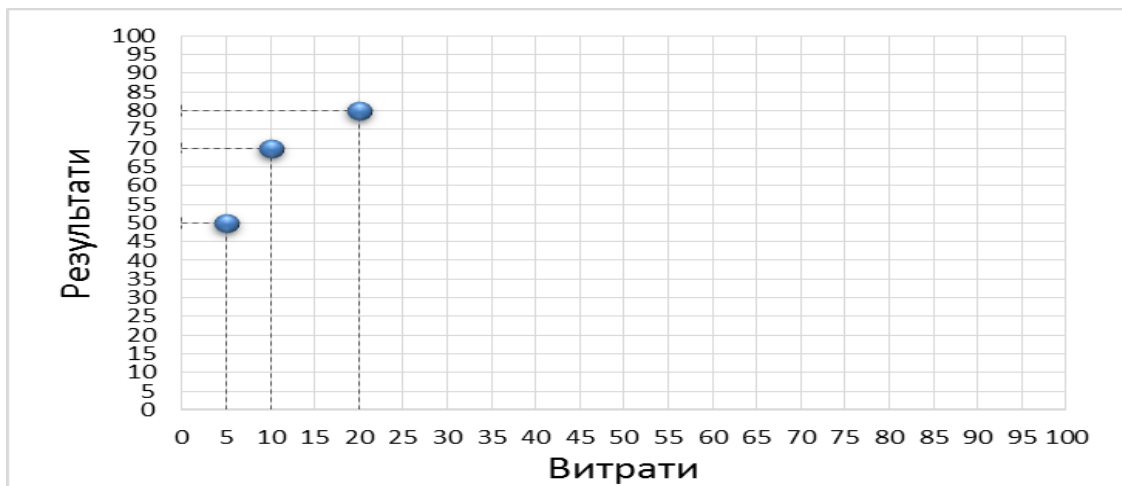


Рис. 1 - Обмежені можливості логістики до відкриття ОЗЛ

Джерело: сформовано авторами за даними: [4]

І дійсно, з рис. 1 слідує, що три приватні закони логістики (20-80; 10-70; 5-50) надають інформацію тільки в досить обмеженому діапазоні затрат (5-20%) і результатів (50-80%).

Однак практика логістики потребує безлічі інших співвідношень. До того ж вона показала, що існують підприємства, для яких, за різних причин, не підходять дані три приватні закони логістики.

Тому у 2020 році був вперше відкритий ОЗЛ, який може задовольнити будь-яку можливість підприємства, встановити приватний закон логістики з будь-яким значенням затрат на логістику крім 20%, 10%, 5%. Саме відкриття ОЗЛ відкриває початок *третього етапу* у розвитку логістики [4].

Це був значний прорив в напрямку розширення можливостей логістики. На відміну від лише трьох дискретних значень співвідношення затрат і результатів, трьох приватних законів логістики (20-80, 10-70, 5-50) він встановив суцільну залежність результатів від затрат у всьому їх діапазоні (від 0% до 100%). Рис. 2 наочно підтверджує ці ствердження.

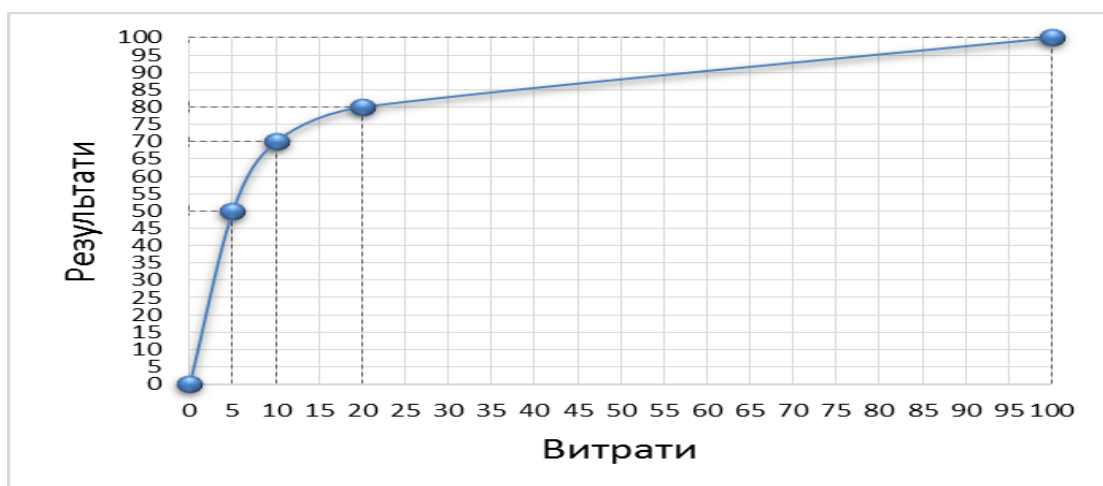


Рис. 2 - Необмежені можливості логістики після відкриття ОЗЛ

Джерело: сформовано авторами за даними: [4]

Можна впевнено стверджувати, що ОЗЛ забезпечить:

- збільшення масштабів використання логістики;
- використання множини альтернатив співвідношень затрат і результатів;
- відбір найбільш придатної для конкретної організації, підприємства альтернативи співвідношення затрат і результатів.

Одержані результати нададуть і новий імпульс у розвитку практики фундаментальних, експериментальних і прикладних досліджень у сфері логістики.

Автори, які відкрили ОЗЛ, підкреслюють, що уся логіка проведеного дослідження приводить до висновку, що саме ОЗЛ стає критерієм, засобом, *методикою* практики логістики, засобом визначення можливого, приємного для будь-якого підприємства співвідношення його витрат і результатів. Дане співвідношення не може бути встановлено ніяким іншим засобом. При цьому всі співвідношення витрат і результатів, які опиняться не на кривій «витрати-результати», не відповідають основному закону логістики, і тому не являються логістичними. Успішне встановлення основного закону логістики в його кількісній формі було здійснене завдяки розробці авторами четвертого і п'ятого приватних законів логістики [4].

Етап використання ОЗЛ принципово новий етап у практиці логістики. Він усуває недоліки першого і другого етапів. В ньому *методикою* логістики буде ОЗЛ.

При встановленні сутності логістики автори виходили з того, що сутністю логістики може бути тільки те, що присутнє у всіх етапах її розвитку. На всіх трьох етапах присутні методики логістики, їх склад і послідовність застосування. А це означає, що логістика як склад і послідовність методик є не що інше, як *методологія*.

Це методологія найбільш розумного, логічного, логістичного удосконалення організації, необхідної для кожного підприємства, кількості *аспектів* та будь-якої діяльності. Саме у цьому *сутність* логістики.

Висновки з проведеного дослідження. У статті вперше доведено, що:

- Необхідно виділяти три основні етапи розвитку, еволюції логістики.
- Логістика (сутність) є методологія.
- Логістика – це методологія раціональній, логічній, логістичній організації удосконалення аспектів діяльності підприємства.
- В даний час відомі три методології логістики (методологія логістики на основі випадкових методик; методологія логістики на основі методики приватного закону 20-80; методологія логістики на основі ОЗЛ - це *майбутня* логістика яка забезпечить удосконалення будь-якій *прийнятній кількості найбільш вагомих* аспектів діяльності).

Визначення сутності логістики буде сприяти поглибленню знань щодо всіх інших її аспектів, призведе до перегляду усього складу її практики, що відкриє принципово новий етап її розвитку та підвищить її ефективність.

Перелік посилань:

1. Бабайлов В.К. Теория метода: монография. Х.: ХНАДУ. 2011. 232 с.
2. Бабайлов В.К., Баленко А.И., Хмелевская А.А. Обзор литературных источников как метод эксперимента. *Бизнес-Информ*. 2006. №3. С. 103-104.
3. Логістичні операції й функції. *Навчальні матеріали онлайн*: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/71573/logistika/logistichni_operatsiyi_funktsiyi <http://ecsocman.hse.ru/text/22889580/> (дата звернення: 12.09.2021).
4. Бабайлов, В.К. Приходько, Д.О. Встановлення основного закону логістики. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2020. № 2 (25). С. 17-25. DOI: <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2020.25.0.17>.
5. Етапи розвитку логістики. *Навчальні матеріали онлайн*: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/72232/logistika/etapi_rozvitku_logistiki (дата звернення: 12.09.2021).
6. Історія та етапи розвитку логістики. *Навчальні матеріали онлайн*: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/1376102550913/logistika/istoriya_etapi_rozvitku_logistiki (дата звернення: 12.09.2021).
7. Етапи розвитку логістики та сучасна концепція логістики. *Освіта.ua*: веб-сайт. URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/14581/> (дата звернення: 12.09.2021).
8. Етапи розвитку логістики. *Освіта.ua*: веб-сайт. URL: http://ef.donnu-support.ru/emk/Data/Logistika/Up/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/Logist_2.htm (дата звернення: 14.09.2021).
9. Етапи та рівні розвитку логістики. *Stud.com*: веб-сайт. URL: https://stud.com.ua/41365/logistika/evolyutsiya_logistiki (дата звернення: 14.09.2021).
10. Виникнення і етапи розвитку логістики. *Studfiles*: веб-сайт. URL: <https://studfile.net/preview/7292742/page:2/> (дата звернення: 14.09.2021).
11. Закон Парето. *Wikipedia*: веб-сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE (дата звернення: 15.09.2021).

References:

1. Babajlov, V.K. (2011). *Method theory [Teoriya metoda]: monografiya*. Kharkiv: HNADU, 232 p.
2. Babajlov, V. K., Balenko, A. I., Hmelevskaya, A. A. (2006). A review of literary sources as a method of experiment [Obzor literaturnyh istochnikov kak metod eksperimenta], *Biznes-Inform*, No 3, P. 103-104.
3. Logistics operations and functions [Lohistychni operatsii y funktsii], *Navchalni materialy online*, available at: https://pidru4niki.com/71573/logistika/logistichni_operatsiyi_funktsiyi (last accessed 12.09.2021).

4. Babajlov, V.K., Prikhodko, D.O. (2020). Establishing the basic law of logistics [Vstanovlennia osnovnoho zakonu lohistyky], *Problems and prospects of entrepreneurship development*, No. 2 (25), P. 17-25 DOI: <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2020.25.0.17>

5. Stages of logistics development [Etapy rozvytku lohistyky], *Navchalni materialy onlain*, available at: https://pidru4niki.com/72232/logistika/etapi_rozvitku_logistiki (last accessed 12.09.2021).

6. History and stages of logistics development [Istoriia ta etapy rozvytku lohistyky], *Navchalni materialy onlain*, available at: https://pidru4niki.com/1376102550913/logistika/istoriya_etapi_rozvitku_logistiki (last accessed 12.09.2021).

7. Stages of logistics development and modern logistics concept [Etapy rozvytku lohistyky ta suchasna kontseptsii lohistyky], *Osvita.ua*, available at: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/14581/> (last accessed 12.09.2021).

8. Stages of logistics development [Etapy rozvytku lohistyky], *Osvita.ua*, available at: http://ef.donnu-support.ru/emk/Data/Logistika/Up/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/Logist_2.htm (last accessed 14.09.2021).

9. Stages and levels of logistics development [Etapy ta rivni rozvytku lohistyky], *Stud.com*, available at: https://stud.com.ua/41365/logistika/evolyutsiya_logistiki (last accessed 14.09.2021).

10. Origin and stages of logistics development [Vynyknennia i etapy rozvytku lohistyky], *Studfiles*, available at: <https://studfile.net/preview/7292742/page:2/> (last accessed 14.09.2021).

11. Pareto law [Zakon Pareto], *Wikipedia*, available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE (last accessed 15.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338,164.01; 658; JEL Classification: B40

Бабайлов В. К., Левченко Я.С. ЛОГІСТИКА – ЦЕ МЕТОДОЛОГІЯ

Анотація. Незважаючи на більш ніж двутисячну історію логістики, досі існує її загальна проблема – проблема незадовільного рівня теорії логістики, нерозуміння істинного сенсу логістики. Це має прояв у різному розумінні логістики у різні історичні епохи; навіть в одній епосі існують різні розуміння логістики різними авторами. І як наслідок – низька ефективність практики логістики за рахунок зайвих, зовсім не пов'язаних з самою логістикою дій. Тому затрати на таку логістику, особливо для невеликих підприємств, можуть перевищувати результати від використання самої логістики. Проблема визначення істинного сенсу логістики стає *актуальною*. *Аналіз останніх досліджень і публікацій* свідчить про те, що термін і поняття «Логістика» мають давнє походження. Ще давні греки використовували термін «*logistike*», що означав мистецтво обчислювати, міркувати. Практика логістики існувала й в

Давньому Римі. Засновником же організованого знання про логістику вважається французький військовий початку ХІХ століття Джодини. Він визначав логістику як «практичне мистецтво маневру військами». Особливо бурхливий розвиток логістика отримала у період другої світової війни, як організоване знання про раціональне управління рухом спочатку тільки матеріальних потоків у сфері обміну, а потім і у виробництві. На теперішній час склалося стійке уявлення, що логістика – це раціональна організація потоків: інформаційних, матеріальних, фінансових. Однак, існують і інші погляди щодо визначення логістики: деякі автори логістикою вважають не тільки організацію потоків, але й організацію операцій. Тому фактично досі не існує однозначного, обґрунтованого визначення головної властивості логістики – її сутності. Це у значній мірі обмежує можливості практики логістики, знижує її ефективність. Причиною цього є й обмежена кількість приватних законів логістики. Існує і проблема недооцінки ролі відкритого в 2020 році основного закону логістики, що заважає його впровадженню в практику логістики. Це проблема нерозуміння самої суті логістики, тому що саме основний закон будь-якого явища (в тому числі й ОЗЛ) визначає його суть. Автори даної публікації також вважають, що вирішення саме цієї складової загальної проблеми логістики відкриє новий етап у розвитку її теорії і практики. **Метою** статті є встановлення сутності логістики. Для її успішного досягнення поставлені **задачі**: охарактеризувати основні етапи розвитку логістики; зробити підсумки проведеного дослідження. **Методики дослідження**: Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків, теорія методу Бабайлова. **Результати**. Визначені три основні етапи розвитку, еволюції логістики (удосконалення всіх аспектів діяльності в логістичній організації; удосконалення частки аспектів діяльності в повної відповідності тільки одному приватному закону логістики – закону 20-80; удосконалення частки найбільш вагомих аспектів діяльності в повної відповідності тільки найбільш ефективному закону – ОЗЛ). **Наукова новизна**: вперше встановлено основна властивість, сутність логістики. **Практична значимість**: визначення сутності логістики буде сприяти поглибленню знань щодо всіх інших її аспектів; приведе до перегляду усього складу її практики, що відкриє принципово новий етап її розвитку; підвищить її ефективність.

Ключові слова: сутність логістики; методика; методологія; приватний закон; основний закон; діяльність; підприємство; аспекти.

УДК 338, 164.01; 658; JEL Classification: B40

Бабайлов В. К., Левченко Я.С. ЛОГИСТИКА - ЭТО МЕТОДОЛОГИЯ

Аннотация. Несмотря на более чем двухтысячную историю логистики, до сих пор существует ее общая проблема - проблема неудовлетворительного уровня теории логистики, непонимание истинного смысла логистики. Это

проявляется в различном понимании логистики в разные исторические эпохи; даже в одной эпохе существуют разные понимания логистики различными авторами. И как следствие - низкая эффективность практики логистики за счет лишних, совсем не связанных с самой логистикой действий. Поэтому затраты на такую логистику, особенно для небольших предприятий, могут превышать результаты от использования самой логистики. Проблема определения истинного смысла логистики становится актуальной. Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует о том, что термин и понятие «Логистика» имеют древнее происхождение. Еще древние греки использовали термин «*logistike*», что означало искусство вычислять, рассуждать. Практика логистики существовала и в Древнем Риме. Основателем же организованного знания о логистике считается французский военный начале XIX века Джомини. Он определял логистику как «практическое искусство маневра войсками». Особенно бурное развитие логистика получила в период второй мировой войны, как организованное знание о рациональное управление движением сначала только материальных потоков в сфере обмена, а затем и в производстве. В настоящее время сложилось устойчивое представление, что логистика - это рациональная организация потоков: информационных, материальных, финансовых. Однако, существуют и другие взгляды по определению логистики: некоторые авторы логистикой считают не только организацию потоков, но и организацию операций. Поэтому фактически до сих пор не существует однозначного, обоснованного определения главного свойства логистики - ее сущности. Это в значительной степени ограничивает возможности практики логистики, снижает ее эффективность. Причиной этого является и ограниченное количество частных законов логистики. Существует и проблема недооценки роли открытого в 2020 году основного закона логистики, что мешает его внедрению в практику логистики. Это проблема непонимания самой сути логистики, так как именно основной закон любого явления (в том числе и ОЗЛ) определяет его суть. Авторы данной публикации также считают, что решение именно этой составляющей общей проблемы логистики, откроет новый этап в развитии ее теории и практики. *Целью* статьи является установление сущности логистики. Для ее успешного достижения поставлены *задачи*: охарактеризовать основные этапы развития логистики; подвести итоги проведенного исследования. **Методики исследования.** Для достижения поставленной цели в работе были использованы такие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: сравнительный анализ научной литературы и информационных источников на основе методов сравнения, систематизации и обобщения; обобщение результатов анализа и логическая генерация выводов, теория метода Бабайлова. **Результаты.** Определены три основных этапа развития, эволюции логистики (совершенствование всех аспектов деятельности в логистической организации, совершенствование доли аспектов деятельности в полном соответствии только одному частному закону логистики - закону 20-80, совершенствование доли наиболее весомых аспектов деятельности в полном соответствии только наиболее эффективному закону -

ОЗЛ). **Научная новизна:** впервые установлено основное свойство, сущность логистики. **Практическая значимость:** определение сущности логистики будет способствовать углублению знаний о всех остальных ее аспектах; приведет к пересмотру всего состава ее практики, откроет принципиально новый этап ее развития; повысит ее эффективность.

Ключевые слова: сущность логистики; методика; методология; частный закон; основной закон; деятельность; предприятие; аспекты.

UDK 338, 164.01; 658; JEL Classification: B40

Babailov V., Levchenko Ya. LOGISTICS IS A METHODOLOGY

Abstract. Despite the more than two thousand histories of logistics, there is still a common problem - the problem of unsatisfactory level of logistics theory, misunderstanding of the true meaning of logistics. This is manifested in different understandings of logistics in different historical epochs; even in one era there are different understandings of logistics by different authors. And as a consequence - low efficiency of logistics practice at the expense of superfluous, at all not connected with logistics actions. Therefore, the costs of such logistics, especially for small businesses, may exceed the results of using the logistics themselves. The problem of determining the true meaning of logistics becomes relevant. Analysis of recent research and publications shows that the term and concept of "Logistics" have ancient origins. The ancient Greeks used the term "logistics", which meant the ability of calculating, reasoning. The practice of logistics also existed in Ancient Rome. The founder of organized knowledge of logistics is considered to be the French military at the beginning of the XIX century Jomini. He defined logistics as "the practical art of troop maneuvering." Logistics developed especially rapidly during the Second World War, as an organized knowledge of the rational management of traffic, first only material flows in the sphere of exchange, and then in production. At present, there is a stable idea that logistics is a rational organization of flows: information, material, financial. However, there are other views on the definition of logistics: some authors consider logistics not only the organization of flows, but also the organization of operations. Therefore, in fact, there is still no unambiguous, reasonable definition of the main property of logistics - its essence. This greatly limits the possibilities of logistics practice, reduces its efficiency. The reason for this is the limited number of private logistics laws. There is also the problem of underestimating the role of the basic law of logistics opened in 2020, which hinders its implementation in the practice of logistics. This is a problem of misunderstanding the very essence of logistics, as it is the basic law of any phenomenon that determines its essence. The authors of this publication also believe that the solution of this component of the general problem of logistics will open a new stage in the development of its theory and practice. The purpose of the article is to establish the essence of logistics. To achieve it successfully, the tasks are: to characterize the main stages of logistics development; to summarize the results of the study. **Research methods.** To achieve this goal, the following general scientific and special research methods and techniques were used: comparative analysis of scientific literature and information sources based on methods of comparison, systematization and generalization;

generalization of analysis results and logical generation of conclusions, theory of Babaylov's method. **Results.** Three main stages of development, evolution of logistics (improvement of all aspects of activity in the logistics organization, improvement of a share of aspects of activity in full compliance with only one private law of logistics - the law 20-80, improvement of a share of the most weighty aspects of activity in full compliance with only the most effective law). **Scientific novelty:** for the first time the basic property, essence of logistics is established. **Practical significance:** defining the essence of logistics will contribute to the deepening of knowledge about all its other aspects; will lead to a revision of the entire composition of its practice, will open a fundamentally new stage of its development; will increase its efficiency.

Keywords: the essence of logistics; method; methodology; private law; basic law; activity; enterprise; aspects.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Бабайлов Василь Кузьмич – кандидат економічних наук, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: super_super-kod@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5997-4561>. Моб. 050-139-27-76.

Бабайлов Василий Кузьмич – кандидат экономических наук, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Babailov Vasil - PhD, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Левченко Ярослава Сергіївна – доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: slavalevcenko1984@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4979-1101>. Моб. 066-578-44-43.

Левченко Ярослава Сергеевна – доктор философии в отрасли «Социальные и поведенческие науки», Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина;

Levchenko Yaroslava – PhD in "Social and behavioral sciences", Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

УТОЧНЕННЯ СУТНОСТІ КАПІТАЛУ

Бабайлов В. К., канд. економ. наук, доцент

Левченко Я.С., доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Капітал – одне з найважливіших понять економіки. Однак досі існують різні його трактування. Це значно знижує ефективність економічної діяльності. Вся історія економіки і економічної думки свідчить про те, що економіка спрямована ні на що інше, як на вирішення найрізноманітніших проблем господарської діяльності. При цьому можна виділити п'ять основних груп проблем:

- осмислення у Доантичну епоху *досвіду* усієї господарської діяльності (управління як єдності економіки, інженерії, адміністрації і виробництва);
- відокремлення, визначення в Античну і Середньовічну епохи основних *понять* суто економічної діяльності;
- визначення меркантилістами і фізіократами основного *джерела* створення багатства (вартості) – торгівлі або сільського господарства;
- визначення різними школами економіки *ролі держави* у господарській діяльності;
- визначення важливих аспектів *соціальної* економіки.

Однак серед них існує одна, виключно *актуальна* проблема, яка й досі притаманна навіть декільком групам економічних проблем – це проблема визначення істинного сенсу капіталу. Вона відома ще з часів Аристотеля. Тому у даному контексті представляє інтерес аналіз останніх досліджень і публікацій щодо вирішення окресленої проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про наступні трактування сутності капіталу. Так, в джерелі [1] капітал пов'язують виключно з *додатковою вартістю*. В дослідженні [2] автори капіталом вважають усе те, що використовується для виробництва, але безпосередньо не споживається в ньому. На відміну від інших *факторів виробництва*, капітал складається з раніше виробленого продукту. Фактично, будь-які засоби праці класична теорія вважає фізичним капіталом. При цьому підкреслюється, що Карл Маркс вважав неточним ототожнювання капіталу з засобами виробництва. Він визначав капітал як *«самозростаючу вартість»*.

В роботі [3] дослідники капіталом вважають однією з фундаментальних економічних категорій, сутність якої досліджується уже протягом століть. Капітал при цьому теж визначається як *один із факторів виробництва* – усе те, що використовується для виробництва, однак безпосередньо не споживається в ньому (за винятком повільної амортизації). На відміну від іншого фактору

виробництва, землі й природних ресурсів, капітал складається з раніше виробленого продукту. Терміном капітал стали називати у період становлення капіталізму *гроші*, що їх підприємці вкладали в розвиток свого виробництва з метою отримання прибутку. При цьому, на відміну від авторської думки досліджень [1-2], капітал визначається як *чинник виробництва* у вигляді вартості, здатної приносити не тільки *прибуток*, але й *збиток*.

В праці [3] дослідники також звертають увагу на те, що представники меркантилізму, фізіократів і класичної політекономії теж ототожнювали капітал з річчю, із *засобами виробництва*. Меркантилісти ототожнювали капітал з грошми, фізіократи відносили до капіталу інструменти, сировину й інші речові фактори виробництва. А. Сміт та Д. Рікардо також вважали капіталом *засоби виробництва*. Згідно теорії трьох факторів виробництва Ж. Б. Сея, капітал – це один із факторів, який приносить його власнику прибуток. Дж. С. Мілль під капіталом розумів попередньо нагромаджений запас продуктів минулої праці. Відмічається також, що у роки Радянського союзу поняття «капітал» не вживали взагалі, а застосовували термін «фонди».

Дослідники праці [4] стверджують, що *капітал* - це певна сума благ у вигляді матеріальних, грошових і інтелектуальних засобів, що використовуються в якості ресурсу в подальшому виробництві. Тому капітал є сума так званих капітальних благ, тобто благ з виробництва інших благ. Капітальним благом можна вважати цеглини (з них складуть будинок), верстати (на них виготовлять деталі майбутніх легкових машин), телевізор (він відтворить телепередачу) тощо. Згідно бухгалтерському визначенню, капіталом називаються всі активи (кошти) фірми.

В дослідженні [5] *сутність* капіталу розуміють як матеріальні та грошові ресурси, необхідні для розвитку виробництва і створення продукції або послуг. Визначають також *форми* капіталу *за різними сферами застосування, а також три стадії* капіталу. Увесь капітал поділяють на основний та оборотний.

На відміну від розуміння сутності капіталу в [1-5], в дослідженні [6] автори наближаються ближче до визначення сутності капіталу, визначають таку його властивість як *оборот*.

В роботі [7] зазначено ще одне розуміння капіталу та пов'язують його з виробничими відносинами. На думку авторів дослідження – це вже аспект капіталу, який пов'язаний не з економікою, а з індустріальною соціологією. Предметом економіки ніколи не були виробничі відносини, як помилково стверджували радянські політекономисти. Суттєвий вплив відчутний у «Капіталі» Маркса. Проте Маркс ніколи, ні на одній сторінці «Капіталу» не стверджував, що предметом економіки є виробничі відносини; він тільки одного разу і тільки у Передмові до «Капіталу» сказав, що предметом саме *його* дослідження є *відносини виробництва і обміну*.

Невирішені складові загальної проблеми. Підводячи підсумок проведеному аналізу можна констатувати, що досі нема однозначної думки про істинний сенс капіталу. Головна причина цього в тому, що сенс капіталу шукають тільки у частинах, тільки у окремих елементах формули простого

(тобто, натурального) господарства Гроші-Товар-Гроші (ГТГ), або у окремих елементах формули товарного господарства (ГТГ1). Тому й досі відсутнє визначення його важливіших аспектів, якими є *сутність і зміст*, саме які надають 70% поняття. Вказані невирішені складові проблеми й визначили мету даного дослідження.

Методики дослідження: Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків.

Формулювання мети статті. Метою дослідження є встановлення сутності і змісту капіталу. Для успішного досягнення визначеної мети були окреслені такі *задачі*: встановити джерела, причини і особливості появи терміну і поняття «Капітал»; оцінити визначення капіталу як вартості різними поколіннями економістів; встановити головне джерело визначення сутності і змісту капіталу.

Виклад основного матеріалу дослідження. При вирішенні *першої* задачі автори даного дослідження звернули увагу на те, що термін «капітал» з'явився значно раніше поняття «капітал». Термін капітал має давнє походження, яке зовсім не пов'язане с сучасним поняттям капітал, з економікою, з вартістю.

Економічний сенс терміну і поняття капітал, слова капітал виник значно пізніше. Як слідує з літературних джерел, слово «капітал», як єдність терміну і поняття «капітал» запозичене лише напочатку XVIII століття, найімовірніше, з німецької мови, де *kapital* походить від італійського *capitale* – «основна сума», запозиченого від лат. *capitalis* – «основний, головний», та від *caput* «голова». Пізніше – як «головне майно, головна сума» [8]. Тобто, тільки в цей час термін «*kapital*» набуває економічного сенсу, лише тоді капітал почали пов'язувати з вартістю. Але, що це за вартість – це питання не було вирішене.

Для вирішення *другої задачі* (оцінки визначення капіталу як вартості) був проведений аналіз визначення капіталу як різних вартостей від Аристотеля до наших днів. У літературі відмічається, що першу спробу аналізу двох особливих форм вартості (грошової і товарної) у їх послідовному перетворенні одна в одну зробив Аристотель [9]. Однак він ще не визначає їх як особливу вартість, не визначає їх особливу взаємодію як капітал. Хоча саме він вперше вивів формулу цієї взаємодії «Гроші-Товар-Гроші» (ГТГ) у своїй хрематистиці. Його хрематистика походила від «хреми», як вартості у формі майна, володіння. Грецьке *Χρηματιστική* – це знання про господарювання, гонитва за грошима, в основі якої лежить діяльність з метою задоволення потреб та отримання прибутку [10]. Але Аристотель не зрозумів, що саме його формула визначить у майбутньому зовсім нову, особливу вартість – сучасний капітал. Й навіть Маркс використовує цю формулу не для визначення сутності капіталу, а для критики капіталізму. Тому «капітал» Маркс визначає як «...вартість, яка створює додаткову вартість, тобто капітал – це зростаюча вартість».

Класики А. Сміт і Д. Рікардо (та й наступні покоління економістів) у з'ясуванні сутності капіталу в порівнянні з Аристотелем зробили навіть крок назад [11]. Вони не знали формул ГТГ і ГТГ1 Аристотеля. Тому вони ототожнювали капітал з самими різними формами вартості, а не тільки з грошовою и товарною.

Отож А. Сміт до капіталу відносив лише ту частину запасів, яка призначена для подальшого виробництва і приносить дохід. З точки зору Д. Рікардо, капітал – це накопичений труд або все те, що бере участь у виробництві. Франсуа Кене (засновник школи фізіократів) стверджував, що капітал – це не гроші, а ті засоби виробництва, які можна придбати за гроші. Джон Стюарт Мілль: капітал – це попередньо накопичений матеріалізований запас продуктів минулої праці, який авансується на придбання засобів виробництва і робочої сили. Жан Батист Сей: капітал є одним з факторів виробництва. П'єр Жозеф Прудон розглядав капітал як гроші, вважаючи провідною його формою тільки капітал позичковий. Альфред Маршалл основною рисою капіталу вважав його здатність створювати дохід. Ця здатність обумовлена продуктивністю капіталу як фактору виробництва. Кемпбелл Макконнелл і Стенлі Брю поняття «капітал» ототожнюють з інвестиційними ресурсами, представленими виробленими засобами виробництва – всіма видами інструментів, машин, обладнання [11].

Ніхто з видатних економістів світу не ототожнював капітал власне з *повною* вартістю, яка народжується в формулі «ГТГ»! Навіть Маркс до капіталу відносив тільки *частку* вартості, тільки додаткову вартість.

При вирішенні *третьої* задачі статті (встановлення головного джерела визначення сутності і змісту капіталу) автори статті прийшли до висновку, що саме формула ГТГ є *законом* створення особливої вартості – *вартості в круговороті*. Саме така повна вартість і є джерелом капіталу.

Узагальнюючи результати проведеного аналізу можна зробити висновок, що у формулі, у законі капіталу необхідно виділяти три особливі форми перетворення вартості: грошову і товарну, а також перетворення у нутрі товарної ($T \rightarrow T1$). При цьому відбувається взаємне перетворення: грошової в товарну ($G \rightarrow T$) и потім товарної в грошову ($T1 \rightarrow G1$). Тобто, грошова і товарна форми вартості здійснюють коло, колообіг, круговорот. Ось тільки така комбінована вартість, тобто, грошова і товарна вартість тільки в колообігу, круговороті, тільки в перетворенні одна в одну, тільки така вартість є капітал. Саме у цьому *сутність* капіталу.

І необхідно чітко розуміти, що будь-які інші форми перетворення, руху вартості (її накопичення, зменшення, збільшення, як окремі частини кругообігу, – перетворення, рух тільки « $G \rightarrow T$ », або тільки « $T1 \rightarrow G1$ »), або тільки $T \rightarrow T1$ не перетворюють таку вартість у капітал.

Тому і зміст капіталу утворюють три елементи: перетворення « $G \rightarrow T$ », « $T \rightarrow T1$ » і « $T1 \rightarrow G1$ ». $T \rightarrow T1$ – це елемент перетворення, рух капіталу у процесі *виробництва*, а « $G \rightarrow T$ » і « $T1 \rightarrow G1$ » – у процесі *обміну*. Всі три елементи змісту капіталу створюють так звані три *стадії* руху капіталу.

Але капітал – це не вартість тільки Г, і не вартість тільки Т, і не вартість тільки перетворення $G \rightarrow T$, і не вартість перетворення $T \rightarrow T1$, і не вартість перетворення $T1 \rightarrow G1$. Капітал – це уся вартість у круговороті ($G \rightarrow T \rightarrow T1 \rightarrow G1$). ($G-T-T1-G1$) – це закон, сутність вартості, особливої вартості, сутність капіталу.

Висновки з проведеного дослідження. Вирішення поставлених задач привело до отримання таких результатів:

– Були встановлені джерела, витoki, причини і особливості появи терміну і поняття «капітал».

– Зроблена оцінка визначення капіталу як вартості різними поколіннями економістів.

– Визначене головне джерело визначення сутності і змісту капіталу – формули простого (тобто, натурального), або товарного господарства.

– Визначена *сутність* капіталу як грошова і товарна вартість тільки в колообігу, круговороті, тільки в перетворенні одна в одну.

– Визначений *зміст* капіталу, який включає три елементи в їх тісному зв'язку, в перетворенні: грошової вартості у товарну; товарної в нову товарну; нової товарної вартості у нову грошову.

Визначення сутності і змісту капіталу буде сприяти підвищенню розуміння поняття, сутності капіталу і ефективності практики господарської діяльності.

Перелік посилань:

1. Капітал. *Вікіпедія*: веб-сайт. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB> (дата звернення: 18.09.2021).

2. Капітал. *Вікіпедія*: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB> (дата звернення: 18.09.2021).

3. Облік і фінанси АПК. *Освітній портал*: веб-сайт. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/ekonomichna-sutnist-kapitalu.html> (дата звернення: 18.19.2021).

4. Сутність і форми капіталу. *Національна економіка Білорусі*: веб-сайт. URL: <https://epi.cc.ua/suschnost-formyi-kapitala.html> (дата звернення: 18.09.2021).

5. Сутність та форми капіталу. Кругообіг капіталу. Основний та оборотний капітал, зношення та амортизація. *Файловий архів*: веб-сайт. URL: <https://studfile.net/preview/5782760/page:7/> (дата звернення: 18.09.2021).

6. Круговорот капіталу та його функціональні форми. *BUKLIV*: веб-сайт. URL: <https://buklib.net/books/28546/> (дата звернення: 18.09.2021).

7. Капітал. *СЛОВНИК*: веб-сайт. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB> (дата звернення: 18.09.2021).

8. Термінологічний словник. *Фінмоніторинг*: веб-сайт. URL: http://finmonitoring.in.ua/wp-content/uploads/2018/12/terminologichnij-slovník_finmonitoring.pdf (дата звернення: 18.09.2021).

9. Політична економія. *ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ*: веб-сайт. URL: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/np_2014.pdf (дата звернення: 18.09.2021).

10. Хрестистика. *Вікіпедія*: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0> (дата звернення: 18.09.2021).

11. Історія економічних вчень. *Репозитарій Західноукраїнського Національного Університету*: веб-сайт. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/498/1/%D0%86%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC.%20%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C.pdf> (дата звернення: 18.09.2021).

References:

1. Capital [Kapital], *Vikipediya*, available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB> (last accessed 18.09.2021).

2. Capital [Kapital], *Vikipediya*, available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB> (last accessed 18.09.2021).

3. Accounting and finance of agro-industrial complex [Oblik i finansy APK], *Osvitnii portal*, available at: <http://magazine.faaf.org.ua/ekonomichna-sutnist-kapitalu.html> (last accessed 18.09.2021).

4. The essence and forms of capital [Sutnist i formy kapitalu], *Natsionalna ekonomika Bilorusi*, available at: <https://epi.cc.ua/suschnost-formyi-kapitala.html> (last accessed 18.09.2021).

5. The essence and forms of capital. Capital cycle. Fixed and working capital, depreciation and amortization [Sutnist ta formy kapitalu. Kruhoobih kapitalu. Osnovnyi ta oborotnyi kapital, znoshennia ta amortyzatsiia], *Failovyi arkhiv*, available at: <https://studfile.net/preview/5782760/page:7/> (last accessed 18.09.2021).

6. The capital cycle and its functional forms [Kruhovorot kapitalu ta yoho funktsionalni formy], *BUKLIB*, available at: <https://buklib.net/books/28546/> (last accessed 18.09.2021).

7. Capital [Kapital], *Slovnyk*, available at: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB> (last accessed 18.09.2021).

8. Terminological dictionary [Terminolohichni slovnyk], *Finmonitoring*, available at: http://finmonitoring.in.ua/wp-content/uploads/2018/12/terminologichnij-slovník_finmonitoring.pdf (last accessed 18.09.2021).

9. Political Economy [Politychna ekonomiiia], *ODESKYI NATSIONALNYI EKONOMICHNYI UNIVERSYTET*, available at: http://oneu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/np_2014.pdf (last accessed 18.09.2021).

10. Chrematistics [Khrematystyka], *Vikipediya*, available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1>

%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0 (last accessed 18.09.2021).

11. History of economic doctrines [Istoriya ekonomichnikh vchen], *Repozytarii Zakhidnoukrainskoho Natsionalnoho Universytetu*, available at: <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/498/1/%D0%86%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC.%20%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D1%8C.pdf> (last accessed 18.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.14; JEL Classification: D24

Бабайлов В. К., Левченко Я.С. УТОЧНЕННЯ СУТНОСТІ КАПІТАЛУ

Анотація. Капітал – найважливіше поняття економіки. Однак досі існують різні його трактування. Це значно знижує ефективність економічної діяльності. Вся історія економіки і економічної думки свідчить про те, що економіка спрямована на вирішення різних проблем господарської діяльності. При цьому можна виділити п'ять основних груп проблем: осмислення у Доантичну епоху *досвіду* усієї господарської діяльності (управління як єдності економіки, інженерії, адміністрації і виробництва); відокремлення, визначення в Античну і Середньовічну епохи основних *понять* суто економічної діяльності; визначення меркантилістами і фізіократами основного *джерела* створення багатства (вартості), – торгівлі або сільського господарства; визначення різними школами економіки *ролі держави* у господарській діяльності; визначення важливих аспектів *соціальної* економіки. Однак серед них існує одна *актуальна* проблема, яка й досі притаманна навіть декільком групам економічних проблем – це проблема визначення істинного сенсу капіталу. Вона існує ще з часів Аристотеля. Тому у даному контексті представляє інтерес аналіз останніх досліджень і публікацій щодо вирішення поставленої проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що досі нема однозначної думки про істинний сенс капіталу. Головна причина цього в тому, що сенс капіталу шукають тільки у частинах, тільки у окремих елементах формули простого (тобто, натурального), або товарного господарства. Тому й досі відсутнє визначення його важливіших аспектів, якими є *сутність і зміст*, саме які надають 70% поняття. **Метою** є встановлення сутності і змісту капіталу. Було вирішено такі *задачі*: встановлено джерела, причини і особливості появи терміну і поняття «Капітал»; оцінено визначення капіталу як вартості; визначено головне джерело капіталу. **Методики дослідження.** Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків. **Результати.** Встановлені джерела, причини і особливості появи терміну і поняття «Капітал». Зроблена оцінка

визначення капіталу як вартості різними поколіннями економістів; встановлено головне джерело визначення сутності і змісту капіталу – формули простого (тобто, натурального) або товарного господарства; визначена *сутність* капіталу як грошова і товарна вартості тільки в круговороті; визначений *зміст* капіталу, який включає три елементи в їх тісному зв'язку в перетворенні: грошової вартості у товарну; товарної в нову товарну; нової товарної вартості у нову грошову. **Наукова новизна:** вперше встановлені сутність і зміст капіталу. **Практична значимість:** Визначення сутності і змісту капіталу буде сприяти підвищенню розуміння поняття, сенсу капіталу і ефективності практики господарської діяльності.

Ключові слова: капітал; сутність; зміст; вартість; товар; економіка; термін; поняття.

УДК 330.14; JEL Classification: D24

Бабайлов В. К., Левченко Я. С. УТОЧНЕНИЕ СУЩНОСТИ КАПИТАЛА

Аннотация. Капитал – важнейшее понятие экономики. Однако до сих пор существуют различные его трактовки. Это значительно снижает эффективность экономической деятельности. Вся история экономики и экономической мысли свидетельствует о том, что экономика направлена на решение различных проблем хозяйственной деятельности. При этом можно выделить пять основных групп проблем: осмысление в Доантичную эпоху опыта всей хозяйственной деятельности (управление как единства экономики, инженерии, администрации и производства); отделения, определение в Античной и Средневековой эпохах основных понятий экономической деятельности; определение меркантилистами и физиократами основного источника создания богатства (стоимости) – торговли или сельского хозяйства; определение различными школами экономики роли государства в хозяйственной деятельности; определение важных аспектов социальной экономики. Однако среди них есть одна актуальная проблема, которая до сих пор присуща даже нескольким группам экономических проблем – это проблема определения истинного смысла капитала. Она существует еще со времен Аристотеля. Поэтому в данном контексте представляет интерес анализ последних исследований и публикаций по решению поставленной проблемы. Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует о том, что до сих пор нет однозначного мнения об истинном смысле капитала. Главная причина этого в том, что смысл капитала ищут только в частях, только в отдельных элементах формулы простого (то есть, натурального) или товарного хозяйства. Поэтому до сих пор отсутствует определение его важнейших аспектов, каковы составляют 70% понятия. **Целью** является установление сущности и содержания капитала. Были решены следующие задачи: установлены источники, причины и особенности появления термина и понятия «Капитал»; оценено определение капитала как стоимости; определено главный источник капитала. **Методики исследования.** Для достижения поставленной цели в работе были использованы такие общенаучные и

специальные методы и приемы исследования: сравнительный анализ научной литературы и информационных источников на основе методов сравнения, систематизации и обобщения; обобщение результатов анализа и логическая генерация выводов. **Результаты.** Установлены источники, причины и особенности появления термина и понятия «Капитал». Произведена оценка определения капитала как стоимости различными поколениями экономистов; установлено главный источник определения сущности и содержания капитала – формулы простого (натурального) или товарного хозяйства; определена сущность капитала как денежная и товарная стоимость только в круговороте; определен смысл капитала, который включает три элемента в их тесной связи в преобразовании: денежной стоимости в товарной; товарной в новую товарную; новой товарной стоимости в новую денежную. **Научная новизна:** впервые установлены сущность и содержание капитала. **Практическая значимость:** Определение сущности и содержания капитала будет способствовать повышению понимания понятия, смысла капитала и эффективности практики хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: капитал; сущность; содержание; стоимость; товар; экономика; срок; понятие.

UDK 330.14; JEL Classification: D24

Babailov V., Levchenko Ya. CLARIFICATION OF THE ESSENCE OF CAPITAL

Annotation. Capital is the most important concept of the economy. However, there are still various interpretations of it. This significantly reduces the efficiency of economic activity. The entire history of economics and economic thought testifies to the fact that the economy is aimed at solving various problems of economic activity. At the same time, five main groups of problems can be distinguished: comprehension in the Pre-Antique era of the experience of all economic activity (management as a unity of economics, engineering, administration and production); branches, definition in the Ancient and Medieval eras of the basic concepts of economic activity; determination by mercantilists and physiocrats of the main source of wealth creation (value) - trade or agriculture; determination by various schools of economics of the role of the state in economic activity; identification of important aspects of the social economy. However, among them there is one urgent problem that is still inherent in even several groups of economic problems - this is the problem of determining the true meaning of capital. It has existed since the time of Aristotle. Therefore, in this context, it is of interest to analyze the latest research and publications on solving the problem posed. Analysis of recent studies and publications indicates that there is still no single opinion about the true meaning of capital. The main reason for this is that the meaning of capital is sought only in parts, only in individual elements of the formula for a simple (that is, natural) or commodity economy. Therefore, there is still no definition of its most important aspects, which make up 70% of the concept. *The aim* is to establish the nature and content of capital. The following tasks were solved: the sources, reasons and features of the emergence of the term and concept "Capital" were established; assessed the definition of capital as a value; the main source of

capital has been identified. **Research methods.** To achieve this goal, the following general scientific and special methods and research techniques were used in the work: comparative analysis of scientific literature and information sources based on methods of comparison, systematization and generalization; generalization of analysis results and logical generation of conclusions. **Results.** The sources, reasons and features of the appearance of the term and concept "Capital" are established. The assessment of the definition of capital as a value by different generations of economists is made; established the main source of definition of the essence and content of capital - the formula of a simple (natural) or commodity economy; the essence of capital is defined as monetary and commodity value only in the circulation; defined the meaning of capital, which includes three elements in their close relationship in the transformation: monetary value in commodity; commodity into a new commodity; new commodity value into a new monetary value. **Scientific novelty:** the essence and content of capital have been established for the first time. **Practical significance:** Determination of the essence and content of capital will help to increase understanding of the concept, meaning of capital and the effectiveness of business practices.

Key words: capital; essence; content; price; product; economy; term; concept.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Бабайлов Василь Кузьмич – кандидат економічних наук, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: super_super-kod@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5997-4561>. Моб. 050-139-27-76.

Бабайлов Василий Кузьмич – кандидат экономических наук, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Babailov Vasil - PhD, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Левченко Ярослава Сергіївна – доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: slavalevcenko1984@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4979-1101>. Моб. 066-578-44-43.

Левченко Ярослава Сергеевна – доктор философии в отрасли «Социальные и поведенческие науки», Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина;

Levchenko Yaroslava – PhD in "Social and behavioral sciences", Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ COVID-19

Левченко Я.С., доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Гераймович В.Л., кандидат економічних наук, доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Постановка проблеми. Протягом свого історичного існування, людство стикалося з багатьма кризами, які згодом ставали «старт-апами» для розвитку суспільства в цілому, оскільки такі кризи стимулюють працювати за вектором розвитку. Таким випробуванням сучасності стала пандемія COVID-19, яка вплинула на всі сфери економіки держав, на звичний спосіб життя, на соціальну та культурну взаємодію. Пандемія також вплинула на діяльність підприємств приватного бізнесу і змусила їх розробляти нові методи ведення бізнесу [1].

З початку 2020 року і до теперішнього часу підприємці відчують значні труднощі ведення індивідуального бізнесу. Загострення пандемії коронавірусу в 2021 році створило значний вплив на світову економіку та продовжує впливати на всі види діяльності [2, 3]. Спостерігається значне зменшення попиту на споживчі товари внаслідок неможливості покупців відвідувати магазини або дефіциту готівки, необхідної для закупівлі [4, 5]. Транспортний сектор також відноситься до найбільш постраждалого, внаслідок зупинки якого збитки для держави колосальні, а для регіонів, зокрема, часом катастрофічні. Проведення заходів реабілітації є стратегічним вектором. Підтвердженням цьому є результати дослідження Адлах та ін. [6], де висвітлено та доведено вплив підприємництва на розвиток держави в цілому і транспортного підприємництва зокрема. Тому в рамках даного дослідження потрібно запропонувати ургентні заходи його державного протекціонізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Транспортний сектор економіки в цілому і його підприємство є дуже важливим для всіх держав європейського союзу без винятку. Як зазначено в звіті Інституту автотранспорту «Вплив сектору автомобільного транспорту: положення про підприємство та економічне зростання в Європейському Союзі» [7] спільна транспортна політика є одним із основних елементів політики ЄС. Транспортний сектор ЄС забезпечує близько 11 млн. робочих місць та оцінюється в 14% ВВП ЄС, що підтверджує його значущість та стратегічність [7]. Зокрема сектор автомобільного вантажного транспорту в ЄС охоплює понад 563,6 тис. компаній. Пандемічні виклики внесли свої корективи в усі галузі економік тому рядом держав запроваджено заходи підтримки підприємництва на транспорті. Згідно з існуючими методиками підтримки,

перевага при фінансуванні віддається таким, які мають високу пріоритетність та потенціал [8]. Проте в період пандемічних викликів такий підхід викликав певні сумніви. Беручи до уваги досвід Індії, на шляху подолання дисбалансу в державі [9, 10], пропонується протекціонізм тих секторів економіки, які найбільше постраждали від COVID-19.

Невирішені складові загальної проблеми. Проаналізувавши дослідження [9-17], можна стверджувати, що проблема державного протекціонізму підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень розглянута іншими дослідниками дуже обмежено. Це свідчить про необхідність проведення відповідних досліджень та розробки методики забезпечення підтримки підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень в умовах COVID-19.

Формулювання мети і завдань статті. Метою дослідження є розробка методики забезпечення підтримки підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень в умовах COVID-19. Це дасть можливість фінансово підтримати найбільш постраждалі від пандемії сектори економіки з боку держав з метою реабілітації їх економік в цілому. Для досягнення окресленої мети були поставлені наступні задачі: вибрати умови віднесення секторів економіки до категорії найбільш постраждалих від пандемії в контексті державного протекціонізму; формулювання та рішення задачі визначення ставки фінансових капіталовкладень.

Методики дослідження. Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків, математичне моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для моделювання підтримки підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень в умовах COVID-19 знадобиться два найважливіших показники, а саме: показник ризику сектору економіки (впливу Covid-19) – найважливішого показника при фінансуванні [18, 19], який враховується при визначенні фінансових капіталовкладень; показник пріоритетності сектору економіки для держави.

За показник індексу впливу Covid-19 взято значення, отримане на основі комплексного дослідження [20]. Детальна методика розрахунку Індексу впливу Covid-19 на сектори економіки держав представлена в дослідженні [21]. Значення 0 означає, що сектор вважається несуттєво чутливим до впливу Covid-19. Значення від 0 до 1 вказують на те, що сектор вважається важливим [22].

Для визначення пріоритетності сектора економіки використовуємо відкриту статистичну інформацію за показником капітальних інвестицій за видами економічної діяльності [23].

Для підтримки підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень в умовах COVID-19 з метою реабілітації економіки держави пропонується ввести фінансові капіталовкладення за секторами. Пропонується формалізований опис моделі ефективною співпраці сектору економіки та

інвестора (держави, фінансового донора або ін.), який може бути представленим наступним чином:

$$Z_i(S_i, x_i) = \varphi_i(S_i) - y_i = \varphi_i(S_i) - (S_i - x_i), \quad i = \overline{1, n}; \quad (1)$$

де S_i – загальна сума фінансування на підтримку підприємництва;

$\varphi_i(S_i)$ – дохід i -ї сектору економіки;

x_i – фінансові засоби сектору економіки на підтримку підприємництва – позикові кошти;

y_i – власні фінансові засоби сектору економіки на підтримку підприємництва;

z_i – вкладені інвестиції (держави, фінансового донора або ін.), де враховується обсяг фінансування сектору економіки;

Z_i – чистий прибуток сектору економіки в складі його власних фінансових засобів (в складі y_i).

Також для розрахунків за запропонованою авторською методикою знадобиться синтетичний (штучний) показник q_i , який розраховується за формулою (3):

$$(1 - a_i) / l_i = q_i, \quad (2)$$

де a_i – ефективність, яка оцінюється віддачею від сектору економіки на одиницю витрачених на підтримку підприємництва фінансових засобів.

l_i – пріоритет.

Підставивши до формули (2) замість показника ефективності показник пріоритетності сектору економіки для держави – r , а замість показника пріоритету показник ризику сектору економіки (Індекс впливу Covid-19) – R , розрахунок штучного (синтетичного) показника q_i проведено за формулою (3):

$$(1 - r_i) / R_i = q_i, \quad (3)$$

де r_i – показник пріоритетності i -го сектору економіки для держави, ум.од.;

R_i – показник ризику i -го сектору економіки ум.од.

Для визначення кількості секторів економіки держави, які можуть претендувати на фінансування з метою реабілітації економіки держав, визначається таке максимальне їх значення n , яке б задовольняло наступну нерівність:

$$q_i < Q_n / (n - 1), \quad (4)$$

де Q_n – сума синтетичних показників q_i відповідних секторів економіки n .

Коли умова (4) не виконується, розрахунок закінчується і наступні сектори економіки виключаються зі списку кандидатів на отримання фінансування.

Наочне представлення розробленої авторської методики на рис.1.

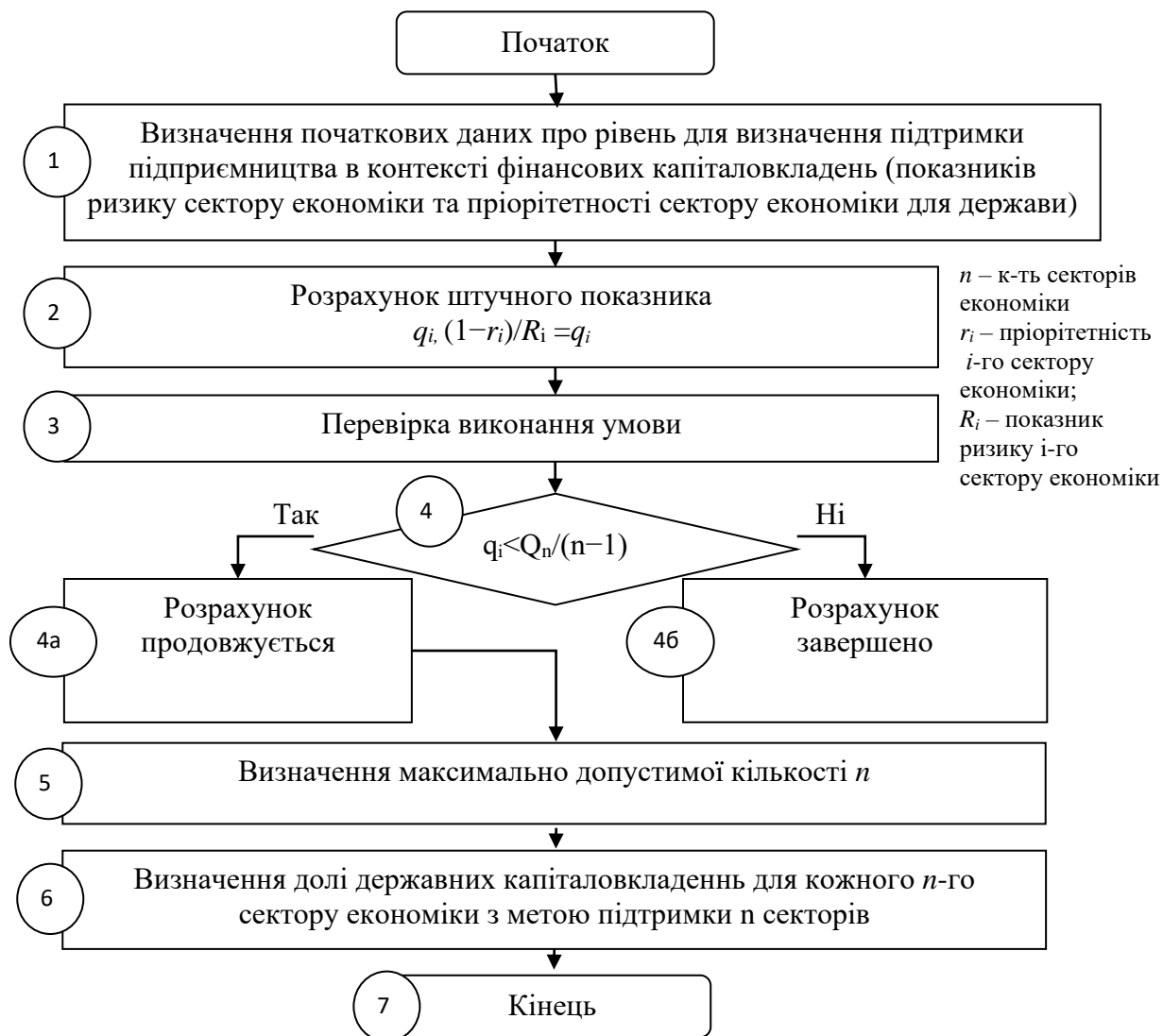


Рис. 1 – Алгоритм визначення підтримки підприємництва в контексті державних фінансових капіталовкладень

Джерело: розробка автора

Висновки з проведеного дослідження. Велика кількість методик фінансування запропоновано дослідниками. Всі вони являються інтегральними та комплексними: одні містять значну кількість складових для розрахунку, інші – навпаки мало. На відміну від них, запропонована авторська методика підтримки підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень в умовах COVID-19, яка також є комплексною, містить надважливу складову – адресне фінансування найбільш постраждалих від пандемії секторів економіки. Авторська методика дозволяє визначати сектори економіки для розподілу фінансових капіталовкладень на підставі показників ризикованості та пріоритетності сектора економіки та вирішити задачу визначення ставки фінансових капіталовкладень. На відміну від існуючих методик, авторська спрямована на підтримку секторів економіки зокрема і держави в цілому.

Перелік посилань:

1. Puriwat, W., Tripopsakul, S. Customer Engagement with Digital Social Responsibility in Social Media: A Case Study of COVID-19 Situation in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2021. № 8 (2). P. 475-483. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0475>
2. Giones, F., Brem, A., Pollack, J. M., Michaelis, T. L., Klyver, K., Brinckmann, J. Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*. 2020. № 14. P. e00186. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186>
3. Zhan, J. X. Covid-19 and investment-an UNCTAD research round-up of the international pandemic's effect on FDI flows and policy. *Transnational Corporations*. 2020. № 27 (1). P. 1-3. DOI: <https://doi.org/10.18356/42625ea1-en>
4. Pymnts.com. Can eCommerce Overcome COVID-19? available at: <https://www.pymnts.com/news/retail/2020/can-ecommerceovercome-covid-19-strain/> (last accessed 21.09.2021).
5. Jebril, N. World Health Organization declared a pandemic public health menace: A systematic review of the coronavirus disease 2019 "COVID-19", up to 26th March 2020. 2020. SSRN 3566298 DOI: <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I9/PR290311>
6. Adlah, A., Taghreed, M., Zaabi, E., Haton E. Impact of COVID-19 on Entrepreneurship and Consumer Behaviour: A Case Study in Saudi Arabia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2021. № 8 (5). P. 201-210. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0201>
7. Report: The impact of road transport sector regulation on the entrepreneurship and economic growth in the European Union. Motor Transport Institute. Warsaw-LinzLyon, February 2020, available at: <https://www.mobilelabour.eu/wp-content/uploads/2018/02/The-Impact-of-Regulation-of-the-Road-Transport-Sector-on-Entrepreneurship-and-Economic-Growth.pdf> (last accessed 21.09.2021).
8. Report on logistics in the EU and multimodal transport in the new TEN-T corridors, European Parliament, Brussels, 2015/2348 (INI), 13 December 2016, available at: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0384_EN.html (last accessed 21.09.2021).
9. Levchenko, I., Britchenko, I. Estimation of state financial support for non-priority territorial units using the example of bridge construction. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2021. № 1(13 (109)). P. 26–34. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.225524>
10. Backward Regions Grant Fund, available at: <https://www.indiastat.com/social-and-welfare-schemes-data/27/backward-classes-schemes/27905/backward-regions-grant-fund-brgf/411976/stats.aspx> (last accessed 21.09.2021).
11. Backward Region Grant Fund for all Arunachal districts, available at: <https://timesofindia.indiatimes.com/city/guwahati/Backward-Region-Grant-Fund-for-all-Arunachal-districts/articleshow/27236041.cms> (last accessed 21.09.2021).
12. Terlikowski, P., Paska, J., Pawlak, K., Kaliński, J., Urbanek, D. Modern financial models of nuclear power plants. *Progress in Nuclear Energy*. 2019. № 110. P. 30–33. DOI: [doi:10.1016/j.pnucene.2018.09.010](https://doi.org/10.1016/j.pnucene.2018.09.010)

13. Muczyński, A. Financial flow models in municipal housing stock management in Poland. *Land Use Policy*. 2020. № 91. P. 104429. DOI: doi:10.1016/j.landusepol.2019.104429
14. Snieska, V., Zykiene, I. City Attractiveness for Investment: Characteristics and Underlying Factors. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2015. № 213. P. 48–54. DOI: doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.402
15. Akbulaev, N., Aliyev, Y., Ahmadov, T. Research models for financing social business: theory and practice. *Heliyon*. 2019. № 5 (5). P. e01599. DOI: doi:10.1016/j.heliyon.2019.e01599
16. Angelis-Dimakis, A., Dimaki, K. Identifying Clusters of Regions in the European South, based on their Economic, Social and Environmental Characteristics. *REGION*. 2016. № 3 (2). P. 71. DOI: doi:10.18335/region.v3i2.81
17. Urbancikova, N., Burger, P. Financing Clusters from Public Funds in the European Countries. *Journal of Applied Economic Sciences*. 2014. № 9 (1 (27)). P. 148-157, available at: https://www.researchgate.net/publication/262791406_Financing_Clusters_from_Public_Funds_in_the_European_Countries (last accessed 21.09.2021).
18. Vorkut, T., Volynets, L., Bilonog, O., Sopotsko, O., Levchenko, I. The model to optimize deliveries of perishable food products in supply chains. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2019. № 5 (3 (101)). P. 43–50. DOI: doi:10.15587/1729-4061.2019.177903
19. Orłowski, L. T. Financial crisis and extreme market risks: Evidence from Europe. *Review of Financial Economics*. 2012. № 21 (3). P. 120–130. DOI: doi:10.1016/j.rfe.2012.06.006
20. Impacts of the COVID-19 pandemic on EU industries, available at: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU\(2021\)662903_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU(2021)662903_EN.pdf) (last accessed 21.09.2021).
21. The asymmetric impact of COVID-19 confinement measures on EU labour markets, available at: <https://voxeu.org/article/covid-19-lockdown-and-eu-labour-markets> (last accessed 21.09.2021).
22. Baldwin, R., Weder di Mauro, B. *Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes*. CEPR Press. 2020, available at: <https://voxeu.org/content/mitigating-covid-economic-crisis-act-fast-and-do-whatever-it-takes> (last accessed 21.09.2021).
23. Capital investment by type of economic activity, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (last accessed 21.09.2021).

References:

1. Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). Customer Engagement with Digital Social Responsibility in Social Media: A Case Study of COVID-19 Situation in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 475-483 DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0475>
2. Giones, F., Brem, A., Pollack, J. M., Michaelis, T. L., Klyver, K., & Brinckmann, J. (2020). Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks:

Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00186. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186>

3. Zhan, J. X. (2020). Covid-19 and investment-an UNCTAD research round-up of the international pandemic's effect on FDI flows and policy. *Transnational Corporations*, 27(1), 1-3. DOI: <https://doi.org/10.18356/42625ea1-en>

4. Pymnts.com. Can eCommerce Overcome COVID-19? available at: <https://www.pymnts.com/news/retail/2020/can-ecommerceovercome-covid-19-strain/> (last accessed 21.09.2021).

5. Jebri, N. (2020). World Health Organization declared a pandemic public health menace: A systematic review of the coronavirus disease 2019 "COVID-19", up to 26th March 2020. Available at SSRN 3566298. DOI: <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I9/PR290311>

6. Adlah, A., Taghreed, M., Zaabi, E., & Haton E. (2021). Impact of COVID-19 on Entrepreneurship and Consumer Behaviour: A Case Study in Saudi Arabia, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Volume 8 Issue 5, 201-210, DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0201>

7. Report: The impact of road transport sector regulation on the entrepreneurship and economic growth in the European Union. Motor Transport Institute. Warsaw-LinzLyon, February 2020, available at: <https://www.mobilelabour.eu/wp-content/uploads/2018/02/The-Impact-of-Regulation-of-the-Road-Transport-Sector-on-Entrepreneurship-and-Economic-Growth.pdf> (last accessed 21.09.2021).

8. Report on logistics in the EU and multimodal transport in the new TEN-T corridors, European Parliament, Brussels, 2015/2348 (INI), 13 December 2016, available at: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2016-0384_EN.html (last accessed 21.09.2021).

9. Levchenko, I., & Britchenko, I. (2021). Estimation of state financial support for non-priority territorial units using the example of bridge construction. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 1(13 (109)), 26–34. DOI: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.225524>

10. Backward Regions Grant Fund, available at: <https://www.indiastat.com/social-and-welfare-schemes-data/27/backward-classes-schemes/27905/backward-regions-grant-fund-brgf/411976/stats.aspx> (last accessed 21.09.2021).

11. Backward Region Grant Fund for all Arunachal districts, available at: <https://timesofindia.indiatimes.com/city/guwahati/Backward-Region-Grant-Fund-for-all-Arunachal-districts/articleshow/27236041.cms> (last accessed 21.09.2021).

12. Terlikowski, P., Paska, J., Pawlak, K., Kaliński, J., & Urbanek, D. (2019). Modern financial models of nuclear power plants. *Progress in Nuclear Energy*, 110, 30–33. DOI: [doi:10.1016/j.pnucene.2018.09.010](https://doi.org/10.1016/j.pnucene.2018.09.010)

13. Muczyński, A. (2020). Financial flow models in municipal housing stock management in Poland. *Land Use Policy*, 91, 104429. DOI: [doi:10.1016/j.landusepol.2019.104429](https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104429)

14. Snieska, V., & Zykiene, I. (2015). City Attractiveness for Investment: Characteristics and Underlying Factors. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 48–54. DOI: [doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.402](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.402)

15. Akbulaev, N., Aliyev, Y., & Ahmadov, T. (2019). Research models for financing social business: theory and practice. *Heliyon*, 5(5), e01599. DOI: doi:10.1016/j.heliyon.2019.e01599
16. Angelis-Dimakis, A., & Dimaki, K. (2016). Identifying Clusters of Regions in the European South, based on their Economic, Social and Environmental Characteristics. *REGION*, 3(2), 71. DOI: doi:10.18335/region.v3i2.81
17. Urbancikova N., & Burger P. (2014). Financing Clusters from Public Funds in the European Countries. *Journal of Applied Economic Sciences*, 9(1 (27)), 148-157. available at: https://www.researchgate.net/publication/262791406_Financing_Clusters_from_Public_Funds_in_the_European_Countries (last accessed 21.09.2021).
18. Vorkut, T., Volynets, L., Bilonog, O., Sopotsko, O., & Levchenko, I. (2019). The model to optimize deliveries of perishable food products in supply chains. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5(3 (101)), 43–50. DOI: doi:10.15587/1729-4061.2019.177903
19. Orłowski, L. T. (2012). Financial crisis and extreme market risks: Evidence from Europe. *Review of Financial Economics*, 21(3), 120–130. DOI: doi:10.1016/j.rfe.2012.06.006
20. Impacts of the COVID-19 pandemic on EU industries, available at: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU\(2021\)662903_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662903/IPOL_STU(2021)662903_EN.pdf) (last accessed 21.09.2021).
21. The asymmetric impact of COVID-19 confinement measures on EU labour markets, available at: <https://voxeu.org/article/covid-19-lockdown-and-eu-labour-markets> (last accessed 21.09.2021).
22. Baldwin, R and Weder di Mauro, B (eds.) (2020). Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes, CEPR Press. 2020, available at: <https://voxeu.org/content/mitigating-covid-economic-crisis-act-fast-and-do-whatever-it-takes> (last accessed 21.09.2021).
23. Capital investment by type of economic activity, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (last accessed 21.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 334; JEL Classification: M21, R42

Левченко Я.С., Гераймович В.Л. ПІДПРИЄМНИЦТВО: ПЛАНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ COVID-19

Анотація. Протягом свого історичного існування, людство стикалося з багатьма кризами, які згодом ставали «старт-апами» для розвитку суспільства в цілому. Таким випробуванням сучасності стала пандемія COVID-19, яка вплинула на всі сфери економіки держав, на звичний спосіб життя, на соціальну та культурну взаємодію. Пандемія також вплинула на діяльність підприємств приватного бізнесу і змусила їх розробляти нові методи ведення бізнесу. З початку 2020 року і до теперішнього часу підприємці відчують значні труднощі ведення індивідуального бізнесу. Загострення пандемії коронавірусу

в 2021 році створило значний вплив на світову економіку та продовжує впливати на всі види діяльності. Спостерігається значне зменшення попиту на споживчі товари. Транспортний сектор також відноситься до найбільш постраждалого, внаслідок зупинки якого збитки для держави колосальні, а для регіонів, часом катастрофічні. Проведення заходів реабілітації є стратегічним вектором. Рядом досліджень висвітлено та доведено вплив підприємництва на розвиток держави в цілому і транспортного підприємництва зокрема. Тому в рамках даного дослідження запропоновано ургентні заходи його державної фінансової підтримки. **Методики дослідження.** Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу, логічна генерація висновків, математичне моделювання. **Результати.** На підставі розгляду проблеми фінансового забезпечення підприємництва, доведено актуальність і необхідність державної підтримки підприємництва з метою реабілітації секторів економіки, що найбільше постраждали від пандемічних викликів COVID-19. Визначено умови віднесення секторів економіки до категорії найбільш постраждалих. На підставі показників ризикованості та пріоритетності сектора економіки можливо визначити сектори економіки для розподілу фінансових вливань. **Наукова новизна:** запропоновано комплексну методику фінансового забезпечення підприємництва в контексті фінансових капіталовкладень з метою реабілітації секторів економіки, що враховує ризикованість та пріоритетність сектора економіки. **Практична значущість:** Дане дослідження практично цікаво державним органам управління при розподілі коштів за вектором підтримки найбільш постраждалих секторів економіки від пандемічних викликів, а теоретично – дослідникам, що займаються питаннями фінансового забезпечення та державного адміністрування.

Ключові слова: державне фінансування; фінансове забезпечення; державна підтримка; реабілітація транспортного сектору; підтримка підприємництва.

УДК 334; JEL Classification: M21, R42

Левченко Я.С., Гераймович В.Л. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПЛАНИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ COVID-19

Аннотация. В течение своего исторического существования, человечество сталкивалось со многими кризисами, которые впоследствии становились «старт-апами» для развития общества в целом. Таким испытанием современности стала пандемия COVID-19, которая повлияла на все сферы экономики государств, на привычный образ жизни, социальное и культурное взаимодействие. Пандемия также повлияла на деятельность предприятий частного бизнеса и заставила их разрабатывать новые методы ведения бизнеса. С начала 2020 года и до настоящего времени предприниматели испытывают

значительные трудности ведения индивидуального бизнеса. Обострение пандемии коронавируса в 2021 году создало значительное влияние на мировую экономику и продолжает влиять на все виды деятельности. Наблюдается значительное уменьшение спроса на потребительские товары. Транспортный сектор также относится к наиболее пострадавшим, в результате остановки которого убытки для государства колоссальные, а для регионов, порой катастрофические. Проведение мероприятий реабилитации является стратегическим вектором. Рядом исследований доказано влияние предпринимательства на развитие государства в целом и транспортного предпринимательства в частности. Поэтому в рамках данного исследования предложено urgentные меры его государственной финансовой поддержки.

Методики исследования. В работе были использованы такие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: сравнительный анализ научной литературы и информационных источников на основе методов сравнения, систематизации и обобщения; обобщение результатов анализа, логическая генерация выводов, математическое моделирование.

Результаты. На основании рассмотрения проблемы финансового обеспечения предпринимательства, доказано актуальность и необходимость государственной поддержки предпринимательства с целью реабилитации секторов экономики, наиболее пострадавших от пандемических вызовов COVID-19. Определены условия отнесения секторов экономики к категории наиболее пострадавших. На основании показателей рискованности и приоритетности сектора экономики можно определить сектора экономики для распределения финансовых вливаний.

Научная новизна: предложено комплексную методику финансового обеспечения предпринимательства в контексте финансовых капиталовложений с целью реабилитации секторов экономики, учитывающий рискованность и приоритетность сектора экономики.

Практическая значимость: данное исследование практически интересно государственным органам управления при распределении средств по вектору поддержки наиболее пострадавших секторов экономики от пандемических вызовов, а теоретически – исследователям, занимающимся вопросами финансового обеспечения и государственного администрирования.

Ключевые слова: государственное финансирование; финансовое обеспечение; государственная поддержка; реабилитация транспортного сектора; поддержка предпринимательства.

UDK 334; JEL Classification: M21, R42

Levchenko Ya., Heraimovych V. ENTREPRENEURSHIP: PLANNING OF FINANCIAL ENSURING IN THE CONDITIONS OF COVID-19

Purpose. Throughout its historical existence, humanity has faced many crises, which later became "start-ups" for the development of society as a whole. Such a test of modernity was the pandemic COVID-19, which affected all areas of the economy, the usual way of life, social and cultural interaction. The pandemic also affected the activities of private businesses and forced them to develop new methods of doing business. From the beginning of 2020 to the present, entrepreneurs are experiencing

significant difficulties in conducting individual business. The exacerbation of the coronavirus pandemic in 2021 has had a significant impact on the global economy and continues to affect all activities. There is a significant decrease in demand for consumer goods. The transport sector is also one of the most affected, as a result of which the losses to the state are enormous, and for the regions, sometimes catastrophic. Rehabilitation measures are a strategic vector. A number of studies have highlighted and proven the impact of entrepreneurship on the development of the state in general and transport entrepreneurship in particular. Therefore, in the framework of this study, urgent measures of its state financial ensuring are proposed. **Methodology of research.** To achieve this goal, the following general and special research methods and techniques were used: comparative analysis of scientific literature and information sources based on methods of comparison, systematization and generalization; generalization of analysis results, logical generation of conclusions, mathematical modeling. **Findings.** Based on the consideration of the problem of financial ensuring of entrepreneurship, the relevance and necessity of state support for entrepreneurship in order to rehabilitate the sectors of the economy that have suffered most from the pandemic challenges of COVID-19. The conditions for classifying the sectors of the economy as the most affected are determined. Based on the indicators of risk and priority of the sector of the economy, it is possible to determine the sectors of the economy for the distribution of financial infusions. **Originality:** a comprehensive method of financial ensuring for entrepreneurship in the context of financial investments in order to rehabilitate sectors of the economy, taking into account the risk and priority of the economic sector. **Practical value:** This study is practically interesting for public authorities in the distribution of funds on the vector of support for the most affected sectors of the economy from pandemic challenges, and theoretically - for researchers dealing with financial security and public administration.

Key words: state financing; financial ensuring; state support; rehabilitation of the transport sector; business support.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Левченко Ярослава Сергіївна – доктор філософії з галузі «Соціальні та поведінкові науки», Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: slavalevcenko1984@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4979-1101>. Моб. 066-578-44-43.

Левченко Ярослава Сергеевна – доктор философии в отрасли «Социальные и поведенческие науки», Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина;

Levchenko Yaroslava – PhD in "Social and behavioral sciences", Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Гераймович Віолета Леонтіївна – кандидат економічних наук, Національний університет біоресурсів і природокористування України, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, м. Київ, Україна; e-mail: vita_violeta@ukr.net; ORCID: orcid.org/0000-0002-4721-5100. Моб. 050-733-63-13.

Гераймович Виолетта Леонтьевна – кандидат экономических наук, Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, доцент кафедры маркетинга и международной торговли, г. Киев, Украина;

Heraimovych Violeta - PhD, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Associate Professor of Marketing and International trade Department of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine Kyiv, Ukraine.

СТРАТЕГІЧНЕ ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Дмитрієва О.І., доктор екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Тімов О.О., молодший науковий співробітник

Науково-дослідний, проектно-конструкторський та технологічний інститут мікрографії. м. Харків, Україна.

Постановка проблеми. В сучасних умовах ключовим завданням України щодо рівноправного, конкурентоспроможного партнерства в системі міжнародних торговельно-економічних зв'язків є забезпечення якісної трансформації наявної в країні інфраструктури транспорту, що виступає важливим учасником міжнародних логістичних ланцюгів. Необхідність модернізації системи стратегічного державного регулювання інноваційного розвитку транспортної інфраструктури зумовлено браком інноваційних змін в транспортному комплексі, що є результатом невідомості та непослідовності державної політики у сфері підтримки та стимулювання інноваційних процесів в галузі.

Тому актуальним питанням в умовах ринкової економіки, що характеризується зростаючою невизначеністю розвитку зовнішнього середовища, неповнотою і асиметрією інформації, періодами підйому і спаду економічного розвитку, є формування системи державного стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія державного стратегічного управління має гарну методологічну основу для розвитку, яка включає теорії державного регулювання економіки, теорії стратегічного прогнозування та стратегічного планування. Поняття «стратегічне управління» було введено в теорію і практику управління на рубежі 60-70-х рр. ХХ ст. У числі основних розробників системи стратегічного управління і планування можна виділити таких вчених, як Д. Аакер, Р. Акофф, І. Ансофф, Х. Віссема, Р. Грант, В. Кінг, Д. Кліланд, М. Портер, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Г. Мінцберг, Д. Тіс, Г. Пізано і Е. Шуєн, А. Стрікленд, А. Томпсон, Г. Хамел і К. Прахалад та ін. [1-4]. Названі вчені розглядають широке коло питань, пов'язаних з розробкою і реалізацією стратегічного управління в сучасних умовах. Ними закладено основні теоретичні концепції стратегічного управління, а також визначено його ключові складові. Проблеми стратегічного управління в вітчизняній транспортній сфері вирішуються в роботах таких вчених, як В. Дикань, О. Дикань, М. Корінь, О. Криворучко, В. Овчиннікова, І. Токмакова, Л. Українська, В. Шинкаренко, В. Яновська та інших [5-12].

Слід констатувати, що відсутність стратегічного управління на

державному рівні проявляється, перш за все, в наступних двох аспектах:

1) держава здійснює свою діяльність виходячи з того, що зовнішнє оточення або не буде взагалі змінюватися, або в ньому не буде відбуватися якісних змін;

2) при не стратегічному управлінні вироблення програми дій починається з аналізу внутрішніх можливостей, ресурсів держави, а основні тенденції розвитку зовнішнього середовища виявляються поза увагою.

Аналіз праць вчених [1,2,5,13] показує, що державне стратегічне управління – це науково обґрунтований вплив керівників держави, апарату державного управління, політичних і громадських організацій на соціально-економічне середовище держави, що забезпечує довгострокове, стійке зростання економіки і якості життя, забезпечення безпеки особистості і держави, попередження надзвичайних ситуацій.

Невирішені складові загальної проблеми. Враховуючи наукове та практичне значення праць вищезазначених авторів, слід підкреслити, що існує потреба в удосконаленні теоретичних основ стратегічного державного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури у частині класифікації інноваційних стратегій.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення підходів, принципів і етапів реалізації державного стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури; розроблення типізації інноваційних стратегій на основі встановлення ознак і сутності інноваційної стратегії як ключового елемента в системі стратегічного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до вищеподаного визначення державне стратегічне управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури – це науково обґрунтований вплив керівників держави, апарату державного управління, політичних і громадських організацій на соціально-економічне середовище транспортного комплексу та інноваційної системи країни, що забезпечує якість і конкурентоспроможність транспортних послуг та сталий розвиток транспортного сектора економіки.

Методологію державного стратегічного управління можна визначити як сукупність теоретичних принципів і методів, що використовуються в процесі державного стратегічного управління. У широкому сенсі слова методологію державного стратегічного управління можна визначити як єдність системи методів державного стратегічного управління; специфічних методологічних принципів; етапів процесу державного стратегічного управління; системи показників, що використовуються в процесі державного управління.

Основні концептуальні підходи теорії управління, що формують теоретико-методологічні засади стратегічного державного управління такі [14]:

1. Системний підхід детально досліджує властивості та елементи складно організованих систем для цілеспрямованого впливу.

2. Кібернетичний підхід передбачає розгляд взаємодії керуючої (суб'єкта управління) і керованої (об'єкт управління) підсистем. Є основоположним при структуризації системи управління будь-якого типу та

ієрархічного рівня.

3. Базою функціонального підходу в стратегічному управлінні служить дослідження операцій, на основі яких проектуються, описуються, аналізуються і оптимізуються управлінські функції. В рамках даного підходу отримала свій розвиток лінія стратегічного планування, яке визначає зміст стратегічного управління. Функціональний підхід передбачає розгляд сукупності видів діяльності з управління, їх змісту, а також результатів цієї діяльності в залежності від факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Необхідний для змістовного розуміння того, як діє система, який механізм цілепокладання і забезпечення цілей.

4. Логікою програмно-цільового підходу виступає парадигма «програма – мета – результат». У цьому підході рух від мети до результату описується за допомогою програмних засобів, таким чином, програмується (алгоритмується, операціоналізується) сам процес руху від моменту постановки мети до отримання результату. В рамках даного підходу зародилася система управління за результатами.

5. Проектний підхід базується на понятті «проект», який виступає не тільки як об'єкт управління, що володіє деякими специфічними рисами, але і як загальна характеристика суті управління проектом, як його нова властивість.

6. Підхід на основі теорії прийняття рішень розглядається з точки зору процесу їх підготовки та реалізації на основі типологізації, що виводить дослідників на визначення стратегічних рішень. В основі теорії прийняття рішень лежить акторний погляд на управлінську діяльність, процес управління розглядається з точки зору підготовки та прийняття рішень. Серед управлінських рішень дослідники виділяють і такий його тип, як стратегічний, що розглядається як засіб раціоналізації проблем стратегічного управління, перш за все цілепокладання. Мінус даного підходу в тому, що результати залежать від якості роботи, особистої компетенції та бачення управлінця, тому при зміні посадової особи позитивна тенденція в реалізації стратегії може змінитися.

7. Маркетинговий підхід пов'язаний з постійним і систематичним аналізом потреб ринку, з необхідністю управляти по-новому з орієнтацією на оточення, зокрема на запити споживачів, що виводить на розробку ефективних товарів, призначених для конкретних груп покупців, які мають особливі властивості, що відрізняють їх від товарів-конкурентів і таким чином створюють виробнику стійку конкурентну перевагу.

8. Ресурсний підхід розглядає ресурси як джерела і одночасно обмеження на будь-яку діяльність. Проблематика підходу виявляється при розмежуванні ресурсів на тактичні і стратегічні, при цьому стратегічні ресурси обов'язково є наявними, тобто існуючими в даний час.

9. Процесний підхід розглядає всі функції управління в єдності і постійних взаємозв'язках, які виконуються в певній послідовності. Управління розглядається як процес безперервних взаємопов'язаних дій (функцій), кожна з яких, в свою чергу, також складається з декількох взаємопов'язаних дій. Вони

об'єднані зв'язуючими процесами комунікацій і прийняття рішень. При цьому керівництво розглядається як самостійна діяльність, яка впливає безпосередньо на підлеглих таким чином, щоб вони діяли в напрямі досягнення поставлених цілей.

10. Ціннісно-орієнтований підхід до управління, відповідно до якого в якості інтегрального оціночного показника ефективності перетворень приймається гарантоване стабільне зростання вартості бізнесу. Даний підхід забезпечує кількісну оцінку результатів підприємницької діяльності в грошовій формі, що є апріорною методологічною вимогою для будь-якого господарюючого суб'єкта, що функціонує в економічній системі, заснованій на еквівалентному товарно-грошовому обміні.

В цілому у складі методології державного стратегічного управління виділяють такі напрямки [14,15]:

- залучення до процесу стратегічного планування відповідальних виконавців;
- розвиток через узгодження інтересів і навчання, при якому різноспрямовані інтереси бізнесу, влади і суспільства узгоджуються для максимізації загальної вигоди в довгостроковій перспективі;
- оцінку ближнього і далекого майбутнього;
- концепцію стратегічних ініціатив розвитку, яка забезпечує єдність у підходах до планування та взаємозв'язок проєктів стратегічного розвитку;
- цілепокладання як базу стратегування.

Дослідження теоретико-методичних аспектів стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури не буде повноцінним без розгляду принципів. Відповідно до традиційних визначень принципи стратегічного управління являють собою початкові керівні ідеї та критерії, покладені в основу реалізації досягнення цілей і завдань розвитку.

Як показують дослідження [16] стратегічне управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури має базуватися на таких принципах.

Принцип єдності та цілісності системи державного стратегічного управління означає єдність принципів організації та функціонування системи даної системи, єдність порядку здійснення процесу державного стратегічного управління та формування звітності з реалізації документів стратегічного управління.

Принцип внутрішньої збалансованості системи державного стратегічного управління означає узгодженість основних елементів даної системи між собою за цілями, завданнями і заходами.

Принцип результативності та ефективності функціонування системи державного стратегічного управління означає, що вибір способів і методів досягнення цілей повинен ґрунтуватися на необхідності досягнення заданих результатів з найменшими витратами ресурсів.

Принцип самостійності вибору шляхів вирішення завдань означає, що учасники процесу державного стратегічного управління в межах своєї компетенції самостійні у виборі шляхів і методів досягнення цілей і вирішення

завдань.

Принцип відповідальності учасників процесу державного стратегічного управління означає, що учасники процесу несуть відповідальність за ефективність вирішення завдань та здійснення заходів щодо досягнення цілей у межах своєї компетенції відповідно до законодавства.

Принцип прозорості (відкритості) процесу державного стратегічного управління означає, що документи, що розробляються в рамках системи державного стратегічного управління, за винятком положень, що містять інформацію, що відноситься до державної таємниці, підлягають офіційному опублікуванню, проекти документів є предметом громадського обговорення.

Принцип достовірності і реалістичності означає обґрунтовану можливість досягнення цілей, встановлених в рамках системи державного стратегічного управління, а також обґрунтованість показників, що використовуються в процесі державного стратегічного планування.

Принцип наступності і безперервності означає, що розробка і реалізація державних стратегічних документів здійснюються послідовно з урахуванням результатів реалізації раніше прийнятих державних стратегічних документів.

Принцип фінансової забезпеченості означає, що при розробці та затвердженні документів державного стратегічного управління, які передбачають здійснення видатків, мають бути визначені джерела їх фінансування з урахуванням основних показників бюджетної системи на середньострокову та довгострокову перспективу.

Принцип максимального використання ринкових механізмів активізації інноваційної діяльності вказують на необхідність впровадження економічних методів і важелів державного регулювання з урахуванням потреб і вимог ринку.

Принцип використання власного науково-технічного потенціалу держави пов'язаний з впровадженням організаційних трансформацій у структурі науково-технічної складової, метою яких є підвищення конкурентоспроможності національної інноваційної системи.

Наразі перевагами використання механізму державного стратегічного управління інноваційного розвитку транспортної інфраструктури є:

- застосування нових методів та інструментів роботи з майбутнім (методи форсайту, «картування» руху — розробка «карт майбутнього» та ін.);
 - модернізація існуючої системи стратегічного планування;
 - систематизація окремих засобів управління розвитком (програмних, проектних, планових та ін.) з різними рівнями і часовими горизонтами;
 - системне опрацювання і вирішення всього спектру проблем, пов'язаних з реалізацією стратегій;
 - формування механізмів стратегічного управління на основі партнерства (державних і підприємницьких структур, некомерційних організацій, населення) та організації процесів комунікації та інституціоналізації діяльності стратегічних суб'єктів для вирішення проблем.
- Основними елементами ефективної системи стратегічного державного управління повинні стати:

- комплекс стратегічних цілей;
- механізм координації роботи відомств по досягненню поставлених стратегічних цілей (вирішується проблема фрагментарності управлінського процесу);
- середньострокові завдання - набір найбільш важливих середньострокових зобов'язань, які визначають внесок кожного відомства в процес досягнення стратегічних цілей;
- інструмент підзвітності керівників як відомств, так і окремих департаментів (інструмент моделі класичної бюрократії);
- особиста відповідальність керівників відомств і департаментів за виконання середньострокових завдань.

Етапи і складові стратегічного управління інноваційним розвитком подано на рис. 1.



Рис. 1. Етапи і складові стратегічного управління інноваційним розвитком

Джерело: складено авторами за даними джерел [3-5;17]

У державному стратегічному управлінні центральне місце займає процес розроблення і реалізації стратегії.

Існує велика кількість трактувань поняття інноваційної стратегії, і це свідчить про те, що в наукових колах немає єдиної думки і підходу до цього питання. Її основні характеристики подано на рис. 2.

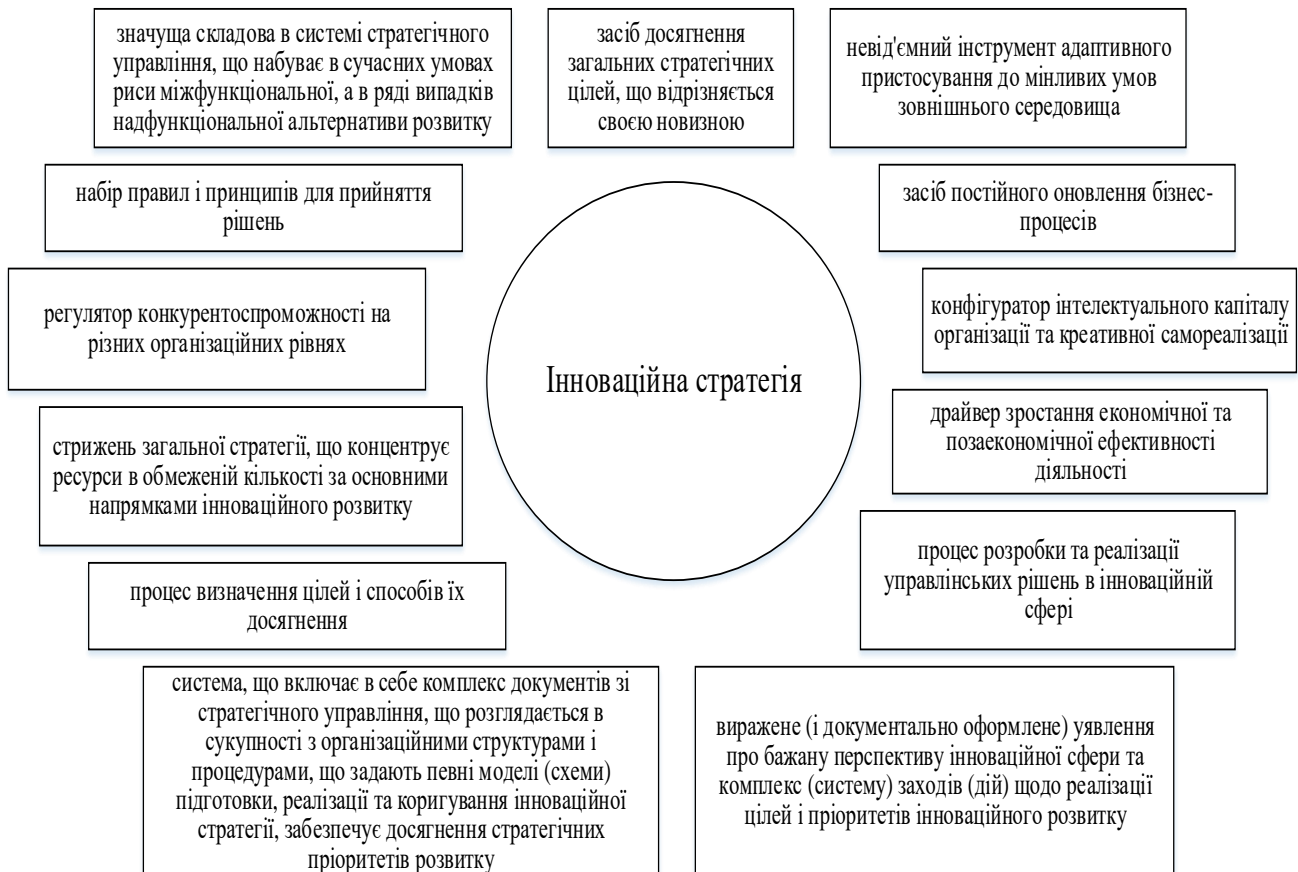


Рис. 2. Змістовні аспекти інноваційної стратегії

Джерело: складено авторами за даними джерел [18-20]

Кожний із зазначених на рис. 2 підходів характеризує визначений аспект інноваційної стратегії економічної системи, підкреслюючи найбільш істотні її риси й особливості. Поряд з цим розглянуті підходи не суперечать один одному, а відображають різні сторони стратегії, в зв'язку з чим, застосування всіх перерахованих вище підходів дозволяє отримати найбільш повне розуміння сутності і змісту інноваційної стратегія як цілеспрямованої діяльності щодо визначення найважливіших напрямів, вибору пріоритетів перспектив розвитку і вироблення необхідного для їх досягнення комплексу заходів. Це набір правил і норм, що визначають процедуру зміни системи відбору і реалізації нововведень, як в технології, так і в управлінні технологією.

Узагальнюючи вищезазначене, можна сказати, що інноваційна стратегія розвитку транспортної інфраструктури повинна:

- встановлювати пріоритети розвитку інноваційної діяльності на транспорті;
- визначати план конкретних дій щодо державного управління

розвитком інноваційної діяльності в транспортній сфері;

- враховувати інноваційну стратегію держави;
- узгоджуватися зі стратегіями розвитку галузей;
- узгоджуватися з інноваційними транспортними стратегіями зарубіжних країн-партнерів;
- узгоджуватися з інноваційними стратегіями суб'єктів інноваційної системи країни, які здійснюють інноваційну діяльність;
- забезпечити вироблення єдиної позиції і загального розуміння всіма суб'єктами транспортної інфраструктури змін, що відбуваються в інноваційній сфері;
- визначати ступінь і форму участі державних і регіональних органів влади у розвитку інноваційної сфери транспорту;
- забезпечити консолідацію зусиль і потенціалу всіх суб'єктів транспорту та їх партнерів на реалізації обраних пріоритетів розвитку інноваційної діяльності.

Розробляючи хід формування інноваційної стратегії, крім пріоритетних напрямків розвитку інноваційної діяльності потрібно встановити склад, роль і місце великої кількості суб'єктів стратегічно орієнтованої інноваційної системи, а також обґрунтувати реалізацію моделі формування інноваційного середовища для досягнення пріоритетних цілей інноваційного розвитку стратегічно орієнтованої економіки. Таким чином, при формуванні інноваційних стратегій з науково-теоретичної точки зору необхідно спиратися на їх основні класифікаційні ознаки.

У науковій літературі на сьогоднішній день накопичено певний досвід типізації інноваційних стратегій за різними ознаками (за типами інновацій, характерною особливістю інновацій, сутністю інновацій, їх рівнями тощо) (табл. 1).

Розглянуті варіанти типології вказують на превалювання поведінкового підходу до типізації, а також дозволяють зробити висновок, що поширеним є використання різних визначень для характеристики одного і того ж виду стратегії, при цьому зберігається єдина точка зору на її зміст і умови вибору. Це відноситься до назви класів інноваційних стратегій, коли нарівні з поняттям «оборонної» стратегії використовується поняття «адаптаційна», «пасивна», а синонімами поняття «наступальна» слугують поняття «активна», «творча» та ін.

В поведінковому контексті слід враховувати практику індустріальних країн, які домоглися успіхів у реалізації нововведень, підвищенні обсягів виробництва та експорту наукомісткої продукції, яка вказує на існування наступних інноваційних стратегій [33].

1. Стратегія «нарощування», що ґрунтується на використанні власного науково-технічного потенціалу та залученні зарубіжного досвіду. При раціональному об'єднанні результатів фундаментальної і прикладної науки поступово нарощується виробництво конкурентоспроможної продукції, відпрацьовуються високі технології, які реалізуються у виробництві і в соціальній сфері.

Таблиця 1

Класифікація інноваційних стратегій

Вид стратегій	Сутність
1	2
<i>Залежно від поведінки підприємства у ринковому середовищі</i>	
Наступальна (агресивна)	Забезпечують реалізацію загальної стратегії інтенсивного росту і націлені на збільшення присутності в найбільш перспективних секторах ринку за рахунок витіснення з цих секторів наявних конкурентів. У більшості випадків, реалізуються за рахунок великомасштабних інноваційних розробок, що ґрунтуються на стратегічно значимих НДДКР і призводять до встановлення технологічного і (або) продуктового лідерства підприємства
Оборонна (захисна)	Збереження позиції є використанням результатів спостереження за діями підприємств-лідерів на ринку, що дозволяє за короткий час відтворити досягнення цих фірм та вийти на ринок слідом за ними без претензій на провідні позиції
Імітаційна	Припускає швидке освоєння підприємством галузевих новинок в продуктивній або технологічній областях без проведення власних значних НДДКР за рахунок копіювання новаторських ідей галузевих лідерів
Традиційна	Полягає у підвищенні якості існуючого товару на існуючій технологічній базі. Наслідок цього варіанту стратегічного розвитку може проявитись у послідовному відставанні фірми спочатку в техніко-технологічному, а потім і в економічному відношенні
Стратегія «ніші»	Складається в спеціалізації на виробництві у новій ніші або оновленій продукції з унікальними характеристиками. Стратегія спирається на поділ продукції та фокусування на вузькому ринковому сегменті. Часто компанії, що застосовують цю стратегію, називають фірмами-пацієнтам
<i>Залежно від типу конкурентної стратегічної інноваційної поведінки</i>	
Віолентна	Вихід на масовий ринок зі своєю або придбаною новою продукцією, випередження конкурентів за рахунок серійності виробництва і ефекту масштабу
Експлерентна	Вихід на ринок з новим (радикально інноваційним) продуктом або захоплення частини ринку
Комутантна	Пристосування до умов попиту місцевого ринку; захоплення сегментів, які з тих або інших причин не зайняті віолентами і пацієнтами, освоєння нових видів послуг після появи нових продуктів і нових технологій, імітації новинок і просунення їх до самих широких верств населення
Пацієнтна	Пристосування до вузьких сегментів широкого ринку шляхом спеціалізованого випуску нової або модернізованої продукції з унікальними властивостями
<i>Залежно від типу інновації і рівня розробки існуючої технології</i>	
Конкурентна	Упевненість в успішності інновації
Співробітництва	Поділу функцій з дочірніми підприємствами
Опори на власні сили	Достатності власного потенціалу

1	2
<i>Залежно від ступеня новизни товару і ринку (за І. Ансофом)</i>	
Глибокого проникнення на ринок	Стратегії проникнення і посилення позицій на ринку – стимулювання покупок традиційними покупцями, збільшення частки ринку, залучення покупців від конкурентів, залучення нових споживачів, пошук нових можливостей користування
Розвитку ринку	Вихід на нові сегменти, нові територіальні ринки, нові збутові мережі
Розвитку товару	Впровадження інноваційних товарів, нових марок; модифікація асортименту, вдосконалення параметрів продукції, розвиток інструментальних та емоційних характеристик тощо
Диверсифікації	Реалізується тоді, коли підприємства не можуть далі розвиватися на конкретному ринку з певним товаром у межах певної галузі. Освоєння абсолютно нових видів діяльності
<i>Залежно від стадії життєвого циклу інновації</i>	
Відновлення	Реалізують тоді, коли потребує перегрупування сил після тривалого зростання або у зв'язку з необхідністю підвищення ефективності, коли спостерігаються спади та кардинальні зміни в економіці
Проникнення	Стратегії проникнення і посилення позицій на ринку (стимулювання покупок традиційними покупцями, збільшення частки ринку, залучення покупців від конкурентів, залучення нових споживачів, пошук нових можливостей)
Наступу	Застосовують у галузях зі стабільною технологією. Цілі розвитку визначаються «від досягнутого» і коригуються на умови, що змінюються
Захисту	Передбачає визначення цілей нижчого рівня, ніж досягнутий у минулому, і використовується тоді, коли показники діяльності підприємства набувають стійкої тенденції до погіршення
Виходу з ринку	Ліквідація, «збирання урожаю», скорочення виробництва, скорочення витрат
<i>Відповідно до типів інновацій, визначених Й. Шумпетером</i>	
Нового товару	Стратегія виведення на ринок нового товару
Нового методу виробництва	Створення нового методу виробництва
Нового ринку	Стратегія виходу на новий ринок
Нових ресурсів	Стратегія застосування нового джерела ресурсів виробництва
Нової організації	Стратегія створення нової організації
<i>Залежно від ступеня новизни товару, ринку і технологій</i>	
Архітектурна	Реалізується в разі розробки новітніх технологій, які використовуються виробником для створення нових інноваційних товарів і, відповідно, нових ринків. Орієнтується на здійснення досліджень за кількома різноманітними науковими напрямками, результати яких можуть мати багатоцільове застосування та розв'язувати різні проблеми споживачів. Кінцевим результатом науково-технологічної діяльності є створення так званої архітектурної

1	2
	інновації, технологічні переваги якої надають розробнику можливість формувати структуру нового ринку, встановлювати власні правила щодо товарної політики, стратегії ціноутворення, маркетингових заходів
Зовнішніх модифікуючи інновацій	Націлює на здійснення науково-конструкторських робіт, які дають можливість удосконалювати кінцевий продукт, що вже є на ринку. Однак впровадження різноманітних модифікуючи інновацій сприяє створенню ринкових ніш, споживачі яких надають перевагу запропонованому продукту завдяки використанню новітньої технології та унікальним властивостям
Заглиблюючих інновацій	Пов'язана з розробленням новітньої технології, яка дає можливість створювати нові продукти, що приваблюють споживачів низкою суттєвих технологічних переваг. Новий товар задовольняє існуючі потреби споживачів на якісно новому рівні. Впровадження інноваційної технології підвищує універсальність продукту, зручність його використання, безпеку. Виробник глибше проникає на сформований ринок і займає лідируючі позиції
Внутрішніх модифікуючих інновацій	Новітні технологічні розробки формують широке коло можливостей щодо створення різноманітних модифікацій товару, який використовують споживачі. Інноваційна діяльність у цьому напрямі ілюструє активне застосування приростаючих інновацій, що, у свою чергу, сприяє розширенню товарного асортименту, продовженню життєвого циклу продукції, більш якісному задоволенню існуючих ринкових потреб, зміцненню позицій підприємства на знайомому ринку та підвищенню його конкурентоспроможності
<i>Залежно від організаційної поведінки</i>	
Стратегія передконкурентної консолідації	Використовується на ранніх стадіях НДДКР. Представляється двома субстратегіями - пільгового ліцензування (надання учасникам спільних НДДКР ліцензій за пільговими цінами, в цьому випадку патентом володіє вся система в цілому) і пропорційного доступу (передбачає співвмір розміру пільг і внеску підприємства в НДДКР)
Централізації	Проведення НДДКР здійснюється науково-технічною організацією групи, напрям діяльності якої визначається органами управління групових виробничо-економічних систем у цілому
Субцентралізації	НДДКР в групі поділені за окремими галузями, кожна з яких реалізує свою стратегію науково-технічного розвитку
Децентралізації	Організації групи самостійно формують стратегії розвитку, організують процеси досліджень і розробок силами власних підрозділів або замовляють їх на стороні
<i>За рівнем новизни впроваджуваної інновації</i>	
Активні (наступальні, революційні)	Стратегія першого виходу на ринок з нововведенням, яке до цього часу не випускалося. Неперервний розвиток і вдосконалення виготовлюваних виробів і застосовуваних технологій
Пасивні (маркетингові, імітаційні)	Стратегія оновлення виготовлюваної продукції, яке не вимагає серйозних змін у засобах виробництва чи застосовуваних технологіях, не потребує додаткових витрат розумової праці та не приводить до докорінних змін у техніко-технологічних характеристиках виробу, а лише підтримує досягнутий рівень технології

1	2
Залежно від стадії застосування стратегії	
Проведення НДДКР	Пов'язана з проведенням досліджень і розробок
Впровадження та адаптації нововведень	Відноситься до системи оновлення виробництва, виведення продуктів на ринки, використання технологічних переваг
За типом стратегічної технологічної поведінки	
Власних НДДКР	Проведення НДДКР власними силами шляхом використання науково- виробничої бази, яка є в наявності в організації
Збереження існуючого техніко-технологічного рівня	Може бути як осмисленою стратегією так і примусовою через нестачу фінансових коштів
Ліцензійна	Здійснення інноваційної діяльності на основі придбаних ліцензій, авторських прав, ноу-хау і розробок
Інноваційного аутсорингу	Охоплює тільки один або декілька етапів інноваційного процесу, здійснення тільки тих видів діяльності, які необхідні для реалізації визначеного інноваційного процесу, а результати інших видів діяльності, які складають окремі етапи процесу розробки і здійснення даної інновації, купляються у інших організацій
Фінансування НДДКР	Виходячи із стратегічних задач спрямовано фінансується проведення НДДКР в науково-дослідних закладах в необхідних напрямках з метою отримання принципово нового продукту на ринку
Тип стратегічної поведінки	
Проактивна	Обумовлює значні витрати на інноваційні дослідження і в разі успіху забезпечується комерційний ефект та формування позиції «лідера ринку нових технологій»
Активна (наступальна)	Включає в себе захист існуючих технологій і ринків, але з готовністю швидко реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища
Реактивна	Використовується послідовниками і мають на ринку очікувальну позицію, оскільки забезпечують низький ризик реалізації інноваційної діяльності
Пасивна (захисна)	Чекають, поки їх клієнти вимагатимуть зміни у своїх продуктах або послугах

Джерело: складено авторами за даними джерел [21-32]

2. Стратегія «запозичення». Суть її полягає в тому, щоб, спираючись на дешеву робочу силу і використовуючи частину науково-технічного потенціалу власної країни, освоювати випуск наукомісткої продукції, що вироблялася раніше в розвинених індустріальних країнах. Далі нарощується виробництво продукції з відродженням науково-технічного і промислового потенціалу, задіяння якого дозволяє проводити роботи по всьому інноваційному циклу (від створення до реалізації продукту).

3. Стратегія «перенесення», що полягає у використанні в економіці країни зарубіжного науково-технічного потенціалу за допомогою закупівлі ліцензій на високоефективні технології для освоєння виробництва продукції нових поколінь, що користується попитом за кордоном. В подальшому в країні створюється і множить власний науково-технічний і промисловий потенціал, забезпечується відтворення всього циклу (від фундаментальних досліджень і розробок до виробництва і реалізації конкурентоспроможної продукції на внутрішніх ринках і за кордоном).

Однак даний підхід, як і більшість з вищевизначених в табл. 1 не дозволяють організувати ідеальний тип інноваційної стратегії, так як комплексно не орієнтовані на забезпечення якості інноваційного процесу, що включає комбінацію декількох факторів:

- спрямованість інноваційного процесу;
- ступінь унікальності використовуваних інновацій;
- ступінь вираженості інноваційної орієнтації управління.

Беручи до уваги вищесказане і врахувавши комплекс пріоритетних критеріїв (направленість результату, тип інновацій, характер дій) розроблено класифікацію стратегій інноваційного розвитку транспортної інфраструктури (табл. 2).

Таблиця 2

Типи інноваційних стратегій розвитку транспортної інфраструктури

Направленість результату	Деградація	Дестабілізація	Стабілізація	Збалансованість	Прогрес
Тип інновацій	Мнимі	Псевдо-інновації	Покращуючі	Комбінаторні	Радикальні (базові і проривні)
Характер дій	Імітаційний	Пасивний	Реактивний	Активний	Проактивний
Типи інноваційних стратегій	Деструктивні		Конструктивні		
Підтипи інноваційних стратегій	Псевдоінноваційні	Квазіінноваційні	Адаптивні	Оптимізуючі	Прогресивні

Джерело: розроблено авторами

Результативність інноваційної діяльності транспортного комплексу оцінена за шкалою «негативних-позитивних» наслідків для розвитку галузі, серед яких деградація, дестабілізація, стабілізація, збалансованість, прогрес.

Тип інновацій визначено за їх інноваційним потенціалом:

1. Радикальні інновації або фундаментальні, глобальні, базові нововведення – це продукти, процеси або послуги, що володіють або раніше невідомими властивостями, або відомими, але значно поліпшеними характеристиками продуктивності та/або ціною. Радикальні інновації створюють такі значні зміни в процесах, продукти та послуги, що призводять до трансформації існуючих ринків і галузей або створюють нові ринки і галузі.

2. Комбінаторні інновації ґрунтуються на використанні поєднань різних наявних елементів, які в такому варіанті ще не використовувались. Вони є не будь-яким поєднанням, а саме конструктивним, тобто таким, за якого з'являються нові системні властивості і які породжують новий ефект. Комбінаторні інновації забезпечують утримання переваги над конкурентами за рахунок створення нових видів продукту.

3. Поліпшуючі інновації представляють собою зміни, багато в чому зумовлені існуючими знаннями, продуктами та технологіями, що дають істотне удосконалення базисних продуктів і процесів. До них відносяться вдосконалення, інтенсифікація існуючих технологічних процесів, які здійснюються за рахунок реконструкції і технічного переозброєння.

4. Псевдоінновації (квазіінновації) – це зовнішні зміни продуктів або процесів, що не приводять до зміни їх споживчих характеристик а також спрямовані на часткове поліпшення застарілих поколінь техніки і технологій.

5. Мнимі інновації – це ідеї, які фактично не планується або реально не можливо реалізувати.

Характер дій вказує на бажаний рівень інноваційної активності транспортної галузі, він може бути імітаційний, пасивний, реактивний, активний і проактивний.

В залежності від поєднання наведених вище критеріїв виділено конструктивні і деструктивні стратегії. В межах деструктивних стратегій запропоновано виділяти псевдо- і квазіінноваційні, а в межах конструктивних – адаптивні, оптимізаційні та прогресивні.

Конструктивні стратегії характеризуються таким чином. Адаптивні стратегії орієнтовані на процес модернізації транспортної інфраструктури і передбачають переоснащення транспортного комплексу відповідно до сучасних вимог до техніки і технологій. В основі процесу модернізації має знаходитися стратегія розвитку, заснована на впровадженні різних нововведень адаптивного характеру.

На даному етапі транспортна інфраструктура буде перебувати на стадії «наздоганяючого розвитку», яка в перспективі повинна сприяти переходу до стадії інноваційного розвитку. Основними завданнями даної стратегії є: будівництво і реконструкція транспортних магістралей, формування нових комунікаційних маршрутів, заміна рухомого складу і транспортної інфраструктури, що виробили свій ресурс.

Оптимізаційні стратегії забезпечують перехід від «наздоганяючого розвитку» транспортної інфраструктури до інноваційного, що передбачає

вдосконалення транспортних засобів і технологічних процесів, впровадження нової техніки та високоефективних технологій, підвищення конкурентоспроможності транспортних послуг. Реалізація таких стратегій потребує поширення інтеграційних процесів у сфері науки, держави і бізнесу для організації НДДКР і створення ресурсної бази для впровадження інновацій.

Прогресивні стратегії націлені на випереджаючий розвиток транспортної інфраструктури, що передбачає розроблення фундаментальних, глобальних і базових нововведень і відповідно реалізацію проектів розбудову інноваційної транспортної інфраструктури на основі використання вітчизняних розробок в сфері нових матеріалів і технологій в транспортному будівництві, створення нових видів транспорту, які можуть бути конкурентоспроможними не тільки в регіонах, країні, але і на світовому ринку. Забезпечення кожного з варіантів потребує особливого набору інструментів державного регулювання.

Висновки з проведеного дослідження. На основі вивчення теоретико-методологічного базису стратегічного державного управління з'ясовано, що державне стратегічне управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури – це науково обґрунтований вплив керівників держави, апарату державного управління на соціально-економічне середовище транспортного комплексу та інноваційну систему країни, що забезпечує якість і конкурентоспроможність транспортних послуг та сталий розвиток транспортного сектора економіки. Розкриті підходи, принципи і етапи реалізації державного стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури, встановлені ознаки і сутність інноваційної стратегії як ключового елемента в системі стратегічного управління. Проведено систематизацію видів інноваційних стратегій і удосконалено їх класифікацію в залежності від поєднання комплексу ознак (корисність результату, тип інновацій, характер дій), що дозволило виділити такі види (і підвиди) стратегій як деструктивні (псевдо- і квазіінноваційні) і конструктивні (реактивну, оптимізаційну, прогресивну).

Перелік посилань:

1. Aaker D., Moorman Ch. "Strategic Market Management". 11th edn. Wiley. URL: <https://www.perlego.com/book/2237417/strategic-market-management-pdf> (дата звернення: 15.09.2021).
2. King W., Cleland D. Strategic planning and management. Van Nostrand Reinhold Co, 1987. 644 p.
3. Mintzberg H., Lampel J., Ahlstrand B. Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management. Free Press, 2005. 416 p.
4. Thompson A., Peteraf M., Gamble J., Strickland A. Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases. McGraw-Hill Education; 21st edition, 2017. 912 p.
5. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 272 с.
6. Дикань О. В., Смаль О. В. Стратегічний менеджмент та його

використання в практиці формування і досягнення цілей розвитку залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 59. С. 230–235.

7. Корінь М. В. Розвиток інфраструктури залізничного транспорту в умовах транскордонного співробітництва: монографія. Х.: УкрДУЗТ, 2019. 401 с.

8. Криворучко О. М., Водолажська Т. О. Методичні положення розробки стратегій за типами та цілями кадрової політики. *Економіка транспортного комплексу*. 2016. Вип. 27. С. 29–41.

9. Овчиннікова В. О. Стратегічне управління розвитком залізничного транспорту України: монографія. Х.: УкрДУЗТ, 2017. 427 с.

10. Овчиннікова В. О., Українська Л. О., Гонтар Н. О., Мірошніков П. В. Проблеми та пріоритети розвитку залізничного транспорту України. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2019. № 67. С. 155–163.

11. Шинкаренко В. Г., Левченко О. П. Формирование стратегии развития автотранспортного предприятия: монография. Харьков: ХНАДУ, 2009. 166 с.

12. Яновська В. П., Гарматюк Н. В. Сучасні стратегії розвитку залізничного транспорту України. *Збірник наукових праць ДУІТ. Сер. : Економіка і управління*. 2018. Вип. 2 (42). С. 114–123.

13. Вишне夫斯基й А. С. Общая теория стратегирования: от парадигмы к практике использования: монография. НАН Украины, Ин-т экономики пром.-сти. Киев, 2018. 168 с.

14. Бардовский В. П., Плахова Л. В., Соколова Н. Н. Актуальные вопросы формирования системы государственного стратегического управления. *Фундаментальные исследования*. 2016. № 8–2. С. 306–309.

15. Горбулін В. П., Качинський А. Б. Стратегічне планування: вирішення проблем національної безпеки: монографія. К.: НІСД, 2010. 288 с.

16. Гальчинський А., Геєць В., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ. К.: Знання України, 2002. 336 с.

17. Запровадження стратегічного планування в Україні: зб. документів і матеріалів / укл. В. Тертичка. К.: Центр досліджень адміністративної реформи НАДУ, 2004. 401 с.

18. Василенко В. О., Шматько В. Г. Інноваційний менеджмент. К. : ЦУЛ, Фенікс, 2003. 440 с.

19. Мудрова С. В. Инновационная деятельность – стратегия развития предприятий. *Вестник Академии. Вопросы предпринимательства и экономики*. 2011. № 4. С. 45–48.

20. Зянько В. В., Зянько В. В. Механізм формування інноваційної стратегії підприємства. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2010. Вип. 6. Т. 1. С. 24–30.

21. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 504 с.

22. Родионова Е. В. Инновационные стратеги предприятий. *Наука и экономика*. 2011. № 3 (7). С. 36–38.

23. Санто Б. Сила інноваційного саморозвиття. *Інновації*. 2004. № 2. С. 5–15.
24. Юринець З. В. Формування інноваційних стратегій: теорія, методологія, практика. Львів: СПОЛОМ, 2016. 412 с.
25. Dodgson M., Gann D., Salter A. *The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice*; 2nd ed. Oxford University Press, 2008. 408 p.
26. Радинський С. Класифікація інноваційних стратегій підприємства. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2013. Вип. 2 (9). С. 277–285.
27. Федулова І. В. Класифікація інноваційних стратегій. *Теорії мікро- та макроекономіки: збірник наукових праць Академії муніципального господарства*. 2010. № 35. С. 122–130.
28. Белов С. А. Классификация и критерии выбора инновационной стратегии высокотехнологичной промышленности. *Экономические науки*. 2016. № 134. С. 88–91.
29. Порецкова К. В. Классификация инновационных стратегий промышленных предприятий. *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 2. С. 380.
30. Fridmen K. *The Economics of industrial innovation*; 2nd edn. Frances Pinter, London, 1982. P. 38.
31. Чубай В. М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. Т.2. 2010. № 1 (3). С. 347–356.
32. Кірдіна О. Г. Методологічні аспекти інвестиційно-інноваційного розвитку залізничного комплексу України: монографія. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 312 с.
33. Лігузова В. О., Баклаженко Ю. В., Гиря Р. М. Світовий досвід підтримки інновацій. *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*. 2017. № 18. С. 36-41.

References:

1. Aaker, D. and Moorman, C. (2017). *Strategic Market Management*. 11th edn. Wiley, available at: <https://www.perlego.com/book/2237417/strategic-market-management-pdf> (last accessed 15.09.2021).
2. King, W., Cleland, D. (1987). *Strategic planning and management handbook*. Van Nostrand Reinhold Co, 644 p.
3. Mintzberg, H., Lampel, J., Ahlstrand, B. (2005). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*. Free Press, 416 p.
4. Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., Strickland, A. (2017). *Crafting & Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases*. McGraw-Hill Education; 21st edition, 912 p.
5. Dykan, V. L., Zubenko, V. O., Makovoz, O. V., Tokmakova, I. V., Shramenko, O. V. (2013). *Strategic management [Stratehichne upravlinnia]: tutorial*. К.: «Тsentr uchbovoi literatury», 272 p.
6. Dykan, O. V., Smal, O. V. (2017). Strategic management and its use in the practice of forming and achieving the goals of railway transport development

[Stratehichniy menedzhment ta yoho vykorystannia v praktytsi formuvannia i dosiahnennia tsilei rozvytku zaliznychnoho transportu], *Bulletin of Transport Economics and Industry*, No. 59, P. 230–235.

7. Korin, M. V. (2019). *Development of railway transport infrastructure in the conditions of cross-border cooperation [Rozvytok infrastruktury zaliznychnoho transportu v umovakh transkordonnoho spivrobotnytstva]: monograph*. Kh.: UkrDUZT, 401 p.

8. Kryvoruchko, O. M., Vodolazhska, T. O. (2016). Methodological provisions for the development of strategies by types and objectives of personnel policy [Metodychni polozhennia rozrobky stratehii za typamy ta tsiliamy kadrovoi polityky], *Economics of the transport complex*, No. 27, P. 29–41.

9. Ovchynnikova, V. O. (2017). *Strategic management of railway transport development of Ukraine [Stratehichne upravlinnia rozvytkom zaliznychnoho transportu Ukrainy]: monograph*. Kh.: UkrDUZT, 427 p.

10. Ovchynnikova, V. O., Ukrainka, L. O., Hontar, N. O., Miroshnikov, P. V. (2019). Problems and priorities of railway transport development in Ukraine [Problemy ta priorytety rozvytku zaliznychnoho transportu Ukrainy], *Bulletin of Transport Economics and Industry*, No. 67, P. 155–163.

11. Shinkarenko, V. G., Levchenko, O. P. (2009). *Formation of the development strategy of the motor transport enterprise [Formirovanie strategii razvitiya avtotransportnogo predpriyatiya]: monograph*, Kharkov: KhNADU, 166 p.

12. Yanovska, V. P., Harmatiuk, N. V. (2018). Modern strategies for the development of railway transport in Ukraine [Suchasni stratehii rozvytku zaliznychnoho transportu Ukrainy], *Collection of scientific works of DUIT. Ser.: Economics and Management*, No. 2 (42), P. 114–123.

13. Bishnevskiy, A. S. (2018). *General theory of strategizing: from paradigm to practice of use [Obshchaya teoriya strategirovaniya: ot paradigmy k praktike ispol'zovaniya]: monograph* / NAS of Ukraine, Institute of Industrial Economics, Kiev, 168 p.

14. Bardovskiy, V. P., Plakhova, L. V., Sokolova, N. N. (2016). Topical issues of formation of the system of state strategic management [Aktual'nye voprosy formirovaniya sistemy gosudarstvennogo strategicheskogo upravleniya]. *Basic research*, No. 8–2, P. 306–309.

15. Horbulin, V. P., Kachynskiy, A. B. (2010). *Strategic planning: solving problems of national security [Stratehichne planuvannia: vyrishennia problem natsionalnoi bezpeky]: monograph*, K.: NISD, 288 p.

16. Halchynskiy, A., Heiets, V., Semynozhenko, V. (2002). *Innovative strategy of Ukrainian reforms [Innovatsiina stratehiia ukrainskykh reform]*, K.: Knowledge of Ukraine, 336 p.

17. Introduction of strategic planning in Ukraine: coll. documents and materials [Zaprovdzhennia stratehichnogo planuvannia v Ukraini: zb. dokumentiv i materialiv] / incl. V. Tertichka. K.: Center for Research of Administrative Reform of NAPA, 2004, 401 p.

18. Vasylenko, V. O., Shmatko, V. H. (2003). *Innovation management*

[*Innovatsiinyi menedzhment*], K.: TsUL, Feniks, 440 p.

19. Mudrova, S. V. (2011). Innovative activity - a strategy for the development of enterprises [Innovacionnaja dejatel'nost' – strategija razvitija predpriyatij]. *Academy Bulletin. Business and economic issues*, No. 4, P. 45–48.

20. Zianko, V. V., Zianko, V. V. (2010). Mechanism of the formulation of the innovative strategy of the enterprise [Mekhanizm formuvannia innovatsiinoi stratehii pidprijemstva], *Actual problems of development of the economy of the region*, No. 6, Vol. 1, P. 24-30.

21. Krasnokutska, N. V. (2003). *Innovation management [Innovatsiinyi menedzhment]: tutorial*, K.: KNEU, 504 p.

22. Rodionova, E. V. (2011). Innovative strategists of enterprises [Innovacionnye strategi predpriyatij], *Science and economics*, No. 3 (7), P. 36–38.

23. Santo, B. (2004). Power of innovative self-development [Sila innovacionnogo samorazvitija]. *Innovation*, No. 2, P. 5–15.

24. Iurynets, Z. V. (2016). *Formation of innovation strategies: theory, methodology, practice [Formuvannia innovatsiinykh stratehii: teoriia, metodolohiia, praktyka]*, Lviv: SPOLOM, 412 p.

25. Dodgson, M., Gann, D., Salter, A. (2008). *The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice*; 2nd ed. Oxford University Press, 2008. 408 p.

26. Radynskyi, S. (2013). Classification of innovative strategies of the enterprise [Klasyfikatsiia innovatsiinykh stratehii pidprijemstva], *Socio-economic problems and the state*, No. 2 (9), P. 277–285.

27. Fedulova, I. V. (2010). Classification of innovation strategies [Klasyfikatsiia innovatsiinykh stratehii], *Theories of micro- and macroeconomics: a collection of scientific works of the Academy of Municipal Economy*, No. 35, P. 122–130.

28. Belov, S. A. (2016). Classification and criteria for choosing an innovative strategy for high-tech industry [Klassifikacija i kriterii vybora innovacionnoj strategii vysokotekhnologichnoj promyshlennosti], *Economic sciences*, No. 134, P. 88–91.

29. Poreckova, K. V. (2013). Classification of innovative strategies of industrial enterprises [Klassifikacija innovacionnykh strategij promyshlennykh predpriyatij], *Modern problems of science and education*, No. 2, P. 380.

30. Fridmen, K. (1982). *The Economics of industrial innovation*; 2nd edn. Frances Pinter, London, P. 38.

31. Chubai, V. M. (2010). The essence and types of innovative strategies of machine-building enterprises [Sut i vydy innovatsiinykh stratehii mashynobudivnykh pidprijemstv], *Bulletin of the International Nobel Economic Forum*, № 1 (3), Vol. 2, P. 347–356.

32. Kirdina, O.H. (2011). *Methodological aspects of investment and innovation development of the railway complex of Ukraine [Metodolohichni aspekty investytsiino-innovatsiinoho rozvytku zaliznychnoho kompleksu Ukrainy]: monograph*, H.: UkrDAZT, 312 p.

33. Lihuzova, V. O., Baklazhenko, Yu. V., Hyria, R. M. (2017). World

experience in supporting innovation [Svitovyi dosvid pidtrymky innovatsii], *Mykolayiv National University named after VO Sukhomlinsky*, No.18, P. 36–41.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 339.187; JEL Classification: M29

Дмитрієва О.І., Тімов О.О. СТРАТЕГІЧНЕ ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Мета. Визначення підходів, принципів і етапів реалізації державного стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури; розроблення типізації інноваційних стратегій на основі встановлення ознак і сутності інноваційної стратегії як ключового елемента в системі стратегічного управління. **Методика дослідження.** Теоретичною і методологічною основою є праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, в яких розглядаються питання стратегічного державного управління та напрями інноваційного розвитку транспортної інфраструктури. В роботі використано методи узагальнення та абстрагування; метод аналізу і синтезу. **Результати.** В умовах ринкової економіки, що характеризується зростаючою невизначеністю розвитку зовнішнього середовища, неповнотою і асиметрією інформації, періодами підйому і спаду економічного розвитку, особлива увага приділяється формуванню системи державного стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури. Державне стратегічне управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури – це науково обґрунтований вплив керівників держави, апарату державного управління, політичних і громадських організацій на соціально-економічне середовище транспортного комплексу та інноваційної системи країни, що забезпечує якість і конкурентоспроможність транспортних послуг та сталий розвиток транспортного сектора економіки. В ході дослідження систематизовано основні концептуальні підходи теорії управління, напрямки державного стратегічного управління, принципи стратегічного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури. У роботі визначено основні елементи ефективної системи стратегічного державного управління, запропоновано етапи і складові стратегічного управління інноваційним розвитком. На основі накопиченого досвіду у науковій літературі авторами представлено класифікацію інноваційних стратегій. Беручи до уваги накопичений досвід у статті розроблено класифікацію стратегій інноваційного розвитку транспортної інфраструктури, що враховує комплекс пріоритетних критеріїв (направленість результату, тип інновацій, характер дій). **Наукова новизна.** Удосконалено теоретичні основи стратегічного державного управління інноваційним розвитком транспортної інфраструктури, які, на відміну від відомих, включають типізацію інноваційних стратегій за комплексом ознак (корисність результату, тип інновацій, характер дій), що передбачає їх поділ на деструктивні (псевдо- і квазіінноваційні) і конструктивні (адаптивні, оптимізаційні, прогресивні) стратегії. **Практична значущість.**

Запропоновані в статті теоретичні висновки, підходи і рекомендації можуть бути використані для розроблення стратегії інноваційного розвитку транспортної інфраструктури України і дозволять сформулювати ефективний інструментарій державного регулювання інноваційних проєктів розвитку інфраструктури транспорту.

Ключові слова: стратегічне державне управління; інноваційний розвиток; транспортна інфраструктура; інноваційні стратегії; типізацію стратегій.

УДК 339.187; JEL Classification: M29

Дмитриева О.И., Тимров А.А. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Цель. Определение подходов, принципов и этапов реализации государственного стратегического управления инновационным развитием транспортной инфраструктуры; разработка типизации инновационных стратегий на основе установления признаков и сущности инновационной стратегии как ключевого элемента в системе стратегического управления. **Методика исследования.** Теоретической и методологической основой являлись работы ведущих отечественных и зарубежных ученых-экономистов, в которых рассматриваются вопросы стратегического государственного управления и направления инновационного развития транспортной инфраструктуры. В работе использованы методы обобщения и абстрагирования; метод анализа и синтеза. **Результаты.** В условиях рыночной экономики, характеризующейся растущей неопределенностью развития внешней среды, неполнотой и асимметрией информации, периодами подъема и спада экономического развития, особое внимание уделяется формированию системы государственного стратегического управления инновационным развитием транспортной инфраструктуры. Государственное стратегическое управление инновационным развитием транспортной инфраструктуры – научно обоснованное влияние руководителей государства, аппарата государственного управления, политических и общественных организаций на социально-экономическую среду транспортного комплекса и инновационной системы страны, что обеспечивает качество и конкурентоспособность транспортных услуг и устойчивое развитие транспортного сектора экономики. В ходе исследования систематизированы основные концептуальные подходы теории управления, направления государственного стратегического управления, принципы стратегического управления инновационным развитием транспортной инфраструктуры. В работе определены основные элементы эффективной системы стратегического государственного управления, предложены этапы и составляющие стратегического управления инновационным развитием. На основе накопленного опыта в научной литературе авторами представлена классификация инновационных стратегий. Принимая во внимание накопленный опыт в статье, разработана классификация стратегий инновационного развития транспортной инфраструктуры, учитывающая комплекс приоритетных критериев (направленность результата,

тип инноваций, характер действий). **Научная новизна.** Усовершенствованы теоретические основы стратегического государственного управления инновационным развитием транспортной инфраструктуры, которые, в отличие от известных, включают типизацию инновационных стратегий по комплексу признаков (полезность результата, тип инноваций, характер действий), что предполагает их разделение на деструктивные (псевдо- и квазиинновационные) и конструктивные (адаптивные, оптимизационные, прогрессивные) стратегии. **Практическая значимость.** Предложенные в статье теоретические выводы, подходы и рекомендации могут использоваться для разработки стратегии инновационного развития транспортной инфраструктуры Украины и позволят сформировать эффективный инструментарий государственного регулирования инновационных проектов развития инфраструктуры транспорта.

Ключевые слова: стратегическое государственное управление; инновационное развитие; транспортная инфраструктура; инновационные стратегии; типизацию стратегий.

UDK 339.187; JEL Classification: M29

Dmytriieva O.I., Timrov O.O. STRATEGIC PUBLIC ADMINISTRATION OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE INNOVATIVE DEVELOPMENT

Purpose: The purpose is specifying the approaches, principles and stages of putting into practice the strategic public administration of transport infrastructure innovative development; working out typification of innovation strategies based on determining the features and essence of innovation strategy as a key element in the system of strategic management. **Methodology of research.** The theoretical and methodological basis is the works of leading domestic and foreign economists, that address the issues of strategic public administration and areas of innovative development of transport infrastructure. The methods of generalization and abstraction and the method of analysis and synthesis are used in the work. **Findings.** In a market economy, characterized by growing uncertainty in the development of the external environment, incompleteness and asymmetry of information, periods of ups and downs of economic development, special attention is paid to the formation of a system of strategic public administration of innovative transport infrastructure. Strategic public administration of transport infrastructure innovative development is a scientifically substantiated influence of the heads of state, public administration, political and public organizations on the socio-economic environment of the transport complex and innovation system, which ensures quality and competitiveness of transport services and sustainable development of the transport sector. In the course of the research the main conceptual approaches of the theory of management, directions of the strategic public administration, principles of strategic management of transport infrastructure innovative development are systematized. The main elements of the effective system of strategic public administration are determined in the work, the stages and components of the strategic management of innovative development are offered. Based on the experience gained in the scientific literature, the authors present a classification of innovation strategies. Taking into account the

accumulated experience, the article develops a classification of strategies for innovative development of transport infrastructure, which takes into account a set of priority criteria (the direction of the result, the type of innovation, the nature of action). **Originality.** Theoretical bases of strategic public administration of transport infrastructure innovative development are improved. They, as opposed to the known ones, include typification of innovation strategies by a set of features (the usefulness of result, the type of innovations, the nature of actions), which provides their division into destructive (pseudo- and quasi-innovative) and constructive (adaptive, optimization, progressive) strategies. **Practical value.** The theoretical conclusions, approaches and recommendations offered in the article can be used for elaborating the strategy of innovative development of transport infrastructure in Ukraine and will make it possible to form the effective tools for the state regulation of innovative projects of transport infrastructure development.

Key words: strategic public administration; innovative development; transport infrastructure; innovation strategies; typification of strategies.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Дмитрієва Оксана Іллівна – доктор економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, завідувачка кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: oksanahnadu@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9314-350X>. Моб. 063-353-79-98.

Дмитриева Оксана Ильинична – доктор экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, заведующая кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Dmytriieva Oksana – DSci in Economics, Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Head of the Department of Economics and Business, Kharkiv, Ukraine.

Тімров Олексій Олександрович – молодший науковий співробітник, Науково-дослідний, проектно-конструкторський та технологічний інститут мікрографії. м. Харків, Україна; e-mail: alexey.fril@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8781-3527>. Моб. 097-315-04-82.

Тимров Алексей Александрович – младший научный сотрудник, Научно-исследовательский, проектно-конструкторский и технологический институт микрографии. г. Харьков, Украина

Timrov Oleksii – Junior Researcher, Research, Design and Technological Institute of Micrography, Kharkiv, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Дмитрієв І.А., доктор екон. наук, професор
Дмитрієва О.І., доктор екон. наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Характерною ознакою сучасного етапу розвитку економіки є використання цифрових технологій, які стали катализатором різкого збільшення мобільності товарних та фінансових потоків, забезпечують високу швидкість передачі інформації, внесли значний вклад в глобалізаційні та інтеграційні процеси світової економіки. Інформаційні технології стали невід'ємною частиною суспільних відносин та призвели до появи нових галузей господарства, ринків, конкурентних товарів та послуг. Великий потенціал Інтернету став ключовим елементом економіки більшості держав. Все це вимагає від України адаптації до світових стандартів у сфері цифровізації. Тому визначення особливостей та тенденцій розвитку цифрової економіки України наразі є досить актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості і проблеми розвитку цифрової економіки в сучасних наукових дослідженнях є дуже популярним питанням. Особливо вагомий внесок в дану проблематику внесли такі зарубіжні та вітчизняні вчені та дослідники, як В. Айзексон, С. Бранд, Дж. Вейлз, Е. Вільямс, Б. Гейтс, Б. Елбрехт, Д. Енгельбарт, Дж. Ліклайдер, Дж. ФонНейман, Е. Петерс, С. Хантінгтон, Д. Тапскот, М. В. Руденко, О. Марченко, Н. Ю. Подольчак, О.І. Білик та інші.

Термін «цифрова економіка» було запропоновано бізнес-аналітиком Дон Тапскотом. В своєму дослідженні автор характеризує цифрову економіку як економічну діяльність, яка визначається через мережеву свідомість та залежить від віртуальних технологій [1].

В дослідженні [2] автори визнають цифрову економіку як різновид ринку суб'єктів економічної системи на якому один, декілька або всі етапи господарських процесів здійснюються через комп'ютерні мережі; один із проявів економічної свободи, інноваційності та рівня розвитку економіки.

Руденко М.В. [3] окреслює наступні компоненти цифрової економіки, які необхідні для її ефективного функціонування: інформаційні та телекомунікаційні технології; людський капітал; сприятливий бізнес-клімат, ефективне управління. У своєму дослідженні науковець зазначає, що фундаментом цифрової економіки є розвинена та ефективно функціонуюча цифрова інфраструктура.

Марченко О. [4] у своєму дослідженні робить висновок, що цифрова економіка є доповненням до традиційної економіки, що передбачає

виготовлення та реалізацію традиційних товарів і послуг із використанням комп'ютерного обладнання та цифрових систем, зокрема мережі Інтернет.

Таким чином, можна зазначити, що більшість авторів зводяться до визначення цифрової економіки як господарської діяльності (виробництво, продаж, постачання продукції, надання послуг тощо) за допомогою інформаційно-комунікаційних мереж.

В Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. зазначено, що «цифрова економіка» - це діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. [5].

Економічна стратегія «Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою» визначає термін «цифрова економіка» наступним чином: «це тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство» [6].

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на вагомий внесок у дослідження особливостей впровадження та розвитку цифрової економіки багатьох вчених, варто зауважити, що це питання залишається дискусійним, щодо якого в науковій спільноті немає єдності думок. Потребує більшого дослідження особливості та тенденції розвитку цифрової економіки України та ідентифікація чинної нормативно-правової бази.

Формулювання цілей статті. Метою статті є вивчення основних тенденцій розвитку цифрової економіки України та ідентифікація чинного законодавчого підґрунтя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підтримуючи Проєкт цифрового перетворення економіки, що був представлений у 2015 р. на Всесвітньому економічному форумі, ряд держав на національному рівні почали реалізовувати стратегії та концепції розвитку власної цифрової економіки. Деякі країни свої стратегічні напрями розвитку цифрової економіки реалізують на більш глобальному масштабі, а саме в національних стратегіях сталого розвитку чи програмах забезпечення конкурентоспроможності держави. Проєкт цифрового перетворення індустрії визначав шість важливих галузей економіки, таких як: товари народного споживання, електроенергетика, автомобілебудування, охорона здоров'я, засоби масової інформації, логістика. Протягом 2016-2017 рр. до цього проєкту приєдналися ще вісім галузей: страхування, авіація, готельна справа, професійні послуги та телекомунікації, видобуток нафти й газу, хімічна та гірничодобувна промисловість. Таким чином, з урахуванням стратегічних орієнтирів та особливостей галузей економіки, комісією ЄС була започаткована Стратегія єдиного ринку, що

представляє собою дорожню карту щодо розкриття потенціалу єдиного цифрового ринку.

Україна також зацікавлена в інтеграції в єдиний європейський цифровий простір та підтримує цифрові перетворення економіки. Ключовим етапом інтеграції України в єдиний цифровий простір є розробка законодавчої бази розвитку цифрової економіки. Для цього в державі поступово впроваджується відповідна нормативно-правова база. Так, у 2016 році Міністерством економічного розвитку та торгівлі України за підтримки представників державних органів влади, прогресивних підприємств у сфері цифрових технологій, громадських організацій, консалтингових груп, науковців та незалежних експертів був представлений проєкт «Цифрова адженда України – 2020» [7]. Цей проєкт передбачав вирішення наступних питань: цифрова модернізація усіх сфер життя та діяльності населення; трансформація традиційної економіки у конкурентоспроможну, ефективну та інвестиційно-привабливу; доступність цифрових технологій; підвищення економічних показників на міжнародному рівні; можливості для розвитку людських ресурсів, інноваційного підприємництва, цифрової індустрії [7]. Для вирішення зазначених питань у 2018 році урядом була затверджена Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018-2020 рр., яка розкриває основну мету цифрового розвитку та напрями впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проєкти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій [5].

Для реалізації визначених цілей та напрямів розвитку цифрової економіки у 2019 році було створено Комітет з питань цифрової трансформації, на який покладено вирішення наступних завдань:

- формування законодавчої бази цифровізації та цифрового суспільства;
- розробка законодавчої бази адміністрування, функціонування і використання мережі Інтернет;
- розробка Національної та державної програмами інформатизації, а також програмами ЄС «Єдиний цифровий ринок»;
- розробка програм цифрового співробітництва;
- електронне урядування та публічні електронні послуги;
- смарт-інфраструктури;
- кібербезпека та кіберзахист.

В цьому ж році Кабінетом Міністрів України було реорганізовано Державне агентство з питань електронного урядування шляхом перетворення у Міністерство цифрової трансформації України, яке наразі є центральним органом виконавчої влади з питань формування та реалізації державної політики у сфері цифровізації, цифрового розвитку, цифрової економіки, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства, розвитку ІТ-індустрії.

Українським інститутом майбутнього в 2018 році була розроблена Економічна стратегія «Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою». В запропонованій стратегії представлено сучасне бачення розвитку цифрової економіки країни та кроки для її розвитку в Україні. Дана стратегія має дещо хаотичні твердження, що пов'язано з відсутністю чіткої цілісної системи положень, законів та підзаконних актів, що розкривають цілісне уявлення щодо розвитку цифрової економіки в галузях в сучасних умовах господарювання.

Таким чином, можна зробити висновок, що Україна поступово робить кроки щодо інтеграції в єдиний європейський цифровий простір, перш за все розробляючи необхідну нормативно-правову базу для забезпечення розвитку цифрової економіки держави.

Одним із важливих параметрів, які на світовому рівні визначають якість та ступінь розвитку цифрової економіки, є світові рейтинги. Згідно з Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. основними рейтинговими цілями її реалізації є досягнення у 2020 році [5]:

- 30 місця в рейтингу *Networked Readiness Index (WEF)* (у 2016 році - 64 місце);
- 40 місця у рейтингу *Global Innovation Index (INSEAD, WIPO)* (у 2016 році - 56 місце);
- 50 місця у рейтингу *ICT Development Index (ITU)* (у 2016 році - 79 місце);
- 60 місця у рейтингу *Global Competitiveness Index (WEF)* (у 2016 році - 85 місце).

Для аналізу особливостей та тенденцій розвитку цифрової економіки України необхідним є дослідження рейтингових індексів, що дають змогу оцінити її стан. Найбільш поширеними індексами є:

1. Індекс цифрової економіки та суспільства (*Digital Economy and Society Index - DESI*) - є зведеним індексом, який узагальнює відповідні показники щодо ефективності цифрових технологій у Європі та відстежує еволюцію держав-членів ЄС у галузі цифрової конкурентоспроможності. Індекс *DESI* охоплює п'ять основних областей: зв'язок, людський капітал, використання Інтернету, інтеграцію цифрових технологій та цифрові державні послуги [8]. Але на жаль в нашій країні немає представництва, тому Україна в цьому рейтингу не представлена.

2. Індекс цифрової еволюції (*Digital Evolution Index - DEI*) – є основою рейтингу цифрового розвитку та конкурентоспроможності країни. Даний рейтинг враховує такі основні фактори: поточний рівень цифрового розвитку та темпи зростання оцифрувань. Для визначення рейтингу використовуються чотири субіндекси: рівень пропозиції, попит на цифрові технології, інституційне середовище, інноваційний клімат. Індекс цифрової еволюції також немає представництва в Україні, тому наша держава в рейтингу не представлена.

3. Індекс прийняття цифровізації (*Digital Adoption Index - DAI*) - це всесвітній індекс, який вимірює впровадження цифрових технологій у трьох вимірах економіки: люди, уряд і бізнес. Індекс охоплює 180 країн за шкалою 0–1 і підкреслює «пропозицію» впровадження цифрових технологій, щоб максимізувати охоплення та спростити теоретичні зв'язки. Загальний *DAI* є простим середнім з трьох субіндексів: підвищення продуктивності та прискорення широкого зростання бізнесу, розширення можливостей та покращення добробуту людей, підвищення ефективності та підзвітності надання послуг уряду [9]. В табл. 1. представлено позиції України в цьому рейтингу. Як бачимо за два роки Україна зміцнила свої позиції.

Таблиця 1

Позиції України у *Digital Adoption Index* — *DAI*

Показник	2014 р.	2016 р.
Індекс прийняття цифровізації DAI	0,451108336	0,537763536
DAI Business	0,605899632	0,667723715
DAI People	0,382263	0,473988
DAI Government	0,365163	0,471579

Джерело: [9]

4. Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (*ICT Development Index*) – це комбінований показник, який визначає досягнення країн світу щодо розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Розраховується за методикою Міжнародного союзу електрозв'язку (*International Telecommunication Union*) [10]. В табл. 2. представлено позиції та ранг України в цьому рейтингу. Як бачимо за три роки в цьому рейтингу Україна також зміцнила свої позиції.

Таблиця 2

Позиції України у *ICT Development Index*

Показник	2014 р.	2015 р.	2017 р.
ІСТ	5,15	5,23	5,62
Ранг	73	79	79

Джерело: [10]

5. Глобальний інноваційний індекс (*Global Innovation Index - GII*) - один з найбільш популярів рейтингів країн з цифрової економіки. Цей щорічний рейтинг щодо здібності та успіхів в інноваціях. Він публікується Всесвітньою організацією інтелектуальної власності у співпраці з Корнельським університетом, *INSEAD* [11]. Цей рейтинг включає складові показники інноваційної сфери та об'єднує їх у два субіндекси: показники, що характеризують інноваційний потенціал країни (55 показників - *Innovation Input Sub-index*); показники, що характеризують наукові й творчі результати інноваційної діяльності (27 показників – *Innovation Output Sub-index*). В табл. 3 представлено позиції та ранг України. Як бачимо найкращі показники України

в цьому рейтингу були представлені в 2018 р., але все одно просліджується тенденція до зміцнення позицій держави.

Таблиця 3

Позиції України у *Global Innovation Index*

Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
ГІІ	36,45	35,72	37,62	38,52	37,40	36,32
Місце в рейтингу	64	56	50	43	47	45

Джерело: [11]

6. Індекс мережевої готовності (*Networked Readiness Index - NRI*) – це комплексний показник, що характеризує рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та мережевої економіки різних країн світу [12]. Цей індекс вважається одним з найважливіших показників інноваційного та технологічного потенціалу країн світу та можливостей їх розвитку в сфері цифрової економіки. Він вимірює ступінь розвитку інформаційно-комунікативних технологій держави за 62 показниками, які зведені в 4 основні групи: технології; люди; управління; вплив. На рис. 1 представлено динаміку позиції та місця України в цьому рейтингу, в якій можна прослідити зміцнення позицій держави за рік. Так як у 2019 році Індекс був ґрунтовно перероблений аналіз проведено тільки за два роки.

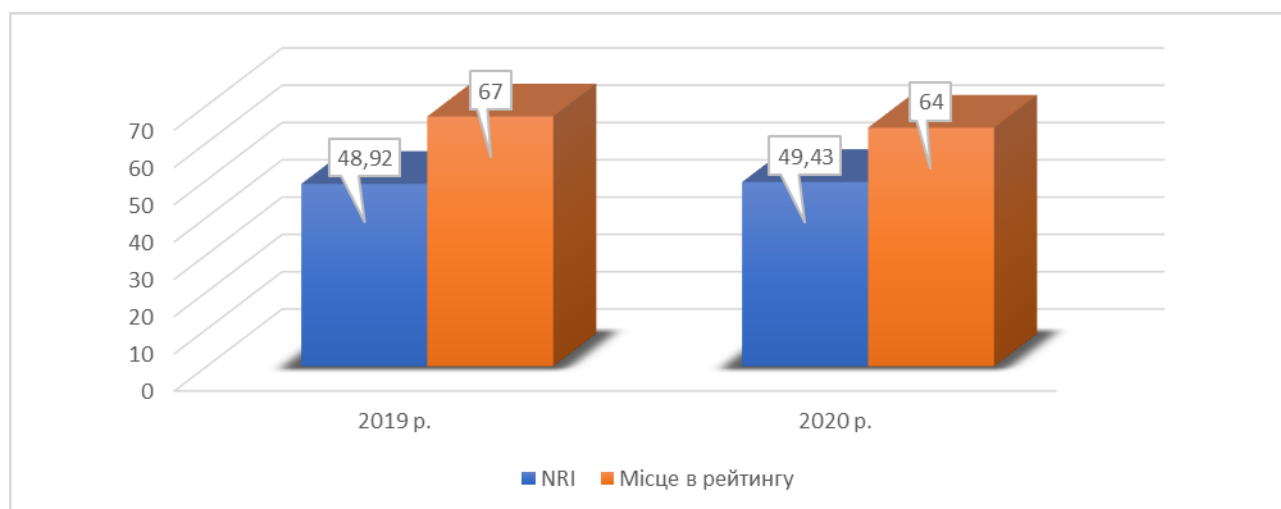


Рис. 1. Позиції України у *Networked Readiness Index*

Джерело: [12]

7. Індекс цифровізації економіки (*Boston Consulting Group - e-Intensity*) - індекс включає 28 показників, які розраховується як середньозважена сума трьох субіндексів: розвиток інфраструктури, онлайн-витрати та активність користувачів [13]. В якості джерел інформації для формування рейтингів використовують наступні міжнародні звіти: звіт *Gartner*, *Ovum*, *Pyramid Research*, *Euromonitor*, звіт ООН о рівні розвитку електронного уряду (*E-Government survey*), звіт Всесвітнього економічного форуму о ступені розвитку

інформаційних технологій (*The Global Information Technology Report*). Положення України в даному рейтингу наведено на рис 2.

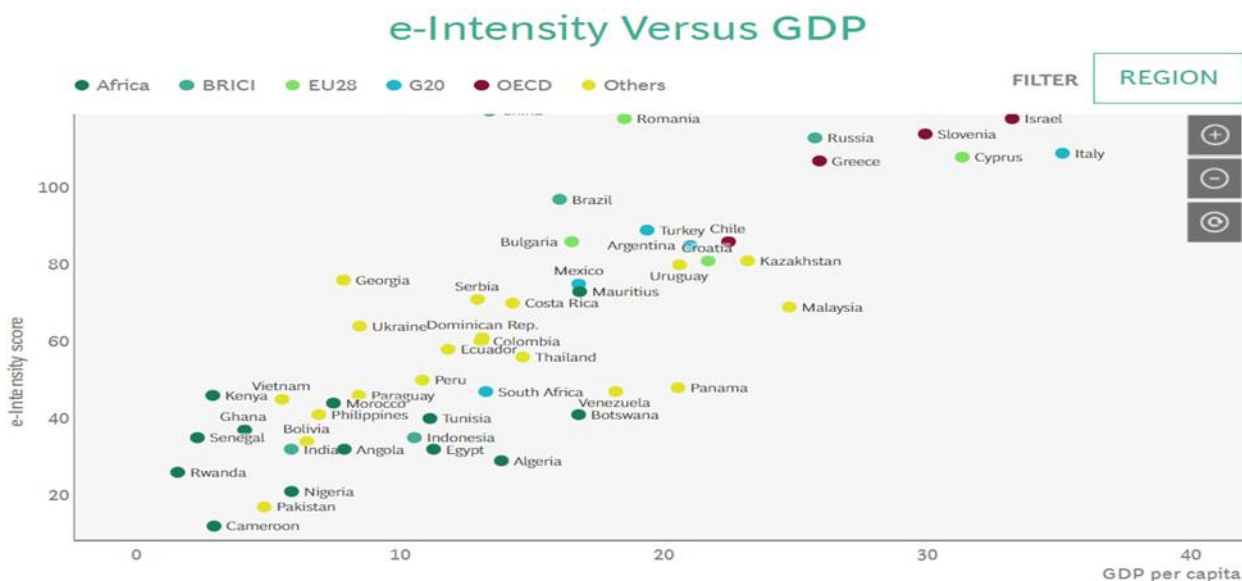


Рис. 2. Позиції України у рейтингу *Boston Consulting Group*

Джерело: [13]

8. Індекс світової цифрової конкурентоспроможності (*IMD World Digital Competiveness Index - WDCI*) – оцінює спроможність та готовність економіки держави впроваджувати та досліджувати цифрові технології як ключову рушійну силу економічних перетворень у бізнесі, уряді та суспільстві [14]. Цей індекс базується включає 50 показників, що згруповані в три субіндекси 1 рівня: знання, технології, майбутня готовність. Субіндекси першого рівня розкриваються субіндесами 2 рівня. По загальному рейтингу в 2018 р. за *WDCI* Україна знаходиться на 58 місці.

9. *Global Competitiveness Index – GCI* - рейтинг країн світу, за показником економічної конкурентоспроможності. Розрахований за методикою Всесвітнього економічного форуму, заснований на зіставленні загальнодоступних статистичних даних і підсумків загального опитування керівників компаній - великого щорічного дослідження, яке проводиться ВЕФ разом з мережею партнерських організацій - провідних дослідницьких інститутів і організацій у країнах, аналізованих у звіті [15]. Цей індекс складається з 113 змінних, які визначають рівень конкурентоспроможності країни, всі змінні систематизовано до 12 ключових показників: якість інститутів; інфраструктура; макроекономічна стабільність; здоров'я і початкова освіта; вища освіта і професійна підготовка; ефективність на ринку товарів і послуг; ефективність на ринку праці; розвиненість фінансового ринку; рівень технологічного розвитку; розмір внутрішнього ринку; конкурентоспроможність компаній; інноваційний потенціал. На рис. 3 представлено динаміку місця України в цьому рейтингу, в якій можна прослідити погіршення позицій держави з кожним роком.

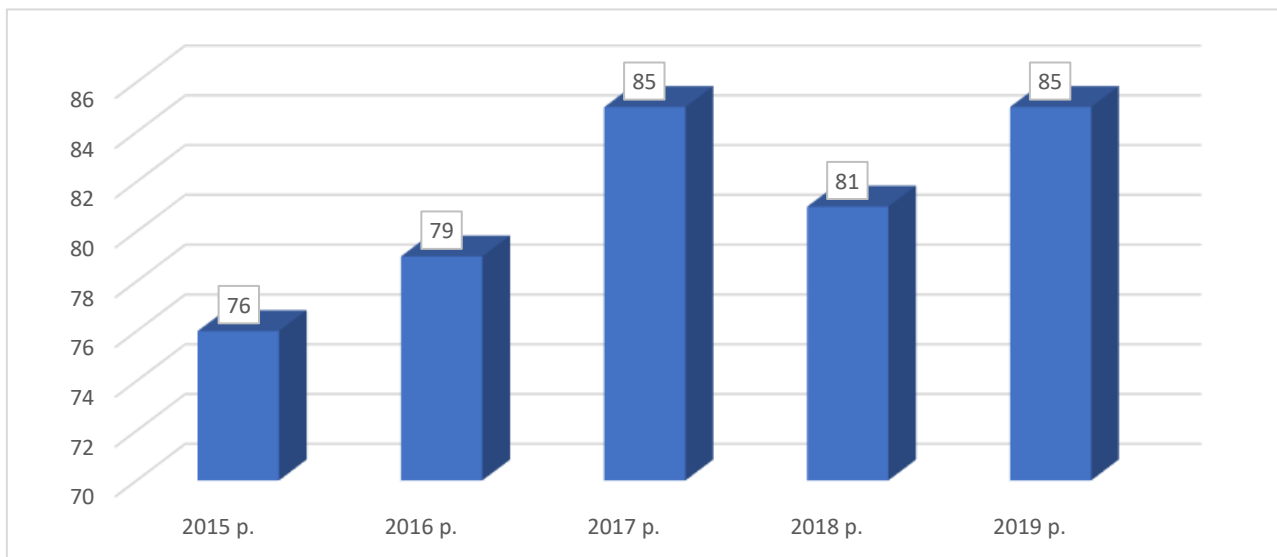


Рис. 3. Позиції України у *Global Competitiveness Index*

Джерело: [15]

Проведений авторами аналіз рейтингових позицій України за міжнародними рейтинговими індексами про неоднозначність позицій країни у світовому цифровому середовищі. Загалом результати аналізу свідчать про значний цифровий розрив України з країнами-сусідами, що свідчить про низький рівень розвитку цифрової економіки.

В Україні наразі дуже швидко впроваджуються інформаційно-комп'ютерні технології в суспільні відносини та діяльність підприємств, що забучує конкурентоздатність вітчизняних підприємств на світових ринках. В табл. 4 наведено рівень розвитку ІКТ в Україні за даними дослідження, що було проведено у 2018 році Міжнародною спілкою електрозв'язку [16].

Таблиця 4

Рівень розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій в Україні

Показник	2016 р.	2017 р.
Число абонентів фіксованого зв'язку на 100 мешканців	21,6	17,2
Число абонентів мобільного зв'язку на 100 мешканців	144,0	134,0
Пропускна спроможність зовнішнього шлюзу на кожного інтернет-користувача	73,4	79,91
Частка домогосподарств, які мають комп'ютер	60,0	65,11
Частка домогосподарств, які мають доступ до мережі Інтернет	50,2	59,8
Частка населення, що використовує Інтернет	48,9	53,0
Число активних абонентів мобільного ШПД на 100 мешканців	8,1	10,5
Число абонентів фіксованого ШПД на 100 мешканців	11,8	12,6

Джерело: [16]

З проведеного Міжнародною спілкою електров'язку дослідження можна зазначити, що в Україні на 2018 р. спостерігалась позитивна динаміка розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій, але вона не досить достатня для загальносвітових значень. На 2021 р. вищезазначеного дослідження не проводилось, але враховуючи значні дії України щодо інтеграції в єдиний європейський цифровий простір, слід чекати позитивної динаміки.

Висновки з проведеного дослідження. На основі аналізу чинного законодавчого підґрунтя розвитку цифрової економіки України авторами визначено, що країна поступово робить кроки щодо інтеграції в єдиний європейський цифровий простір, перш за все розробляючи необхідну нормативно-правову базу для забезпечення розвитку цифрової економіки держави. Розроблені нормативно-правові акти, що регламентують розвиток цифрової економіки України, актуалізують необхідність їх уніфікації та консолідації у вигляді Стратегії розвитку цифрової економіки України як стійкого законодавчого підґрунтя для забезпечення стратегічного розвитку цифрової економіки держави. Забезпечення розвитку цифрової економіки України передбачається через періодичне прийняття строкових програмних документів на у формі чинної Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Проведено аналіз рейтингових позицій України за міжнародними рейтинговими індексами: Digital Economy and Society Index; Digital Evolution Index; Digital Adoption Index; ICT Development Index; Global Innovation Index; Networked Readiness Index; e-Intensity; IMD World Digital Competiveness Index; Global Competitiveness Index. Проведено аналіз стану рівня використання та розвитку цифрових технологій в країні.

Перелік посилань

1. Tapscott, D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1995, 342 p.
2. Подольчак Н. Ю., Білик О. І., Левицька Я. В. Сучасний стан цифровізації в Україні. *Електронне фахове наукове видання «Ефективна економіка»*. № 10. 2019. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.10.4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2019/6.pdf (дата звернення: 10.09.2021).
3. Руденко М. В. Аналіз позицій України в глобальних індексах цифрової економіки. *Економіка та держава*. № 2. 2021. С. 11-18. DOI: 10.32702/230666806.2021.2.11.
4. Марченко О. Цифрова економіка в Україні: основні тенденції та перспективи розвитку. *Galician economic journal*. No 4 (65). 2020. С.34-39.
5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 10.09.2021).
6. Економічна стратегія «Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою». *Український інститут майбутнього*: веб-сайт. URL:

<https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 10.09.2021).

7. Цифрова адженда України – 2020. Концептуальні засади. Першочергові сфери, ініціативи, проекти цифровізації України до 2020 року. *HITECH office*. 2016. 90 с. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. (дата звернення: 12.09.2021).

8. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020. Thematic chapters. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/06/DESI2020Thematicchapters-FullEuropeanAnalysis.pdf> (дата звернення: 15.09.2021).

9. The World Bank: Digital Adoption Index. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016/Digital-Adoption-Index> (дата звернення: 15.09.2021).

10. ICT Development Index. "IDI 2017 rank". URL: [https://www.itu.int/net4/ITU\\$D/idi/2017/index.html](https://www.itu.int/net4/ITU$D/idi/2017/index.html) (дата звернення: 15.09.2021).

11. WIPO (2020). World intellectual property organization. URL: <https://www.wipo.int/portal/en> (дата звернення: 15.09.2021).

12. Рейтинг стран мира по индексу сетевой готовности. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/networked-readiness-index> (дата звернення: 15.09.2021).

13. The 2015 BCG e-Intensity Index. URL: <https://www.bcg.com/publications/interactives/bcg-e-intensity-index> (дата звернення: 15.09.2021).

14. World Competitiveness Center Rankings. URL: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/> (дата звернення: 15.09.2021).

15. The Global Competitiveness Report. Special Edition 2020. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (дата звернення: 15.09.2021).

16. Measuring the Information Society Report: Vol. 1 and Vol. 2. Geneva : ITU, 2017. 252 p.

References

1. Tapscott, D. (1995). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 342 p.

2. Podolchak, N. Iu., Bilyk, O. I., Levytska, Ya. V. (2019). The current state of digitalization in Ukraine [Suchasnyi stan tsyfrovizatsii v Ukraini], *Electronic professional scientific publication «Effective Economics»*, No. 10. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.10.4, available at: URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2019/6.pdf (last accessed 10.09.2021).

3. Rudenko, M. V. (2021). Analysis of Ukraine's position in the global indices of the digital economy [Analiz pozytsii Ukrainy v hlobalnykh indeksakh tsyfrovoy ekonomiky], *Economy and state*, No. 2, P. 11-18. DOI: 10.32702/230666806.2021.2.11.

4. Marchenko, O. (2020). Digital economy in Ukraine: main tendencies and prospects of development [Tsyfrova ekonomika v Ukraini: osnovni tendentsii ta perspektyvy rozvytku], *Galician ekonomik journal*, No. 4 (65), P.34-39.
5. On approval of the Concept of development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and approval of the action plan for its implementation: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of January 17, 2018 № 67-r. [Pro skhvalennia Kontseptsii rozvytku tsyfrovoy ekonomiky ta suspilstva Ukrainy na 2018-2020 roky ta zatverdzhennia planu zakhodiv shchodo yii realizatsii: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17 sichnia 2018 r. № 67-r.], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (last accessed 10.09.2021).
6. Economic strategy «Ukraine 2030E - a country with a developed digital economy» [Ekonomichna stratehiia «Ukraina 2030E – kraina z rozvynutoiu tsyfrovoy ekonomikoju»], *Ukrainian Institute of the Future*, available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (last accessed 10.09.2021).
7. Digital Agenda of Ukraine - 2020. (2016). Conceptual principles. Priority areas, initiatives, projects of digitalization of Ukraine until 2020 [Tsyfrova adzhenda Ukrainy – 2020. Kontseptualni zasady. Pershocherhovi sfery, initsiatyvy, proekty tsyfrovizatsii Ukrainy do 2020 roku], *HITECH office*, 90 p., available at: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>. (last accessed 12.09.2021).
8. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020. Thematic chapters, available at: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/06/DESI2020Thematicchapters-FullEuropeanAnalysis.pdf> (last accessed 15.09.2021).
9. The World Bank: Digital Adoption Index, available at: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016/Digital-Adoption-Index> (last accessed 15.09.2021).
10. ICT Development Index. "IDI 2017 rank", available at: [URL:https://www.itu.int/net4/ITU\\$D/idi/2017/index.html](https://www.itu.int/net4/ITU$D/idi/2017/index.html) (last accessed 15.09.2021).
11. WIPO (2020). World intellectual property organization, available at: <https://www.wipo.int/portal/en> (last accessed 15.09.2021).
12. Ranking of the countries of the world according to the Networked Readiness Index [Reyting stran mira po indeksu setevoy gotovnosti], available at: <https://gtmarket.ru/ratings/networked-readiness-index> (last accessed 15.09.2021).
13. The 2015 BCG e-Intensity Index, available at: <https://www.bcg.com/publications/interactives/bcg-e-intensity-index> (last accessed 15.09.2021).
14. World Competitiveness Center Rankings, available at: <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/> (last accessed 15.09.2021).
15. The Global Competitiveness Report. Special Edition 2020. available at: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf (last accessed 15.09.2021).

16. Measuring the Information Society Report (2017). Geneva: ITU, Vol. 1 & Vol. 2, 252 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.341; JEL Classification: O33

Дмитрієв І.А., Дмитрієва О.І. ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Мета. Метою статті є вивчення основних тенденцій розвитку цифрової економіки України та ідентифікація чинного законодавчого підґрунтя. **Методика дослідження.** В роботі використано методи аналізу та синтезу, системний підхід, порівняльний аналіз. **Результати.** Характерною ознакою сучасного етапу розвитку економіки є використання цифрових технологій, які стали каталізатором різкого збільшення мобільності товарних та фінансових потоків, забезпечують високу швидкість передачі інформації, внесли значний вклад в глобалізаційні та інтеграційні процеси світової економіки. Інформаційні технології стали невід’ємною частиною суспільних відносин та призвели до появи нових галузей господарства, ринків, конкурентних товарів та послуг. Одним із важливих параметрів, які на світовому рівні визначають якість та ступінь розвитку цифрової економіки, є світові рейтинги. Згідно з Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 основними рейтинговими цілями її реалізації є досягнення визначених позицій у рейтингу. Для аналізу особливостей та тенденцій розвитку цифрової економіки України авторами проведено дослідження рейтингових індексів, що дають змогу оцінити її стан: Digital Economy and Society Index; Digital Evolution Index; Digital Adoption Index; ICT Development Index; Global Innovation Index; Networked Readiness Index; e-Intensity; IMD World Digital Competiveness Index; Global Competitiveness Index. В дослідженні проведено аналіз стану рівня використання та розвитку цифрових технологій в країні. **Наукова новизна:** існуючі нормативно-правові акти, що регламентують розвиток цифрової економіки України, актуалізують необхідність їх уніфікації та консолідації у вигляді Стратегії розвитку цифрової економіки України як стійкого законодавчого підґрунтя для забезпечення стратегічного розвитку цифрової економіки держави. Забезпечення розвитку цифрової економіки України передбачається через періодичне прийняття строкових програмних документів на у формі чинної Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. **Практична значущість:** проведений аналіз та визначені особливості та тенденції розвитку цифрової економіки складають інтерес для органів державної влади, до відання яких належить регулювання цифрової економіки; для вітчизняних та зарубіжних науковців, що ведуть дослідження з цього питання.

Ключові слова: цифрова економіка; рейтингові індекси; стимулювання розвитку цифрової економіки; концепції розвитку; потенційний ринок Інтернет.

УДК 330.341; JEL Classification: O33

Дмитриев И.А., Дмитриева О.И. ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УКРАИНЕ

Цель. Целью статьи является изучение основных тенденций развития цифровой экономики и идентификация действующей законодательной базы. **Методика исследования.** В работе использованы методы анализа и синтеза, системный подход, сравнительный анализ. **Результаты.** Характерной особенностью современного этапа развития экономики является использование цифровых технологий, ставших катализатором резкого увеличения мобильности товарных и финансовых потоков, обеспечивающих высокую скорость передачи информации, внесших значительный вклад в глобализационные и интеграционные процессы мировой экономики. Информационные технологии стали неотъемлемой частью общественных отношений и привели к появлению новых отраслей хозяйства, рынков, конкурентных товаров и услуг. Одним из важных параметров, определяющих на мировом уровне качество и степень развития цифровой экономики, являются мировые рейтинги. Согласно Концепции развития цифровой экономики и общества Украины на 2018-2020, основными рейтинговыми целями ее реализации является достижение определенных позиций в рейтинге. Для анализа особенностей и тенденций развития цифровой экономики Украины авторами проведено исследование рейтинговых индексов, позволяющих оценить ее состояние: Digital Economy and Society Index; Digital Evolution Index; Digital Adoption Index; ICT Development Index; Global Innovation Index; Networked Readiness Index; e-Intensity; IMD World Digital Competiveness Index; Global Competitiveness Index. В исследовании проведен анализ состояния уровня использования и развития цифровых технологий в стране. **Научная новизна:** существующие нормативно правовые акты, регламентирующие развитие цифровой экономики Украины, актуализируют необходимость их унификации и консолидации в виде Стратегии развития цифровой экономики Украины как устойчивой законодательной основы для обеспечения стратегического развития цифровой экономики государства. Обеспечение развития цифровой экономики Украины предусматривается через периодическое принятие срочных программных документов в форме действующей Концепции развития цифровой экономики и общества Украины на 2018-2020 годы. **Практическая значимость:** проведенный анализ и выявленные особенности, тенденции развития цифровой экономики представляют интерес для органов государственной власти, к деятельности которых относится регулирование цифровой экономики; для отечественных и зарубежных ученых, ведущих исследования по этому вопросу.

Ключевые слова: цифровая экономика; рейтинговые индексы; стимулирование развития цифровой экономики; концепции развития; потенциальный рынок Интернет.

UDC 330.341; JEL Classification: O33

Dmytriiev I.A., Dmytriieva O.I. FEATURES AND TRENDS OF DIGITAL ECONOMY IN UKRAINE

Purpose. The purpose of the article is to study the main development trends in the digital economy of Ukraine and to identify the current legal basis. **Methodology of research.** The methods of analysis and synthesis, system approach, comparative analysis were used in the work. **Findings.** A characteristic feature of the current stage of economic development is the use of digital technologies, which have become a catalyst for a sharp increase in mobility of financial and commodity flows, provide high speed information transfer, have made significant contributions to globalization and integration processes of the world economy. Information technologies have become an integral part of public relations and have led to the emergence of new industries, markets, competitive goods and services. One of the important parameters that determine the quality and degree of development of the digital economy at the global level are world rankings. According to the Concept of development of digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 the main rating goals of its realization are reaching certain positions in the rating. To analyze the features and development trends of the digital economy in Ukraine, the authors have studied the rating indices that allow assessing its state: Digital Economy and Society Index; Digital Evolution Index; Digital Adoption Index; ICT Development Index; Global Innovation Index; Networked Readiness Index; e-Intensity; IMD World Digital Competitiveness Index; Global Competitiveness Index. The study analyzes the level of use and development of digital technologies in the country. **Originality:** The existing regulations governing the development of the digital economy in Ukraine emphasize the need for their unification and consolidation in the form of the Strategy for the development of the digital economy in Ukraine as a stable legal basis for strategic development of the digital economy. It is considered that the development of the digital economy in Ukraine will be provided through the periodic adoption of urgent program documents in the form of the current Concept for the development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020. **Practical value:** The analysis which has been made and the identified features and trends of the digital economy are of interest to public authorities responsible for regulating the digital economy; for domestic and foreign scientists conducting research on this issue.

Key words: digital economy; rating indices; stimulation of the digital economy development; development concepts; potential Internet market.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Дмитрієв Ілля Андрійович – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, проректор з наукової роботи, м. Харків, Україна; e-mail: dmitriev.khnadu@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8693-3706>. Моб. 050-587-97-66.

Дмитриев Илья Андреевич – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки и техники Украины, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, проректор по научной работе, г. Харьков, Украина.

Dmytriiev Illia – DSci in Economics, Professor, Honored Science and Technology Figure of Ukraine, Kharkov National Automobile and Highway University, Vice-rector for scientific work, Kharkiv, Ukraine.

Дмитрієва Оксана Іллівна – доктор економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, завідувачка кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: oksanahnadu@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9314-350X>. Моб. 063-353-79-98.

Дмитриева Оксана Ильинична – доктор экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, заведующая кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Dmytriieva Oksana – DSci in Economics, Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Head of the Department of Economics and Business, Kharkiv, Ukraine.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

*Дмитрієв І.А., доктор екон. наук, професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Постановка проблеми. В умовах сучасної ринкової економіки, що характеризується динамічністю, турбулентністю та невизначеністю для підтримання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств особлива увага повинна приділятися формуванню ефективної системи управління персоналом. Адже саме кваліфіковані кадри, здатні на рішучі та інноваційні рішення, є ключовим фактором забезпечення конкурентоздатності підприємства. Не зважаючи на великий досвід управління персоналом, на вітчизняних підприємствах все ще використовують традиційні методи, які не приносять відчутного ефекту. Тому постає завдання в дослідженні та впровадженні нових інноваційних методів управління персоналом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості і проблеми ефективного застосування інноваційних інструментів управління персоналом наразі є досить актуальною темою економічних наукових досліджень. Особливо вагомий внесок в дану проблематику внесли такі і вчені, як О. Баніт, Р. Бала, Л. Задорожна, Н. Кара, О. Костюк, І. Котовська, О. Кушнірук, Н. Лев, І. Миколайчук, В. Павлов, В. Пісний, О. Черненко, Л. Янковська та інші.

В транспортній галузі ця проблема теж набуває актуального питання, оскільки впровадження інноваційних методів управління персоналом є ключовим фактором ефективного та інноваційного розвитку підприємств автомобільного транспорту. Вагомий внесок в дослідження цього питання внесли дослідження наступних вчених: В.Л. Дикань, Г. П. Заєць [1], Л.Л. Калініченко [2], А. С. Устіловська [3], В.В. Смачило [4] та ін.

Так, у дослідженні [3] автором пропонується класифікація групи методів управління персоналом, що дозволить здійснювати безперервний процес (планування, наймання, оцінювання, розвиток та мотивація) впливу керівництва підприємства на інтереси, поведінку й діяльність працівників, з використанням новостворених і вдосконалених способів впливу з метою досягнення тактичних та стратегічних цілей підприємства [14, с. 107]. Автор пропонує наступні види інноваційних методів: підбір персоналу: аутсорсинг, аутстафінг, лізінг персоналу, хедхантинг, рекрутинг, скрининг; оцінка діяльності: автоматизація інформаційної системи управління персоналом, системи таємного контролю працівника; управління кар'єрою, навчання: реінженерінг, розробка та застосування кар'єраграм, тренінги, коучинг, самонавчання, E-learning, кейс стаді; система винагород: внутрішній маркетинг,

застосування преміального фонду, що стимулює такі якості персоналу, як креативність та інноваційність.

Смачило В.В. [4] у своїй роботі розширив класифікацію методів управління кадровим потенціалом підприємства на основі ієрархічно-фасетного підходу, яка, доповнена класифікаційними ознаками «Категорія поколінь» та «Прояв потенціалу».

Автору здається важливим провести не тільки аналіз останніх досліджень за напрямом інноваційних методів управління персоналом, а й проаналізувати досвід практичного їх використання на провідних підприємствах світу та України.

Одним з безперечних лідерів з впровадження інноваційних методів управління персоналом є Японія. Саме компанії цієї країни є провідними роботодавцями. Таким прикладом може бути компанія «Toyota», яка кардинально змінила бачення ролі працівників на підприємстві. Менеджери «Toyota» переконані, що кожен працівник може бути винахідником, впроваджувати нові технології та модернізувати наявні. 14 Принципів Дао Toyota [5] згруповані у чотири категорії: філософія довгострокової перспективи; правильний процес дає правильні результати; додай цінність організації, розвиваючи своїх співробітників та партнерів; постійне вирішення фундаментальних проблем стимулює безперервне навчання. Впровадження зазначених принципів кардинально змінило підхід працівників до своєї роботи та дало можливість реалізувати свій потенціал.

Ще одним гарним прикладом підприємств Японії є компанія «Nikon». Ця корпорація в своїй діяльності використовує самостійну систему звітування працівників, що дає можливість їм зустрічатися з керівництвом за ступенем необхідності. Щорічно працівники корпорації мають можливість звітувати про результати своєї діяльності та прагнення стосовно управління кар'єрою [6].

Говорячи про світових лідерів щодо інноваційних методів управління персоналом, безумовно слід зазначити компанії США. Однією з перших компаній, що впроваджували такі методи, слід зазначити «McDonald's», де постійно проводяться тренінги для саморозвитку та отримання навичок, які можна використовувати в інших галузях господарства [7].

В корпорації «Microsoft» [8] створено 4 додатки для працівників, що допомагають систематизації роботи. Персонал корпорації може самостійно заповнювати профіль, вибирати тренінги, навчальні програми, дату відпустки.

У компанії «Procter & Gamble» адміністрація зосередила свою увагу на навчанні персоналу. Працівникам підприємства запропоновано три програми «Procter & Gamble», за допомогою яких працівники розвивають навички зі спрямуванням їх на відповідний кар'єрний шлях [9].

При аналізі методів управління персоналом на підприємствах США неможливо обійти стороною компанію «Apple». Підприємством впроваджена унікальна система підбору персоналу, яка включає в себе ретельний відбір з трьох-чотирьох раундів: оцінку виступу, положення тіла, жестів, та в минулому інтерв'ю зі Стівом Джобсом [10].

Також слід зазначити досвід Німеччини. Компанія «Adidas» зосередила свою увагу на навчанні персоналу. Під час навчання менеджери підприємства вивчають інноваційні методи управління персоналом: систему набору компенсації, навчання та оцінки ефективності [11].

Досвід міжнародних компаній поступово переймають і вітчизняні підприємства, що є дуже позитивною динамікою. Так, наприклад, «Нова Пошта» зосереджує свою увагу на розвитку та кваліфікаційному рості своїх співробітників, сприяє впровадженню «ноу-хау». «Київстар» зосередився на оцінці ефективності персоналу, яку проводять щорічно. За результатами проведеної оцінки керівництвом переглядається заробітна плата та розмір річної премії, також на підприємстві сформована дієва система мотивації, що гарантує додаткові стимули і соціальні гарантії [12].

Доцільно зазначити, що на вітчизняних підприємствах автомобільного транспорту застосовуються застарілі методи управління персоналом, інноваційні методи використовуються фрагментарно.

Невирішені складові загальної проблеми. На сьогоднішній день проблемі впровадження інноваційних методів управління персоналом приділено достатньо уваги у вітчизняних та зарубіжних дослідженнях. Вітчизняні підприємства переймають досвід міжнародних компаній задля покращення ефективності діяльності персоналу, але поки що це здійснюється фрагментарно. На підприємствах автомобільного транспорту цьому питанню не приділено достатньої уваги, немає комплексного механізму впровадження таких методів з урахуванням специфіки діяльності. Тому актуальним завданням є формування рекомендацій щодо застосування інноваційних методів управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту.

Формулювання цілей статті. Метою статті є формування практичних рекомендацій щодо застосування інноваційних персонал-технологій на підприємствах автомобільного транспорту.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Традиційно у теорії управління персоналом виділяють три групи методів управління персоналом [13, 14]:

- Адміністративні - методи прямого впливу, які мають владний характер і засновані на документальному закріпленні посадових обов'язків та дисципліни;

- Економічні - методи, за допомогою яких відбувається вплив на працівників з використанням матеріальних ресурсів. Важливим фактором використання економічних методів управління персоналом є окупність, тобто матеріальні інвестиції в мотиваційні заходи щодо персоналу повинні окупатися і бути менші ніж прибуток, що отримано за рахунок підвищення продуктивності праці.

- Соціально-психологічні - базуються на психологічному та соціологічному впливі на окремих співробітників, колектив чи групу працівників.

В останній час все більшу увагу підприємства приділяють інноваційним методам управління персоналом, які активно почали використовуватися ще на початку ХХ ст. зарубіжними компаніями. На вітчизняних підприємствах подібна практика лише набуває популярності.

Інноваційні методи управління персоналом - це нововведення в систему управління персоналом, які є системними та включають спектр методів, процесів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності працівників [14].

На рис. 1. автором представлено сукупність методів управління персоналом.

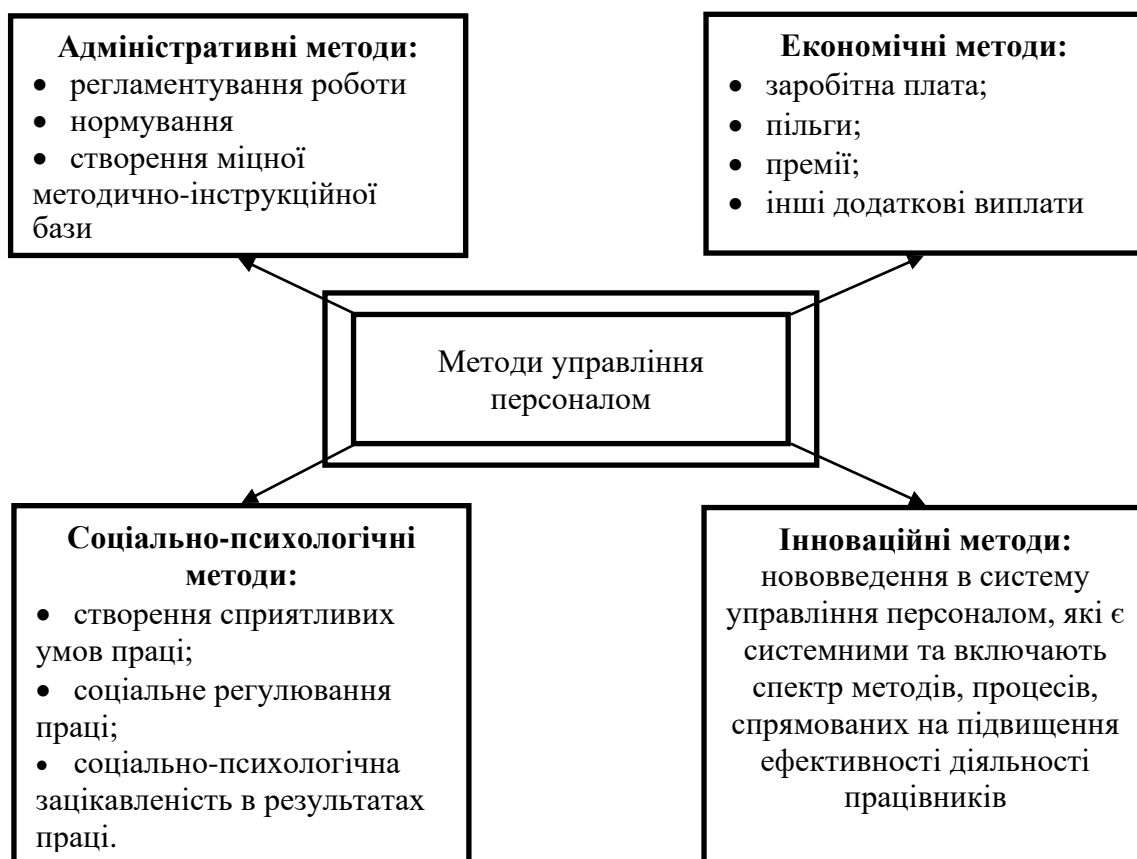


Рис. 1. Сукупність методів управління персоналом

Джерело: сформовано автором за даними джерел [13, 14]

Інноваційні методи управління персоналом впроваджуються на підприємства для вирішення наступних завдань:

- визначати потребу в персоналі відповідно до стратегії розвитку підприємства;
- створювати резерв потенційних працівників, підбирати кандидатів;
- оформляти трудові відносини, супутню документацію;
- оцінювати персонал підприємства;
- своєчасно підвищувати та звільняти працівників залежно від результатів праці;
- формувати систему оплати праці та систему мотивації;
- навчати та підвищувати кваліфікацію працівників.

Узагальнюючи вищесказане, можна виділити такі основні сфери впровадження інноваційних методів управління персоналом:

- підбір персоналу – забезпечення підприємства професійними кадрами;
- оцінка діяльності - оцінка результативності праці;
- навчання – підвищення кваліфікації персоналу, виявлення його потенціалу;
- мотивація персоналу - застосування системи винагород;
- управління кар'єрою.

Для забезпечення впровадження інноваційних методів в зазначені сфери управління персоналом необхідно застосовувати диференційовані підходи та стилі управління для різних груп працівників. Для вибору певних дій чи процедур застосовують персонал-технології або технології управління персоналом.

В сучасних дослідженнях під персонал-технологією розуміють механізм взаємодії керівників усіх рівнів управління зі своїм персоналом із метою ефективного використання тих обмежених економічних ресурсів, що є на виробництві, насамперед робочої сили, трудового потенціалу всіх категорій працівників [15]. Такі технології визначають послідовність взаємопов'язаних дій, трудових відносин між співробітниками і підрозділами підприємства, управлінські дії щодо конкретного працівника [15].

Традиційно виділяють наступні персонал-технології: [3 ,14]

- персонал-технології позикової праці;
- навчальні персонал-технології;
- персонал-технології підбору та найму персоналу;
- персонал-технології підвищення ефективності роботи персоналу;
- персонал-технології контролю праці персоналу;
- інформаційні персонал-технології.

На підприємствах автомобільного транспорту існують свої особливості в управлінні персоналом підприємства. Це пов'язано з специфікою діяльності, а також головною особливістю автотранспортних підприємств - транспортним процесом. Його особливістю є відірваність екіпажу транспортних засобів, які виконують вантажні або пасажирські перевезення, від системи управління, тому основний виробничий процес відбувається поза підприємством.

Вимоги до персоналу підприємств автомобільного транспорту визначені ЗУ «Про автомобільний транспорт» ст. 17. Згідно з ним персонал автомобільного транспорту повинен відповідати наступним вимогам:

- мати необхідний рівень професійної кваліфікації;
- забезпечувати якісне та безпечне надання послуг автомобільного транспорту з перевезення пасажирів чи вантажів;
- ввічливо та уважно реагувати на звернення і скарги споживачів послуг автомобільного транспорту.

Основні вимоги законодавства висуваються саме до водіїв, бо ця категорія працівників безпосередньо бере участь у виробничому процесі та відповідає за безпеку руху, пасажирів тощо. Таким чином підготовка, атестація

та підвищення кваліфікації водіїв транспортних засобів здійснюють у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

У загальному вигляді структура та категорії персоналу підприємств автомобільного транспорту відповідає типовій і містить дві складові:

- промислово-виробничий персонал: основні робочі (водії, кондуктори та ремонтні робітники), допоміжні робочі (робітники, зайняті обслуговуванням обладнання робочих місць); інженерно-технічні працівники (працівники, які здійснюють технічне, організаційне та економічне керівництво виробничим процесом); службовці (працівники, що займають адміністративно-господарські посади); обслуговуючий персонал; працівники охорони; учні.

- непромисловий персонал - працівники, зайняті у ЖКГ та на основних засобах культурно-побутового призначення.

Доцільно зазначити, що на підприємствах автомобільного транспорту водії складають найбільшу питому вагу чисельності персоналу - 65-70%.

Узагальнюючи аналіз досліджень інноваційних методів управління персоналом, персонал-технологій та специфіки діяльності підприємств автомобільного транспорту, автором удосконалено їх систематизацію та визначено можливість використання на підприємствах автомобільного транспорту (табл. 1).

Впровадження інноваційних персонал-технологій неможливе без комплексної моделі їх впровадження в систему управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту (рис. 2).

Розроблена модель впровадження персонал-технологій в систему управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту безпосередньо залежить від ступеню та якості комунікацій підприємства із зовнішнім середовищем. Розроблена модель враховує методи та принципи управління персоналом та передбачає імплантацію нових інноваційних методів до існуючої системи управління персоналом.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, в дослідженні автором удосконалено систематизацію інноваційних персонал-технологій та визначені особливості їх використання на підприємствах автомобільного транспорту; запропоновано модель впровадження персонал-технологій в систему управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту. Розроблені автором рекомендації дозволять підприємствам автомобільного транспорту сформуванню інноваційну систему управління персоналом та впроваджувати ефективний інструментарій розвитку персоналу.

**Систематизація інноваційних персонал-технологій та особливості використання на підприємствах
автомобільного транспорту**

Персонал-технологія	Характеристика	Особливості використання на ПАТ	Категорія працівників ПАТ
1	2	3	4
<i>Підбір та наймання персоналу</i> Персонал-технології залучення зовнішнього персоналу			
Аутсорсинг	Залучення до роботи підприємства зовнішніх фахівців для реалізації окремих функцій	На підприємствах АТ можуть бути передані зовнішнім спеціалістам наступні види діяльності: створення сайтів, реклама, клінінг приміщень, підбір персоналу, техобслуговування рухомого складу, робота з бухгалтерією та інші. Працівники спеціалізованих підприємств можуть виконувати ці функції краще або швидше.	юридичні працівники; бухгалтерія; ремонтні робітники; прибиральники; кур'єри; працівники охорони та ін.
Аутстафінг	Оренда спеціаліста, що працює у компанії-підрядника для роботи у проєкті в компанії-замовника.	На підприємствах АТ аутстафінг може використовуватися при процесі прийому іноземних фахівців, тоді проблеми, пов'язані з документацією, перейдуть на посередницьку компанію; при залученні тимчасових працівників, при цьому не виплачуючи їм вихідної допомоги. При цьому підприємство платить компанії-підряднику за послуги аутстафінгу за контрактом, а він, у свою чергу, платить зарплату фахівцю.	іноземні спеціалісти, тимчасовий штат
Лізинг персоналу	Технологія, що дає можливість забезпечити бізнес-процес підприємства необхідними працівниками, використовуючи послуги сторонньої організації.	Традиційно лізинг персоналу використовують підприємства, діяльність яких пов'язана з сезонними коливаннями. Для підприємств АТ може використовуватися для адміністративного персоналу.	бухгалтер, фінансовий аналітик
<i>Персонал-технології залучення внутрішнього персоналу</i>			
Хедхантинг	Пошук та підбор персоналу кадровими агентствами ключових та рідкісних, як за спеціальністю, так і за рівнем професіоналізму фахівців, як правило у підприємствах-конкурентів	За допомогою хедхантингу підприємства АТ можуть отримати найуспішніших топ-менеджерів і рідкісних фахівців. Але використання цього методу обмежуються його великою вартістю.	бухгалтер, юрист, керівник підприємства та фахівці вузьких профілів

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Рекрутинг	Пошук та підбор персоналу кадровими агентствами фахівців середньої ланки, використовуючи наявні бази кандидатів.	Підбір персоналу на підприємствах АТ може здійснюватися за допомогою спеціально навченої людини, яка швидко знайде правильного кандидата. За допомогою агентств підприємство не просто знайдуть кандидата, а й оцінить професійні якості майбутнього співробітника.	бухгалтер, юрист, керівник підприємства та фахівці вузьких профілів
Скринінг	Пошук та підбор персоналу кадровими агентствами допоміжного та обслуговуючого персоналу нижньої ланки.	Кадрові агентства передають резюме кандидатів замовнику, який сам приймає рішення щодо відбору персоналу	ремонтні робітники; прибиральники; кур'єри; працівники охорони; водії та інші
<i>Оцінка та атестація персоналу</i> Персонал-технології контролю персоналу			
Таємний покупець	Спостереження за діяльністю персоналу, проводиться підготовленою особою в якості клієнта. Дає можливість встановити ступінь дотримання працівниками правил і норм під час здійснення професійних обов'язків.	На підприємствах АТ оцінка персоналу за допомогою методу таємного покупця може використовуватися для працівників, які безпосередньо взаємодіють зі споживачами. Цей метод набуває все більшої популярності завдяки його ефективності та невеликій вартості.	ремонтні робітники, водії, диспетчери, кондуктори
Автоматизація інформаційної системи управління персоналом	Впровадження певного програмного забезпечення, використання якого дає можливість автоматизувати і вдосконалювати процеси управління персоналом	На підприємствах АТ забезпечується автоматизацією основних функцій управління персоналом, ведення кадрового обліку, забезпечення інформаційних потреб, нарахування заробітної плати, управління і функції обліку в бізнесі, а також для ефективного прийняття управлінських рішень.	всі категорії працівників
Атестація водіїв транспортних засобів	Атестація та підвищення кваліфікації водіїв транспортних засобів здійснюють у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.	Підприємства автомобільного транспорту обов'язково в своїй діяльності: підбирають водіїв, планують підготовку і перепідготовку, організовують і проводять технічне навчання, забезпечують періодичне медичне обстеження водіїв, беруть участь у роботі атестаційної комісії і т.п.	водії

1	2	3	4
<i>Навчання та підвищення кваліфікації персоналу</i> Персонал-технології розвитку персоналу			
Тренінги	Метод навчання за допомогою проведення тренінгів на відпрацювання навиків	Впроваджуються на підприємства АТ за допомогою опрацювання інформацію та вправ. Може застосовуватися для розвитку навиків для невеликої групи осіб.	всі категорії працівників
Самонавчання	Навчання в індивідуальному порядку	На підприємствах АТ можуть впроваджуватися шляхом індивідуального підходу за умови стимулювання навчання з використанням різноманітних матеріалів: книг, документації, аудіо-, відео- і мультимедійних програм.	всі категорії працівників
Коучинг	Навчання або підвищення кваліфікації шляхом наставництва або консультування менш досвідченого працівника більш досвідченим в процесі їх взаємодії.	Підприємства автомобільного транспорту можуть використовувати цей метод як ефективний інструмент особистого розвитку, який допомагає реалізації внутрішнього потенціалу людини.	всі категорії працівників
E-learning	Метод дистанційного навчання з використанням відео уроків, комп'ютерних лекцій, вправ, електронних книг.	На підприємствах АТ може використовуватися як дієвий метод підвищення кваліфікації. В останній час цей метод надуває все більшої популярності в зв'язку з карантинними заходами.	всі категорії працівників
Кейс Стаді	Метод навчання з використанням інтерактивних технологій менеджерів на основі бізнес-ситуацій.	Основою метою впровадження в діяльність підприємств АТ є здобуття навичок щодо аналізу інформації, систематизації її для вирішення поставлених завдань, виявляти проблеми та знаходити оптимальні управлінські рішення.	економічне керівництво; працівники, що займають адміністративно-господарські посади
Підвищення кваліфікації водіїв транспортних засобів	Підвищення кваліфікації водіїв транспортних засобів здійснюють у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.	Підприємства автомобільного транспорту обов'язково в своїй діяльності: підбирають водіїв, планують підготовку і перепідготовку, організують і проводять технічне навчання, забезпечують періодичне медичне обстеження водіїв, беруть участь у роботі атестаційної комісії і т.п.	водії

Продовження табл. 1

1	2	3	4
<i>Управління кар'єрою персоналу</i> Персонал-технології розвитку персоналу			
Secondment	Своєрідний вид ротації, що передбачає тимчасове переміщення працівника на інше місце роботи, в інший підрозділ підприємства з подальшим поверненням до виконання попередніх обов'язків.	Метод ротації є ефективним методом навчання та управління діловою кар'єрою працівника на підприємствах АТ. Оскільки адміністративні працівники повинні бути в курсі усіх виробничих процесів підприємства, особливостей транспортного процесу для ефективного керування ними.	економічне керівництво; працівники, що займають адміністративно-господарські посади
Розробка та застосування кар'єраграм	Одна з функцій управління персоналом підприємства. Визначає майбутній розвиток працівника, етапи досягнення визначених цілей та просування по службі.	Реалізується на підприємствах АТ шляхом складання професіограма (кар'єрограма), яка представляє собою перелік позицій поступового розвитку працівника і шлях, який він повинен пройти для того, щоб одержати необхідні знання, досвід, оволодіти потрібними навичками не тільки для ефективної роботи за даною посадою, а й для підготовки просування на вищу посаду.	всі категорії працівників
<i>Мотивація персоналу</i> Персонал-технологія стимулювання персоналу			
Внутрішній маркетинг	Маркетингові інструменти щодо управління персоналом	Полягають у формуванні, стимулюванні, координуванні персоналу підприємств автомобільного транспорту з метою забезпечення задоволення споживача через процес взаємодії з клієнтоорієнтованим працівником, який розуміє своє місце у досягненні стратегічної мети діяльності підприємства	всі категорії працівників
Застосування преміального фонду	Вплив на працівників з використанням матеріальних ресурсів	Заробітна плата; пільги; премії; інші додаткові виплати	всі категорії працівників
<i>Ефективність діяльності працівників</i> Персонал-технологія формування ефективної діяльності			
Реінженеринг	Впровадження на підприємство системи управління за допомогою бізнес-процесів підприємства для отримання істотних ефектів.	Впровадження в діяльність АТ буде сприяти підвищенню ефективності управління персоналом за рахунок впровадження процесів та показників роботи з персоналом	всі категорії працівників

Джерело: сформовано автором за даними джерел [1-15]

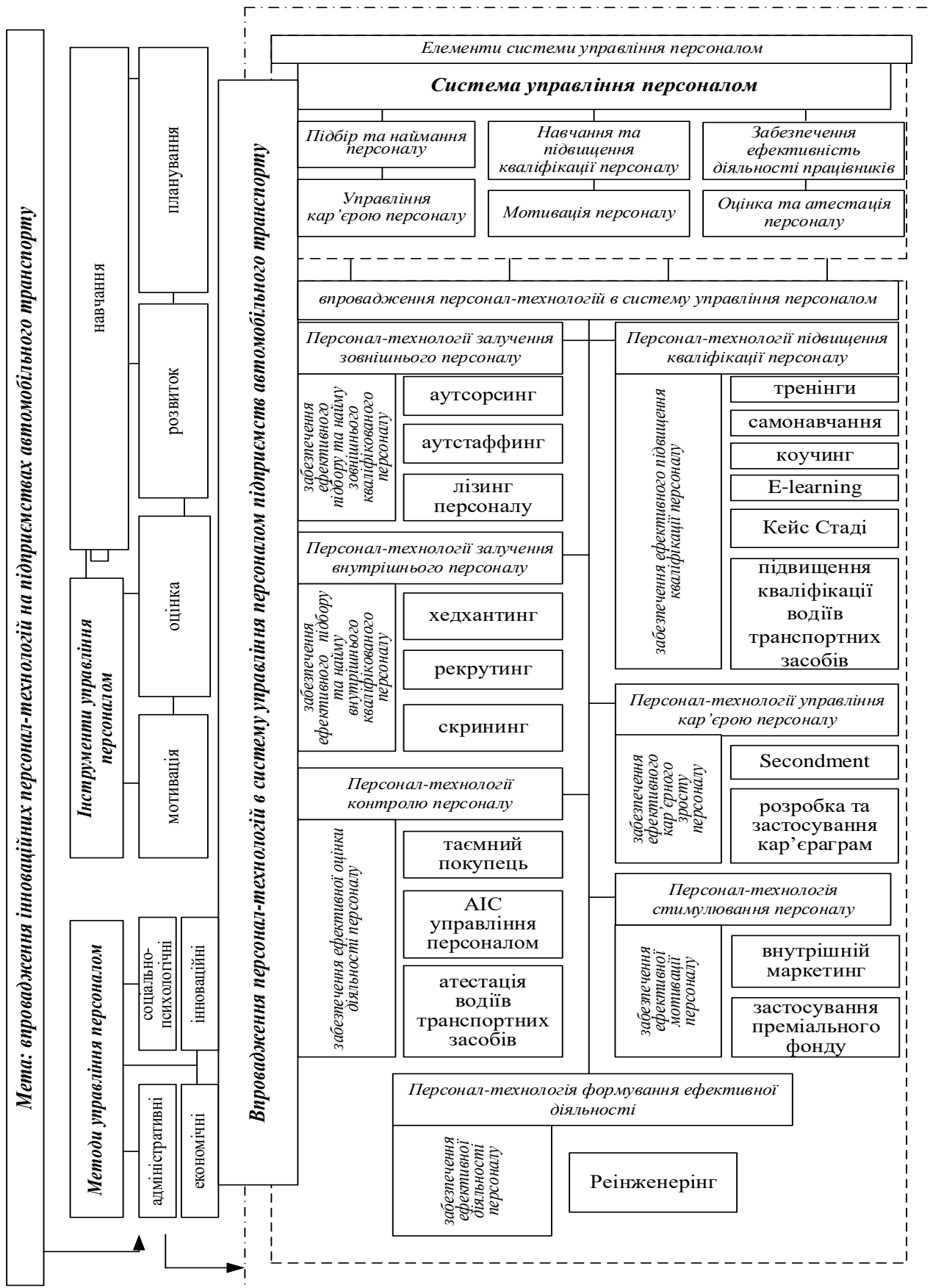


Рис. 2. Модель впровадження персонал-технологій в систему управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту

Джерело: розробка автора

Перелік посилань

1. Дикань В. Л., Заєць Г. П. Забезпечення ефективності менеджменту промислових підприємств на засадах управління витратами на персонал. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 297 - 305. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetrp_2018_62_40 (дата звернення: 10.09.2021).
2. Калініченко Л. Л. Нові вимоги до управління персоналом в умовах економіки знань. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 38. С. 52 - 53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetrp_2012_38_60 (дата звернення: 10.09.2021).
3. Устіловська А. С. Формування інноваційних методів управління персоналом у розрізі прагматичного підходу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2019. № 20. Т. 4. С. 100-108.
4. Смачило В. В. Новітня парадигма та методологічні засади управління кадровим потенціалом підприємств транспорту: монографія. Харків: ФОП Панов А.М., 2019. 390 с.
5. Liker, J. K. *The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer*. 1st Edition. McGraw-Hill Education, 2020. 448 p.
6. Nikon Sustainability Report 2017. P. 54–56. URL: <http://www.nikon.com/about/sustainability/labor/hr-management.pdf>. (дата звернення: 12.09.2021).
7. McDonald's case study: веб-сайт. URL: <http://cmsnew.pdst.ie/sites/default/files/McDonalds%20case%20study.pdf>. (дата звернення: 12.09.2021).
8. Microsoft Corporation. Human Resources Management Self Service Suite. Canadian Release. 2008. URL: <https://mbs.microsoft.com/downloads/public/BP10Docs/HRMCanadianRelease.pdf> (дата звернення: 12.09.2021).
9. Procter & Gamble Digitizes its Talent Management Processes through Customized Talent by Design Solutions. URL: https://www.accenture.com/t20150523T042743__w__/lv-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Industries_2/Accenture-Procter-Gamble-Digitizes-Talent-Management-Processes-Design-Solutions.pdf. (дата звернення: 12.09.2021).
10. Apple. Recruitment and selection. URL: <http://applecorporate.weebly.com/recruitment-and-selection.html> (дата звернення: 12.09.2021).
11. The Adidas group: supplier training programs. URL: http://intobusiness.weebly.com/uploads/5/2/8/9/5289726/adidas_group_csr_case_study_july_2011.pdf (дата звернення: 12.09.2021).
12. Турбота про співробітників. URL: <https://kyivstar.ua/uk/about/responsibility/employees#> (дата звернення: 12.09.2021).

13. Пожуєва Т. А. Инновационные методы управления персоналом. *Buletinul Științific al Universității de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul. Științe Economice*. №. 1 (13). 2015. P. 132-139.

14. Продан І. О. Становлення системи управління персоналом підприємства на інноваційних засадах. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 776. С. 61-66.

15. Лизунова О. М., Іщенко Я. Г., Кондрашова Г. В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 448-456.

References

1. Dykan', V. L. (2018). Ensuring the efficiency of management of industrial enterprises on the basis of personnel cost management [Zabezpechennia efektyvnosti menedzhmentu promyslovykh pidpriemstv na zasadakh upravlinnia vytratamy na personal], *Bulletin of Transport Economics and Industry*, No. 62, P. 297—305, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2018_62_40 (last accessed 10.09.2021).

2. Kalinichenko, L. L. (2012). New requirements for personnel management in a knowledge economy [Novi vymohy do upravlinnia personalom v umovakh ekonomiky znan], *Bulletin of Transport Economics and Industry*, No. 38, P. 52 - 53, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2012_38_60 (last accessed 10.09.2021).

3. Ustilovska, A. S. (2019). Formation of innovative methods of personnel management in terms of praxeological approach. [Formuvannia innovatsiinykh metodiv upravlinnia personalom u rozrizi prakseolohichnoho pidkhodu], *Economic Journal of the Lesia Ukrainka East European National University*, No. 20, Vol. 4, P. 100-108.

4. Smachylo, V. V. (2019). *The latest paradigm and methodological principles of human resources management of transport enterprises [Novitnia paradyhma ta metodolohichni zasady upravlinnia kadrovym potentsialom pidpriemstv transportu]: monograph*, Kharkiv: FOP Panov A.M., 390 p.

5. Liker, J. K. (2020). *The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer*. 1st Edition. McGraw-Hill Education, 448 p.

6. Nikon Sustainability Report (2017). P. 54–56, available at: <http://www.nikon.com/about/sustainability/labor/hr-management.pdf>. (last accessed 12.09.2021).

7. *McDonald's case study*: website, available at: <http://cmsnew.pdst.ie/sites/default/files/McDonalds%20case%20study.pdf>. (last accessed 12.09.2021).

8. Microsoft Corporation (2008). *Human Resources Management Self Service Suite*. Canadian Release, available at: <https://mbs.microsoft.com/downloads/public/BP10Docs/HRMCanadianRelease.pdf>. (last accessed 12.09.2021).

9. Procter & Gamble Digitizes its Talent Management Processes through Customized Talent by Design Solutions, available at: https://www.accenture.com/t20150523T04274-3__w__/lv-

en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Industries_2/Accenture-Procter-Gamble-Digitizes-Talent-Management-Processes-Design-Solutions.pdf. (last accessed 12.09.2021).

10. Apple. Recruitment and selection, available at: <http://applecorporate.weebly.com/recruitment-and-selection.html> (last accessed 12.09.2021).

11. The Adidas group: supplier training programs, available at: http://intobusiness.weebly.com/uploads/5/2/8/9/5289726/adidas_group_csr_case_study_july_2011.pdf (last accessed 12.09.2021).

12. Caring for employees [Turbota pro spivrobotnykiv], available at: <https://kyivstar.ua/uk/about/responsibility/employees#> (last accessed: 12.09.2021).

13. Pozhueva, T. A. (2015). Innovative methods of personnel management [Innovatsionnye metody upravleniya personalom], *Buletinul Științific al Universității de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul. Științe Economice*, No. 1(13), P. 132-139.

14. Prodan, I. O. (2013). Formation of the personnel management system of the enterprise on an innovative basis [Stanovlennia systemy upravlinnia personalom pidpriemstva na innovatsiinykh zasadakh], *Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development*, No. 776, P. 61-66.

15. Lyzunova, O. M., Ishchenko, Ya. H., Kondrashova, H. V. (2018). Use of innovative methods of personnel management of the enterprise [Vykorystannia innovatsiinykh metodiv upravlinnia personalom pidpriemstva], *Economy and society*, No. 14, P. 448-456.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 331.108.2; JEL Classification: M12

Дмитрієв І.А., ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Мета. Формування практичних рекомендацій щодо застосування інноваційних персонал-технологій на підприємствах автомобільного транспорту. **Методика дослідження.** Теоретичною і методологічною основою є праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, в яких розглядаються питання інноваційного інструментарію щодо управління персоналом підприємств. В роботі використано методи узагальнення та абстрагування; метод аналізу і синтезу. **Результати дослідження.** В умовах сучасної ринкової економіки, що характеризується динамічністю, турбулентністю та невизначеністю для підтримання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств особлива увага повинна приділятися формуванню ефективної системи управління персоналом. Не зважаючи на великий досвід управління персоналом, застарілі методи не приносять відчутний ефект. Тому постає завдання в дослідженні та впровадженні нових інноваційних методів управління персоналом. Автором проведено аналіз останніх досліджень за

напрямом інноваційних методів управління персоналом, а також розглянуто досвід практичного їх використання на провідних підприємствах світу та України. Визначено, що інноваційні методи управління персоналом - це нововведення в систему управління персоналом, які є системними та включають спектр методів, процесів, спрямованих на підвищення ефективності діяльності працівників. Для забезпечення впровадження інноваційних методів в систему управління персоналом необхідно застосовувати диференційовані підходи та стилі управління для різних груп працівників, що досягається за допомогою персонал-технологій. В статті розкрито особливості в забезпеченні управління персоналом підприємств автомобільного транспорту. Головною специфікою діяльності, а також головною особливістю автотранспортних підприємств визначено транспортний процес, який відбувається поза межами підприємства. На основі проведеного дослідження інноваційних методів управління персоналом, персонал-технологій та специфіки діяльності підприємств автомобільного транспорту, автором удосконалено їх систематизацію та визначено можливість використання на підприємствах автомобільного транспорту. Розроблена модель впровадження персонал-технологій в систему управління персоналом на підприємствах автомобільного транспорту. **Наукова новизна.** Розроблені рекомендації щодо використання інноваційних персонал-технологій на підприємствах автомобільного транспорту. **Практична значущість.** Запропоновані в статті теоретичні висновки, підходи і рекомендації можуть бути використані для розроблення інноваційної системи управління персоналом підприємства та дозволять сформулювати ефективний інструментарій розвитку персоналу.

Ключові слова: управління персоналом; інноваційні методи управління персоналом; персонал-технології; підприємства автомобільного транспорту; ефективність діяльності.

УДК 331.108.2; JEL Classification: M12

Дмитриев И.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Цель. Формирование практических рекомендаций по применению инновационных персонал-технологий на предприятиях автомобильного транспорта. **Методика исследования.** Теоретической и методологической основой являются труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, в которых рассматриваются вопросы инновационного инструментария по управлению персоналом предприятий. В работе использованы методы обобщения и абстрагирования; метод анализа и синтеза. **Результаты исследования.** В условиях современной рыночной экономики, характеризующейся динамичностью, турбулентностью и неопределенностью для поддержания конкурентоспособности отечественных предприятий, особое внимание должно уделяться формированию эффективной системы управления персоналом. Несмотря на большой опыт управления персоналом, устаревшие методы не приносят ощутимого эффекта. Поэтому возникает задача в

исследовании и внедрении новых инновационных методов управления персоналом. Автором проведен анализ последних исследований по направлению инновационных методов управления персоналом, а также рассмотрен опыт практического их использования на ведущих предприятиях мира и Украины. Определено, что инновационные методы управления персоналом – это нововведения в систему управления персоналом, которые являются системными и включают в себя спектр методов, процессов, направленных на повышение эффективности деятельности работников. Для обеспечения внедрения инновационных методов в систему управления персоналом необходимо применять дифференцированные подходы и стили управления для разных групп работников, что достигается с помощью персонал-технологий. В статье раскрыты особенности обеспечения управления персоналом предприятий автомобильного транспорта. Главной спецификой деятельности, а также главной особенностью автотранспортных предприятий определен транспортный процесс, происходящий вне предприятия. На основе проведенного исследования инновационных методов управления персоналом, персонал-технологий и специфики деятельности предприятий автомобильного транспорта, усовершенствована их систематизация и определены особенности использования на предприятиях автомобильного транспорта. Разработана модель внедрения персонала-технологий в систему управления персоналом на предприятиях автомобильного транспорта. **Научная новизна.** Разработаны рекомендации по использованию инновационных персонал-технологий на предприятиях автомобильного транспорта. **Практическая значимость.** Предложенные в статье теоретические выводы, подходы и рекомендации могут использоваться для разработки инновационной системы управления персоналом предприятия и позволят сформировать эффективный инструментарий развития персонала.

Ключевые слова: управление персоналом; инновационные методы управления персоналом; персонал-технологии; предприятия автомобильного транспорта; эффективность деятельности

УДК 331.108.2; JEL Classification: M12

Dmytriiev I. A. INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AT MOTOR TRANSPORT ENTERPRISES

Purpose: The goal is formation of practical recommendations for the use of innovative human resource technologies at road transport enterprises. **Methodology of research.** The theoretical and methodological basis is the works of leading domestic and foreign scientists, which address the issues of innovative tools for enterprise human resource management. The following methods are used in the work: the method of generalization and abstraction; the method of analysis and synthesis. **Findings.** In today's market economy, characterized by dynamism, turbulence and uncertainty, special attention should be paid to the formation of an effective human resource management system in order to maintain the competitiveness of domestic enterprises. Despite extensive experience in human resource management, outdated methods do not bring tangible effect. Therefore, the task of the study is set to

implement new innovative methods of human resource management. The author analyzes the latest research in the field of innovative methods of human resource management and considers the experience of their practical use in the leading companies of the world and in Ukraine. It is determined that innovative methods of human resource management are innovations in the human resource management system, which are systemic and include a range of methods and processes aimed at improving the employees' efficiency. To ensure the introduction of innovative methods in the human resource management system, implementation of differentiated approaches and management styles for different groups of employees is necessary, which is done through human resource technologies. The article reveals the peculiarities of providing human resource management of road transport enterprises. On the basis of the conducted research of innovative methods of human resource management, human resource technologies and specific nature of activity of motor transport enterprises, the author has improved their systematization and determined the possibility of their implementation at the enterprises of motor transport. The model of introduction of human resource technologies in the human resource management system at the motor transport enterprises is developed. **Originality.** Recommendations for the use of innovative human resource technologies in road transport enterprises are developed. **Practical value.** The theoretical conclusions, approaches and recommendations offered in the article can be used for development of innovative system of human resource management at the enterprise and will allow shaping effective tools for human resource development.

Key words: human resource management; innovative methods of human resource management; human resource technologies; road transport enterprises; efficiency of activity.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Дмитрієв Ілля Андрійович – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, проректор з наукової роботи, м. Харків, Україна; e-mail: dmitriev.khnadu@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8693-3706>. Моб. 050-587-97-66.

Дмитриев Илья Андреевич – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки и техники Украины, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, проректор по научной работе, г. Харьков, Украина.

Dmytriiev Illia – DSci in Economics, Professor, Honored Science and Technology Figure of Ukraine, Kharkov National Automobile and Highway University, Vice-rector for scientific work, Kharkiv, Ukraine.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Кирчата І.М., канд. екон. наук, доцент

Деділова Т.В., канд. екон. наук, доцент

Шершенюк О.М., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Швидкоплинні зміни та постійні трансформації, що відбуваються в ринковій економіці, досить жорстко диктують представникам торговельного підприємництва свої вимоги, тим самим обумовлюють необхідність постійно удосконалюватись та змінювати концепцію управління тобто бути стратегічно орієнтованими.

Стратегічне управління процесом розвитку торговельного підприємництва потребує використання не тільки накопиченого досвіду та розроблених підходів, а й актуалізує питання застосування перспективних та ефективних методів, які ґрунтуються на здобутках сучасних наукових досліджень у сфері підтримки прийняття стратегічних рішень.

Слід відзначити, що зростаюча роль та набуття все більшої пріоритетності для ринкової економіки з боку суб'єктів торговельного підприємництва не зменшує їх відповідальності перед споживачами, а навпроти вимагає проводити подекуди кардинальні зміни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мінливість умов функціонування на ринку, що супроводжується підвищеним рівнем ризику та невизначеністю, вимагає від суб'єктів торговельного підприємництва використання стратегічного підходу до управлінської діяльності, як передумову забезпечення не тільки швидкого комерційного успіху, але й визначення стратегічного орієнтиру розвитку.

Теоретичні і практичні наробки щодо стратегічного управління та розвитку суб'єктів торговельного підприємництва, а також питання визначення найбільш ефективного методу їх застосування, висвітлено у наукових працях таких вчених: Ансофф І., Круглов М.І., Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж., Балабанова Л.В., Бланк І.О., Бутинець Ф.Ф., Виноградська А.М., Войчак А.В., Лігоненко Л.А., Лагутіна В.Д., Мазаракі А.А., Мних Є.В., Орлов О.О., Радченко К.І., Ференц І.Д. та ін.

Торговельне підприємство – це господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення та виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання додаткових послуг [1].

Окреме торговельне підприємство слід розглядати як самостійний, господарюючий статутний суб'єкт, який, маючи права юридичної особи, здійснює торговельно-комерційну, подекуди й власну виробничу, а також дослідницьку діяльність задля одержання відповідного прибутку (доходу) [2].

В Державному класифікаторі видів економічної діяльності в Україні (КВЕД) та «Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» існуючі форми торговельного підприємництва об'єднано в секцію G «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів», а сам процес здійснення торговельної діяльності має відповідати ряду вимог з боку законодавчої бази [3, 4].

Статистичні дані свідчать, що зберігаються тенденції постійного зростання кількості суб'єктів торговельного підприємництва, які здебільшого й забезпечують рівень добробуту суспільства, тим самим обумовлюючи визнання останніх як пріоритетного напрямку державної політики підтримки.

Специфічність торговельної діяльності розкривається через галузеву приналежність, а тому для кожного суб'єкта торговельного підприємництва притаманне чітко виражене цільове призначення, єдність матеріально-речової, торгово-технологічної та організаційно-економічної структур [4].

Сьогодні здебільшого діяльність підприємств торговельної діяльності, що досліджувалися, характеризується:

- відсутністю дієвої стратегії розвитку та орієнтацією на короткострокові результати;
- відсутністю прогресивної матеріально-технічної бази, яка не відповідає сучасним вимогам та пояснюється помірною конкуренцією в цій сфері діяльності, яка дає можливість економити та не витратити кошти на переустаткування, модернізацію, впровадження прогресивних технологій;
- вітчизняна інфраструктура підприємств торговельної посередницької діяльності не задовольняє зростаючий попит суб'єктів ринку та вимагає уваги з боку інвесторів;
- оптова торгівля, у тому числі й торговельна посередницька діяльність, як складова економічної системи країни вимагає інноваційного підходу до визначення її ролі та функцій у народногосподарському комплексі, а відповідно, і визначеної державної програми розвитку [5].

Невирішені складові загальної проблеми. З огляду на те, що особливістю торговельного підприємництва є безпосередні економічні взаємовідносини з гуртовими та роздрібними споживачами товарів (робіт/послуг), то власне саме суб'єкти торговельного підприємництва й мають вирішувати питання щодо:

- визначення стратегічних цілей діяльності;
- вибору стратегічних зон господарювання та формування стратегічного товарного портфеля;
- визначення політики ціноутворення;
- диверсифікації діяльності;

- формування ефективних системи комунікації з партнерами;
- мінімізації ризиків збутової діяльності та ін.

Формулювання цілей статті. Розробка та реалізація ефективної стратегії розвитку, будучи перспективно-орієнтованим етапом процесу комерційної діяльності торговельного підприємства, стає підґрунтям для набуття довгострокових конкурентних переваг і максимізації прибутку, а тому залишається надалі актуальною проблемою та виступає основною метою в даному дослідженні.

Викладення основного матеріалу дослідження. У системі стратегічних орієнтирів важливу роль відіграють економічні напрями, безпосередньо пов'язані зі зростанням ринкової вартості підприємства або отриманням максимально можливого прибутку, які мають стати гарантійною умовою самофінансування діяльності в перспективі.

Торговельні підприємства в своїй господарській діяльності мають встановлювати такі стратегічні орієнтири:

- розробляти стратегії активної взаємодії та взаємозв'язку зі споживачами для посилення цільової орієнтації;
- оптимізувати стратегію управління конкурентним потенціалом та виявлення його резервів;
- вдосконалювати стратегію управління збутовими ризиками задля адекватної та своєчасної адаптації до очікувань ринкового середовища.

Крім того, стратегічні орієнтири торговельних підприємств мають ґрунтуватися на розробці довгострокових програм створення оптимального асортименту товарів/послуг та його оновлення, зорієнтованого на обраний цільовий ринок, з урахуванням змін кон'юнктури споживчого попиту та наявного ресурсного потенціалу підприємства [5].

З метою покращення торговельної діяльності підприємств доцільно приділяти увагу таким аспектам: система факторів які впливають на торговельну діяльність підприємств; технології оцінювання попиту на продукцію; формування стратегії розвитку; методи досягнення стратегічних цілей підприємства [6].

В свою чергу, стратегічними напрямками структурної переорієнтації торговельної діяльності суб'єктів торговельного підприємництва мають стати:

- процес утворення об'єднань різних видів – корпоративних і франчайзингових торговельних мереж, торгово-промислових корпорацій, оптово-роздрібних торговельних мереж;
- забезпечення ефективного державного і приватного партнерства, орієнтованого на інтереси споживачів [7].

Стратегія розвитку – це довгостроковий план, який поєднує основні етапи процесу стратегічного управління та систему заходів із забезпечення найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, виявлення резервів та розвитку конкурентного потенціалу.

Стратегії розвитку підприємства можна поділити на дві групи: активні стратегії та пасивні стратегії.

Активні стратегії передбачають:

- швидкі дії підприємства, орієнтовані на зміну ситуації на ринку, та намагання випередити головних конкурентів;
- гнучкість усіх процесів, які відбуваються на підприємстві;
- можливість інтенсивного використання всіх видів ресурсів праці, енергії, сировини і матеріалів, обладнання;
- постійний пошук і запровадження інновацій у виробничій, збутовій та управлінській діяльності.

Пасивні стратегії розвитку підприємства передбачають слідування за конкурентами, перегляд діяльності в разі виникнення такої потреби і, таким чином, є менш ризиковими і навіть можуть бути менш витратними [9].

Одними з головних властивостей стратегії розвитку мають бути адаптивність та гнучкість, які дозволять забезпечити своєчасне коригування у разі потреби та досягти намічених перспективних цілей.

Стратегія розвитку об'єкта торговельної діяльності – концепція діяльності об'єкта торговельної діяльності, орієнтована на збільшення обсягу збуту товарів/послуг та розширення торговельної мережі, що передбачає планування, втілення і контроль за процесом реалізації та доведенням до кінцевого споживача, ґрунтуючись на ефективному використанні стратегічних ресурсів і виявлених резервах конкурентного потенціалу на засадах інноваційності та клієнтоцентричності (рис.1).

Реалізація стратегії розвитку торговельного підприємства можлива за умов:

- організації ефективної системи управління та автоматизації бізнес-процесів (організація швидкого відправлення товарів, збереження постійних клієнтів та пошук перспективних сегментів, ефективний механізм управління дебіторською заборгованістю, удосконалення схеми взаємодії з посередниками, розгляд доцільності впровадження інновацій);
- клієнтоорієнтованості та дотримання стандартів корпоративної соціальної відповідальності (підтримання іміджу та репутації, налагодження довгострокових відносин та зворотного зв'язку з клієнтами/споживачами);
- забезпечення ефективної взаємодії між суб'єктами збутової діяльності торговельної мережі (підтримка безперервного збуту товарів та організація ефективного споживання).

Висновки з проведеного дослідження. Формування стратегічних орієнтирів розвитку діяльності торговельних підприємств створює умови для реалізації не тільки поточних/короткострокових цілей і завдань, але й уможливорює досягнення стратегічних в довгостроковій перспективі.

Успішність стратегії розвитку значною мірою залежить від обґрунтованості заходів реагування на зміни та очікування ринку в довгостроковій перспективі, тобто від ефективності стратегічного управління та реалізації системи заходів із забезпечення найбільш раціонального використання стратегічних ресурсів, виявлення резервів та розвитку конкурентного потенціалу торговельного підприємства.

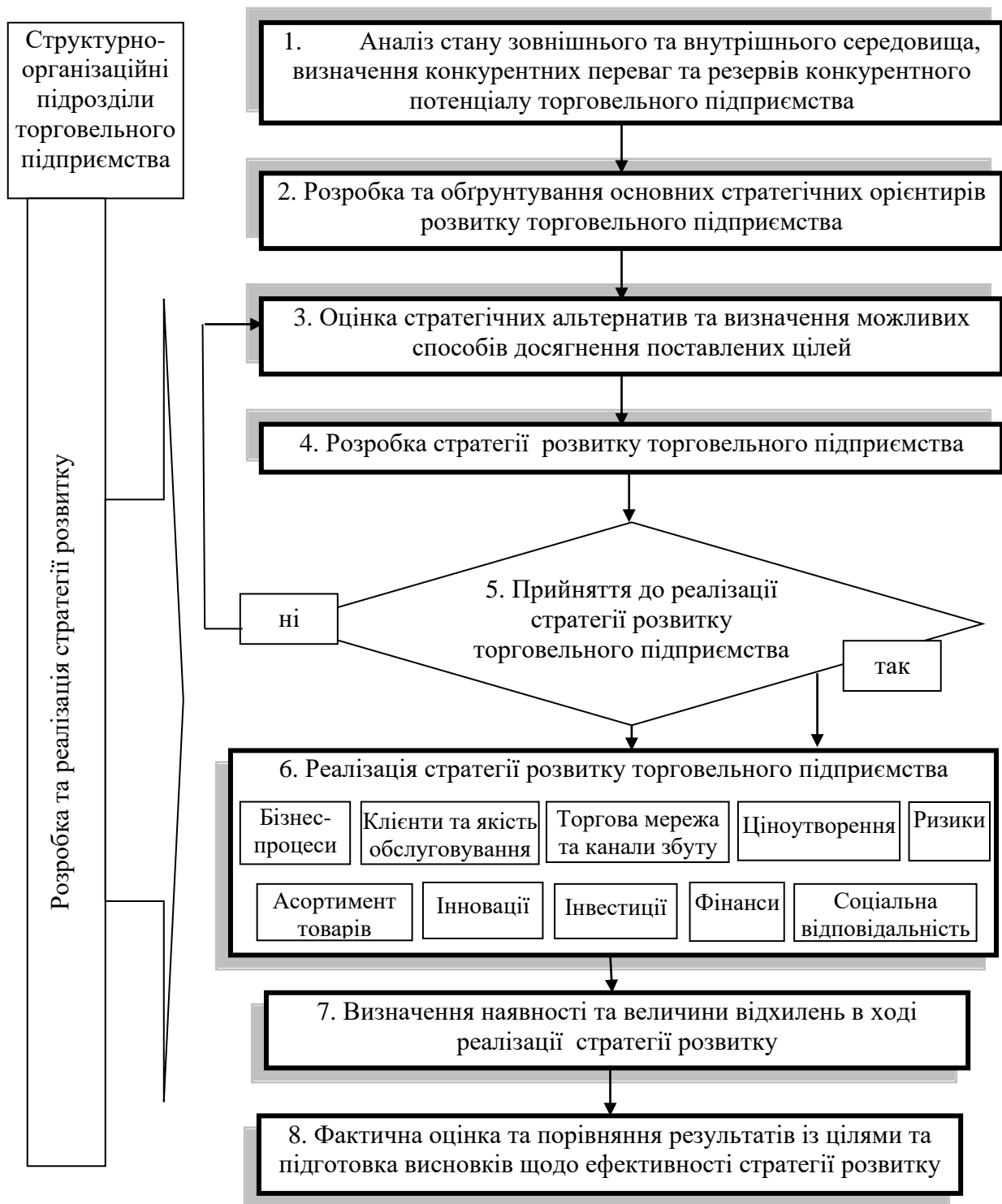


Рис. 1. Алгоритм процесу розробки та реалізації стратегії розвитку торговельного підприємства

Джерело: авторська розробка

Зважаючи на те, що стратегія розвитку закладає перспективи для торговельного підприємства та визначає його конкурентну позицію на ринку, вважаємо за необхідне проведення подальших досліджень для внесення відповідних коректив з метою удосконалення процесу стратегічного управління та економічного зростання підприємства в цілому.

Перелік посилань

1. Шиндировський І. М. Торговельне підприємництво та особливості його провадження. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2021. № 62. С.75–80.
2. Бозуленко, О. Ю. Дефініція поняття «торговельне підприємство». *Економічний аналіз: збірник наукових праць*. 2015. Том 19. № 2. С. 20–25.
3. Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009:2010 в редакції від 24.02.2020. *Офіційний сайт Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (дата звернення: 12.09.2021).
4. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів. Постанова Кабінету Міністрів України № 833-2006-п, редакція від 13.03.2019. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.09.2021).
5. Гордієнко Є. С. Діяльність торговельного підприємства в умовах трансформації податкового середовища: автореф. дис. ... канд. економ. наук: 08.00.08. Донецьк, 2011. 19 с.
6. Трішкіна Н. І. Стратегічні напрями реформування посередницької діяльності торговельних підприємств України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Випуск 6, частина 3. С.103–106.
7. Філіппов В. Ю., Несторенко А. М. Шляхи розвитку торговельних підприємств. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2014. № 2 (12). С. 203–207. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2014/No2/203-207.pdf> (дата звернення: 11.09.2021).
8. Голошубова Н. О., Кавун О. О., Торопков В. М. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія. Київ, 2014. 344 с.
9. Романченко Т. В. Маркетингова збутова стратегія торговельної мережі: дис. ... канд. економ. наук: спец. 075 – Маркетинг. Київ, 2020. 232 с.
10. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск 18. С.346–352. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/48.pdf. (дата звернення: 12.09.2021).

References

1. Shindirovsky, I. M. (2021). Trade entrepreneurship and features of its production [Torhovelne pidpriumnytstvo ta osoblyvosti yoho provadzhennia]. *Bulletin of Lviv University of Trade and Economics. Economic sciences*, № 62, P.75–80.
2. Bozulenko, O. Yu. (2015). Definition of the concept of "trading company" [Definitsiia poniattia «torhovelne pidpriumstvo»]. *Economic analysis*, Vol. 19, № 2, P. 20–25.
3. Classification of economic activities: DK 009: 2010 [Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diial'nosti: DK 009:2010 v redaktsii vid 24.02.2020] *Official site of the*

Verkhovna Rada of Ukraine, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text> (last accessed 12.09.2021).

4. About the statement of the Procedure for carrying out trade activity and rules of trade service in the market of consumer goods. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 833-2006-p [Pro zatverdzhennia Poriadku provadzhennia torhovelnoi diialnosti ta pravyl torhovelnoho obsluhovuvannia na rynku spozhyvchych tovariv] (2019, March 13). *Official site of the Verkhovna Rada of Ukraine*, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text>. (last accessed 12.09.2021).

5. Gordienko, E. S. (2011). *Activity of the trade enterprise in the conditions of transformation of the tax environment* [Diialnist torhovelnoho pidpriemstva v umovakh transformatsii podatkovoho seredovyscha]. Extended abstract of candidates thesis. Donetsk, 19 p.

6. Trishkina, N. I. (2016). Strategic directions of reforming the intermediary activity of trade enterprises of Ukraine [Stratehichni napriamy reformuvannia poserednytskoi diialnosti torhovelnykh pidpriemstv Ukrainy], *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, № 6, part 3, P.103–106.

7. Filipov, V. Y., Nestorenko, A. M. (2014). Ways of development of trade enterprises [Shliakhy rozvytku torhovelnykh pidpriemstv], *Economy: the realities of time. Scientific journal*, № 2 (12), P. 203–207, available at: <https://economics.net.ua/files/archive/2014/No2/203-207.pdf> (last accessed 11.09.2021).

8. Goloshubova, N. O., Kavun, O. O., Toropkov, V. M. (2014). *Entrepreneurial networks in trade* [Pidpriemnytski merezhi v torhivli]: monograph, Kyiv, 344 p.

9. Romanchenko, T. V. (2020). *Marketing sales strategy of the trade network* [Marketynhova zbutova stratehiia torhovelnoi merezhi]: Candidate thesis. Kyiv, 232 p.

10. Hudz, O. I. (2018). Enterprise development strategy: essence and classification [Stratehiia rozvytku pidpriemstva: sutnist ta klasyfikatsiia], *Economy and society*, 18, P.346-352, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/48.pdf. (last accessed 12.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 339.187; JEL Classification: M29

Кирчата І.М., Деділова Т.В., Шершенюк О.М. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Мета. Розробка та реалізація ефективної стратегії розвитку, будучи перспективно орієнтованим етапом процесу комерційної діяльності торговельного підприємства, виступаючи підґрунтям для набуття довгострокових конкурентних переваг і максимізації прибутку, залишається надалі актуальною проблемою та визначено основною метою в даному дослідженні. **Методика дослідження.** Теоретичною і методологічною основою є праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, в яких розглядаються питання стратегічного управління та напрями розвитку торговельних підприємств умовах мінливого зовнішнього середовища. В роботі використано методи узагальнення та абстрагування; метод аналізу і синтезу. **Результати.** Успішність стратегії розвитку значною мірою залежить від обґрунтованості заходів реагування на зміни та очікування ринку в довгостроковій перспективі, тобто від ефективності стратегічного управління та реалізації системи заходів із забезпечення найбільш раціонального використання стратегічних ресурсів, виявлення резервів та розвитку конкурентного потенціалу торговельного підприємства. Завдяки правильно обраним стратегічним орієнтирам та вчасному провадженій стратегії розвитку торговельне підприємство може боротися за збільшення частки ринку і набуття нових конкурентних переваг. В ході дослідження теоретично підтверджено доцільність постійного перегляду стратегічних орієнтирів розвитку діяльності торговельних підприємств, які створюють умови для реалізації не тільки поточних/ короткострокових цілей і завдань, але й уможливають досягнення стратегічних в довгостроковій перспективі. **Наукова новизна.** Запропоновано визначати стратегію розвитку об'єкта торговельної діяльності, як концепцію діяльності, орієнтовану на збільшення обсягу збуту товарів/послуг та розширення торговельної мережі, що передбачає планування, втілення і контроль за процесом реалізації та доведенням до кінцевого споживача, ґрунтуючись на ефективному використанні стратегічних ресурсів і виявлених резервах конкурентного потенціалу на засадах інноваційності та клієнтоцентричності. **Практична значущість.** Зважаючи на те, що стратегія розвитку закладає перспективи для торговельного підприємства та визначає його майбутню конкурентну позицію на ринку, в роботі запропоновано алгоритм процесу розробки та реалізації стратегії розвитку, як елемент удосконалення системи стратегічного управління та забезпечення економічного зростання підприємства в цілому.

Ключові слова: стратегія; конкурентні переваги; стратегія розвитку; стратегічне управління.

УДК 339.187; JEL Classification: M29

Кирчатая И.Н., Дедилова Т.В., Шершенюк Е.Н. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Цель. Разработка и реализация эффективной стратегии развития, будучи перспективно ориентированным этапом процесса коммерческой деятельности торгового предприятия, выступая основой получения долгосрочных конкурентных преимуществ и максимизации прибыли, остается в дальнейшем актуальной проблемой и выступает основной целью данного исследования.

Методика исследования. Теоретической и методологической базой являются труды ведущих отечественных и зарубежных ученых-экономистов, в которых рассматриваются вопросы стратегического управления и направления развития торговых предприятий в условиях меняющейся внешней среды. В работе использованы методы обобщения и абстрагирования; метод анализа и синтеза.

Результаты. Успешность стратегии развития в значительной степени зависит от обоснованности действий реагирования на изменения и ожидания рынка в долгосрочной перспективе, то есть от эффективности стратегического управления и реализации системы мер по обеспечению наиболее рационального использования стратегических ресурсов, выявления резервов и развития конкурентного потенциала предприятия. Благодаря правильно выбранным стратегическим ориентирам и своевременной разработке стратегии развития торговое предприятие может бороться за увеличение доли рынка и получение новых конкурентных преимуществ. В ходе исследования теоретически подтверждена целесообразность постоянного пересмотра стратегических ориентиров развития деятельности торговых предприятий, создающих условия как для реализации не только текущих/краткосрочных целей и задач, так и способствующих достижению стратегических в долгосрочной перспективе. **Научная новизна.** В работе предложено определять стратегию развития объекта торговой деятельности, как концепцию, ориентированную на увеличение объема сбыта товаров/услуг и расширение торговой сети, предусматривающую планирование, воплощение и контроль за процессом реализации и доведением их до конечного потребителя, основанную на эффективном использовании стратегических ресурсов и выявленных резервах конкурентного потенциала на основе инновационности и клиентоцентричности. **Практическая значимость.** Поскольку стратегия развития закладывает перспективы для торгового предприятия и определяет его будущую конкурентную позицию на рынке, в работе предложен алгоритм процесса разработки и реализации стратегии развития, как элемент совершенствования системы стратегического управления и обеспечения экономического роста предприятия в целом.

Ключевые слова: стратегия; конкурентные преимущества; стратегия развития; стратегическое управление.

UDK 339.187; JEL Classification: M29

Kyrchata I., Dedilova T., Shershenyuk O. STRATEGIC GUIDELINES OF THE TRADE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Purpose. The main task in this study is the development and implementation of an effective development strategy that remains a pressing issue because of it is a forward-looking stage of the commercial activity of a commercial enterprise and serving as a basis for long-term competitive advantage and profit maximization.

Methodology of research. The theoretical and methodological basis is the works of leading domestic and foreign economists, which addresses issues of strategic management and development of commercial enterprises in a changing environment. The methods of generalization and abstraction are used in the article; method of analysis and synthesis.

Findings. The success of the development strategy depends largely on the soundness of measures to respond to market expectations changes in the long run, that is the effectiveness of strategic management and implementation of a measures system to ensure the most rational use of strategic resources, reserves identification and competitive potential development. Thanks to the right strategic guidelines and timely development strategy, a trading company can fight to increase market share and gain new competitive advantages. The study theoretically confirmed the feasibility of constant revision of strategic guidelines for the commercial enterprises development which create conditions for the implementation of not only current / short-term goals and objectives, but also enable the achievement of strategic in the long run.

Originality. It is proposed to define the development strategy of the trading enterprise as a concept of activity aimed at increasing sales of goods / services and expanding the trade network, which provides planning, implementation and control over the implementation process and delivery to the final consumer. It was identified reserves of competitive potential on the basis of innovation and customer-centricity.

Practical value. Given that the development strategy lays prospects for the trading company and determines its future competitive position in the market, the algorithm of the process of development and implementation of the trading company development strategy is proposed as an element of improving the process of strategic management and economic growth.

Key words: strategy; competitive advantages; development strategy; strategic management.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кирчата Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: kirchatayairina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0270-1586>. Моб. 050-669-00-96.

Кирчатая Ирина Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Kyrchata Iryna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Деділова Тетяна Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: dedilova@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3924-979X>. Моб. 050-281-83-28.

Дедилова Татьяна Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Dedilova Tetiana – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Шершенюк Олена Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: sheralyona@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9959-2725>. Моб. 050-151-30-09.

Шершенюк Елена Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Shershenyuk Elena – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СПІВПРАЦІ МІЖ КЛЮЧОВИМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО - ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Третяк В.П., доктор екон. наук, доцент

Сюй Вейдун, аспірант

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Постановка проблеми. Сучасний стан сільських територій в Україні потребує вирішення питань, які склалися в аграрному секторі. Децентралізація в Україні відкриває не тільки нові можливості для органів місцевого самоврядування, вона створює умови для перегляду існуючої парадигми сільського розвитку.

Особливості сільських територій, які впливають на можливості їх розвитку полягають в наступному:

- значно нижча щільність населення;
- мала кількість підприємств та підприємців на тисячу осіб населення;
- переважна орієнтація людей на зайнятість у сільськогосподарському виробництві;
- недостатня мобільність сільського населення;
- низький рівень інновацій, наукової діяльності;
- розтягнуті комунікації;
- нижчий рівень публічних послуг та сервісів потрібних людям за місцем проживання.

Ці відмінності є вкрай важливими для прийняття рішення про відкриття бізнесів, адже в умовах ринку для бізнесу важливим є отримання максимального прибутку.

На сільських територіях з названими вище характеристиками, бізнесам, які потребують значної кількості зайнятих, чи які орієнтовані на місцеві ринки, працювати не так комфортно та рентабельно, як у великих містах чи урбанізованих територіях з високою щільністю населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти сталого розвитку сільських територій України представлені у працях А. Антонова [1], В. Борщевського [5], М. Кропивки [21], М. Маліка [10, 21] та інших науковців.

Крім того, функції та завдання сталого розвитку сільських територій узагальнено та обґрунтовано в наукових публікаціях Д.С. Богданова [3], А.В. Руснака [19].

Слід зауважити, що в даних наукових працях недостатньо приділяється уваги саме аспекту організації взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій, зокрема на засадах державно-приватного партнерства (ДПП).

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених питанням розвитку сільських територій, аспекти взаємодії стейкхолдерів у контексті процесів децентралізації, залишаються наразі найменш вивченими та потребують подальшого дослідження.

Формулювання цілей статі. Метою дослідження є виявлення основних тенденцій та умов розвитку сільських територій, включаючи питання налагодження ефективної співпраці між ключовими стейкхолдерами, а саме органами державної влади, органами місцевого самоврядування, сільськогосподарськими товаровиробниками та жителями села на засадах державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розроблення теоретичних і практичних засад розвитку сільських територій потребує перш за все визначення поняття «сільські території». Зауважимо, що на теперішній час існує велика кількість визначень, що свідчить про складність і багатогранність самого поняття. Існують різні підходи науковців до трактування поняття «сільська територія». Розглянемо особливості кожного підходу.

Прихильники територіального підходу В. Славов [20] та Л. Лисенко [8] пов'язують сільські території з територією, географічним утворенням, місцевістю поза містами, яка має певні ресурси з відповідними органами управління.

О. Белевят [2], М. Поленкова [13] з боку просторового підходу трактують сільську територію як простір (земний, географічний, економічний), основними характеристиками якого є наявність населення та ресурсної бази для виробництва.

В контексті структурного підходу М. Малік [9] та С. Мельник [11] під сільською територією розуміють певне утворення, структуру, сукупність, частину, елемент, які мають різні функціональні компоненти (ресурсний, організаційний, економічний, екологічний та соціальний).

На нашу думку, заслуговує уваги точка зору В. Прушківського та В. Колесникова [18], які вважають, що сільська територія – це просторова біоеколого-соціально-економічна система, яка знаходиться поза урбанізованими центрами, зі специфічним природно-екологічним, соціальним, економічним та інституціональним середовищами і населенням, які на ній функціонують та проявляють свій потенціал з метою задоволення індивідуальних і суспільних потреб.

В Україні Міністерство аграрної політики та продовольства є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, місія та стратегія якого полягає у забезпеченні формування та реалізації державної аграрної політики, державної політики у сферах сільського господарства та з питань продовольчої безпеки держави, розвитку сільських територій, технічної політики у сфері агропромислового комплексу та машинобудування для агропромислового комплексу, сільського розвитку, розвитку фермерства, сільськогосподарської кооперації [15].

Сучасний етап соціально - економічного розвитку в Україні характеризується проведенням другого етапу реформи децентралізації в Україні (2020-2021 роки), яка триває з 2014 року.

Під децентралізацією слід розуміти складну багатоаспектну систему розподілу функцій і повноважень між рівнями управління (державним і місцевими, із розширенням прав останніх). Відповідно до Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, децентралізація передбачає «...створення належних матеріальних, фінансових та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень.... Органам місцевого самоврядування базового рівня надаються повноваження відповідно до їх кадрового, фінансового, інфраструктурного потенціалу та ресурсів на новій територіальній основі...» [17].

Кабінет Міністрів України визначив підтримку реформи децентралізації в Україні одним з пріоритетних завдань, що сприятиме розвитку місцевого самоуправління і економічного розвитку країни в цілому. 2020 рік став ключовим у питанні формування базового рівня місцевого самоврядування: 12 червня 2020 року Уряд затвердив новий адміністративно-територіальний устрій базового рівня. Відповідно до розпоряджень Кабінету Міністрів, в Україні сформовано 1469 територіальних громад, які покриватимуть усю територію країни [16].

Децентралізація влади безпосередньо пов'язана з децентралізацією економіки. Під терміном децентралізація економіки слід розуміти систему управління економікою, при якій частина функцій центральної влади знаходиться у віданні місцевих органів самоуправління (в т.ч. підприємств, об'єднань) [6].

Ключові показники проведеної децентралізації сільських територій протягом 2015–2020 років наведено в табл. 1.

Децентралізація та реформа місцевого самоврядування дали громадам можливості ефективніше розвиватися і нарощувати доходи. Частка власних доходів місцевих бюджетів відносно ВВП постійно зростає - за підсумками 2020 року вона склала 6,9%, у 2021 році прогнозується на рівні 7,3%. До початку реформи, у 2014 році, вона становила 5,1%.

Також простежується поступове зменшення залежності місцевих бюджетів від трансфертів з державного бюджету та підвищення їх автономності. На сьогодні, частка трансфертів у загальному обсязі доходів місцевих бюджетів складає 33,7%. У 2014 році цей показник складав майже 60%. Це обумовлено, насамперед, розширенням фіскальної бази та посилення зацікавленості громад у нарощуванні доходної бази, розширенням їх повноважень у цій сфері [12].

**Ключові показники проведеної децентралізації протягом
2015–2020 років**

Показник	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Населення України, млн. осіб	42,761	42,585	42,386	42,153	41,902	41,588
Сільське населення, млн. осіб	13,256	13,176	13,102	13,015	12,897	12,763
Питома вага сільського населення у загальній чисельності населення, %	31,001	30,940	30,911	30,876	30,777	30,689
Кількість ОТГ	159	366	665	806	1 002	841
Кількість сільських ОТГ	93	108	173	75	116	627
Питома вага сільських ОТГ у загальній кількості ОТГ, %	58,491	29,508	26,015	9,305	11,577	74,554
Площа об'єднаних територіальних громад (тис. км ²)	36,800	89,600	167,500	193,500	238,800	553,818
Площа сільських ОТГ (тис. км ²)	16,134	22,179	37,029	11,365	21,554	173,444
Питома вага площі сільських ОТГ до площі ОТГ, %	43,842	24,753	22,107	5,873	9,026	31,317
Кількість сільських населених пунктів	28 388	28 385	28 378	28 376	28 376	28 376

Джерело: складено та розраховано авторами на основі джерел [7, 16]

Державно-приватне партнерство є одним з ключових механізмів реалізації політики модернізації економіки України, вирішення важливих соціально-економічних проблем. Реалізація масштабних модернізаційних проєктів в різних секторах економіки потребує значних інвестиційних ресурсів, потужним джерелом яких може стати приватний бізнес. Водночас, в умовах післякризового розвитку зростає інтерес бізнесу до державної підтримки, яка дозволить знизити ризики приватних інвестицій, підвищити надійність інвестиційних проєктів для кредитних організацій.

Модель приватно-державного партнерства (англ. «*Public-Private Partnership*») не є новою для іноземних держав. Зокрема, через систему державно-приватного фінансування проєктів суспільної інфраструктури в XVIII та на початку XIX ст. ст. в Англії залізниці, водо- та газопостачання, електрифікація, телефонний зв'язок отримали свій розвиток, насамперед, завдяки інвестиціям приватного сектору.

Науковці виділяють декілька етапів розвитку проєктного фінансування, які стали основою державно-приватного партнерства. По-перше, механізми фінансування проєктів видобутку корисних копалин (нафта, газ, вугілля, тощо)

вперше були застосовані в Техасі у 30-х роках ХХ ст. у нафтодобуванні, а також під час підготовки проєктів розробки нафтових покладів в Північному морі в 70-х роках ХХ ст. та проєктах, пов'язаних з видобутком газу та інших корисних копалин в Австралії й деяких інших країнах.

По-друге, фінансування незалежних енергетичних проєктів у секторі енергопостачання, вперше застосоване в США в 1978 р., сприяло розвитку комбінованих (спільних) підприємств, відомих сьогодні як спільна діяльність. Фінансування громадської інфраструктури (дороги, транспорт, громадські будівлі) розвинулось у Великобританії завдяки Закону про приватне фінансування *Private Finance Initiative (PFI)* на початку 90-х років ХХ ст., і зараз такі проєкти відомі як класичні проєкти державно-приватного партнерства [4]. В Україні практика укладення договорів на засадах приватно – державного партнерства лише набирає свого поширення, що стало можливим завдяки прийняттю нормативно-правових актів у цій сфері.

В законі України «Про державно-приватне партнерство» [14] зазначено, що державно-приватним партнерством є співробітництво між державою Україна, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, установ, організацій (приватних партнерів), що здійснюється на основі договору.

Договір про фінансування це договір між приватним партнером та кредитором (кредиторами) чи їхніми представниками, укладений з метою фінансування проєкту, що здійснюється на умовах державно-приватного партнерства.

Також закон «Про державно-приватне партнерство» визначає ознаки державно-приватного партнерства, до яких належать:

1) створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкція, реставрація, капітальний ремонт та технічне переоснащення) об'єкта державно-приватного партнерства та/або управління (користування, експлуатація, технічне обслуговування) таким об'єктом;

2) довготривалість відносин (від 5 до 50 років);

3) передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;

4) внесення приватним партнером інвестицій в об'єкт державно-приватного партнерства [14].

Всі інвестиційні проєкти, що відповідають ознакам державно-приватного партнерства, мають бути реалізовані лише із застосуванням вимог Закону «Про державно-приватне партнерство» [14].

Таким чином, державно-приватне партнерство в Україні - це система відносин між державним та приватним партнерами (стейкхолдерами), при реалізації яких ресурси обох об'єднуються з відповідним розподілом ризиків, відповідальності та винагород (відшкодувань) між ними, для взаємовигідної співпраці на довгостроковій основі у створенні (відновленні) нових та/або модернізації (реконструкції) наявних об'єктів, які потребують залучення інвестицій, та у користуванні (експлуатації) такими об'єктами.

На рис. 1 запропоновано механізм ефективної взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій.

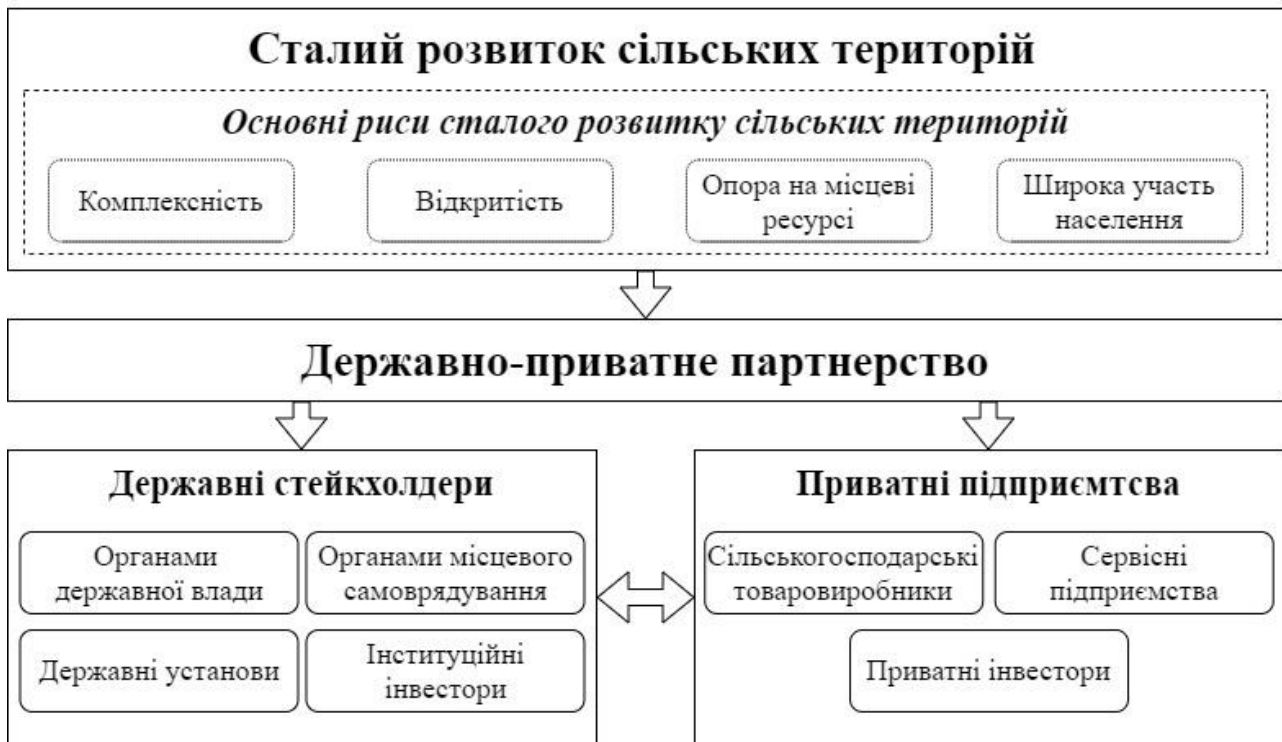


Рис. 1. Механізм взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій

Джерело: складено авторами

З рисунку видно, що однією з ключових груп є інвестори, які поділяються на інституційних та приватних. Саме вони будуть впроваджувати інноваційні проекти територіального розвитку.

Здійсненню ефективної взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій буде сприяти формування дієвої політики Уряду, яка буде спрямована на узгодження інтересів стейкхолдерів відносно розвитку сільських територій.

Висновки з проведеного дослідження. Децентралізація передбачає передачу повноважень та фінансів від державної влади якнайближче до людей - органам місцевого самоврядування. Кожен мешканець села чи міста має право на сучасну медицину й освіту, доступні та якісні адміністративні, комунальні, соціальні послуги, гарні дороги, чисті й освітлені вулиці. Але люди можуть впливати на якість цих послуг лише тоді, коли відповідальні за їх надання знаходяться близько. Найближчою до людей владою є органи місцевого самоврядування: сільські, селищні міські ради та їхні виконкоми. Отже, саме вони повинні мати широкі повноваження і достатньо коштів, щоб бути спроможними вирішувати усі місцеві питання і нести за це відповідальність.

Проекти державно-приватного партнерства дозволяють залучити приватний капітал в інфраструктуру сільських територій у стислі строки, а

також забезпечити стрімке економічне зростання навіть за відсутності значних державних вкладень.

Успішний розвиток державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності та залучення інвестицій у стратегічно важливі для держави сфери можливий лише за умови, коли буде забезпечено баланс інтересів держави і приватного інвестора.

Перелік посилань:

1. Антонов А. В. Державна політика сталого соціально-економічного розвитку сільських територій як умова зростання якості життя сільського населення: теоретико-методологічні засади та практичні аспекти: монографія. Донецьк: Юго-Восток, 2012. 379 с.

2. Белевят О. А. Соціально-економічний розвиток сільських територій в умовах транзитивної економіки: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 Миколаїв, 2010. 20 с.

3. Богданов Д. С. Завдання сталого розвитку сільських територій. *Агросвіт*. 2017. № 7. С. 60–62.

4. Бойко О. Державно-приватне партнерство: світовий досвід та перспективи реалізації в Україні. *Юридична газета*. 2013. № 22. С. 42.

5. Борщевський В.В. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України: монографія. Ін-т регіонал. дослід. НАН України. Львів, 2012. 217 с.

6. Генеза ринкової економіки: Терміни, поняття персоналії / За наук. ред. Г. І. Башнянина і В. С. Іфтемічука. К.: «Магнолія плюс», 2004. 688 с.

7. Кількість адміністративно-територіальних одиниць в Україні. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/MULT/Dialog/view.asp?ma=1&ti=%CA%B3%EB%FC%EA%B3%F1%F2%FC+%E0%E4%EC%B3%ED%B3%F1%F2%F0%E0%F2%E8%E2%ED%EE%2D%F2%E5%F0%E8%F2%EE%F0%B3%E0%EB%FC%ED%E8%F5+%EE%E4%E8%ED%E8%F6%FC+%E2+%D3%EA%F0%E0%BF%ED%B3&path=./Quicktables/KEY_IND/1/&lang=1&multilang=uk (дата звернення: 14.09.2021).

8. Лисенко Л. До визначення поняття «сільська територія». *Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. праць ОРІДУ НАДУ*. 2009. № 2 (38). С. 12–15.

9. Малік М. Й. До питання сталого розвитку сільських територій. *Економіка АПК*. 2008. № 5. С. 51–58.

10. Малік М. Й., Белей С. І. Розвиток сільського господарства в регіоні Карпат: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2008. 248 с.

11. Мельник С. І. Соціально-економічні проблеми відтворення та ефективного використання ресурсного потенціалу села: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2004. С. 401–424.

12. Місцева економіка поступово відновлюється: Моніторинг реформи місцевого самоврядування. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13785> (дата звернення: 12.09.2021).

13. Поленкова М. В. Наукові підходи до визначення економічного змісту категорії «сільська територія». *Вісник чернігівського державного технологічного університету. Серія «економічні науки»*. 2011. № 4 (54). С. 272–277.
14. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI. Дата оновлення: 25.10.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (дата звернення: 16.09.2021).
15. Про Міністерство аграрної політики та продовольства України: положення від 17.02. 2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-2021-%D0%BF#Text>. (дата звернення 16.09.2021).
16. Про реформу децентралізації в Україні: сайт. URL: <https://decentralization.gov.ua/about> (дата звернення: 14.09.2021).
17. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 року № 333-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 16.09.2021).
18. Прушківський В. Г., Колесников В. І. Теоретичні підходи до визначення сільських територій. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С.127-132.
19. Руснак А. В. Функції, завдання, чинники функціонування та сталого розвитку сільських територій. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. № 1. С. 244–248.
20. Славов В. П. Економіко-енергетична система сталого розвитку сільських територій. *Вісник аграрної науки*. 2007. № 9. С. 68–71.
21. Соціально-економічні засади розвитку сільських територій (економіка, підприємництво, менеджмент) / М. Й. Малік, М. Ф. Кропивко, О. Г. Булавка [та ін.]; за ред. М. Й. Маліка. Київ : ІАЕ, 2012. 639 с.

References

1. Antonov, A. V. (2012). *State policy of sustainable socio-economic development of rural areas as a condition for increasing the quality of life of the rural population: theoretical and methodological principles and practical aspects [Derzhavna polityka staloho sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku sil's'kykh terytoriy yak umova zrostannya yakosti zhyttya sil's'koho naselennya: teoretyko-metodolohichni zasady ta praktychni aspekty]: monograph*, Donetsk: South-East, 379 p.
2. Beleviat, O. A. (2010). *Socio-economic development of rural areas in a transitive economy [Sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok sil's'kykh terytoriy v umovakh tranzytyvnoyi ekonomiky]* author's ref. dis. ... cand. econ. Sciences: 08.00.03 Mykolaiv, 20 p.
3. Bohdanov, D. S. (2017). *Tasks of sustainable development of rural areas [Zavdannya staloho rozvytku sil's'kykh terytorii]*, *Agrosvit*, № 7, p. 60–62.
4. Boiko, O. (2013). *Public-private partnership: world experience and prospects for implementation in Ukraine [Derzhavno-pryvatne partnerstvo: svitovyy dosvid ta perspektyvy realizatsiyi v Ukrayini]*, *Legal newspaper*, № 22, P. 42.

5. Borshchevsky, V. V. (2012). *Development of rural areas in the system of European integration priorities of Ukraine [Rozvytok sil's'kykh terytoriy v systemi yevrointehratsiynykh priorytetiv Ukrayiny]: monograph*. Inst. Regional. experiment. NAS of Ukraine, Lviv, 217 p.
6. *Genesis of market economy: Terms, concepts of personality [Henezha rynkovoyi ekonomiky: Terminy, ponyattya personaliyi]* / For science. ed. G.I. Bashnyanin and VS Iftemichuk. K.: "Magnolia Plus", 2004, 688 p.
7. Number of administrative-territorial units in Ukraine [Kil'kist' administratyvno-terytorial'nykh odynyts' v Ukrayini], available at: http://database.ukrcensus.gov.ua/MULT/Dialog/view.asp?ma=1&ti=%CA%B3%EB%FC%EA%B3%F1%F2%FC+%E0%E4%EC%B3%ED%B3%F1%F2%F0%E0%F2%E8%E2%ED%EE%2D%F2%E5%F0%E8%F2%EE%F0%B3%E0%EB%FC%ED%E8%F5+%EE%E4%E8%ED%E8%F6%FC+%E2+%D3%EA%F0%E0%BF%ED%B3&path=./Quicktables/KEY_IND/1/&lang=1&multilang=uk (last accessed 14.09.2021).
8. Lysenko, L. (2009). To the definition of "rural area"[Do vyznachennya ponyattya «sil's'ka terytoriya»]. *Actual problems of public administration: coll. Science. prot ORIDU NADU*, № 2 (38), P. 12–15.
9. Malik, M. Y. (2008). On the issue of sustainable development of rural areas [Do pytannya staloho rozvytku sil's'kykh terytoriy], *Economics of agro-industrial complex*, № 5, P. 51–58.
10. Malik, M. Y., Beley, S. I. (2008). *Development of agriculture in the Carpathian region [Rozvytok sil's'koho hospodarstva v Karpat's'komu rehioni]: monograph*, K.: NSC IAE, 248 p.
11. Melnyk, S. I. (2004). Socio-economic problems of reproduction and effective use of resource potential of the village [Sotsial'no-ekonomichni problemy vidtvorennya ta efektyvnoho vykorystannya resursnoho potentsialu sela]: monograph. K.: NNC IAE, P. 401- 424.
12. The local economy is gradually recovering: Monitoring local government reform [Mistseva ekonomika postupovo vidnovlyuyet'sya: Monitorynh reformy mistsevoho samovryaduvannya], available at: <https://decentralization.gov.ua/news/13785> (last accessed 12.09.2021).
13. Polenkova, M. V. (2011). Scientific approaches to determining the economic content of the category "rural area" [Naukovi pidkhody do vyznachennya ekonomichnoho zmistu katehoriyi «sil's'ka mistsevist'»]. *Bulletin of Chernihiv State Technological University. Economic Sciences Series*, № 4 (54). P. 272–277.
14. On public-private partnership: Law of Ukraine from 01.07.2010 № 2404-VI. Last update: 25.10.2020 [Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo: Zakon Ukrayiny vid 01.07.2010 № 2404-VI. Ostannye onovlennya: 25.10.2020], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (last accessed 16.09.2021).
15. About the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine: regulations from 17.02.2021 [Pro Ministerstvo ahrarynoyi polityky ta prodovol'stva Ukrayiny: polozhennya vid 17.02.2021], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-2021-%D0%BF#Text>. (last accessed 16.09.2021).

16. On decentralization reform in Ukraine: website [Pro reformu detsentralizatsiyi v Ukrayini: sayt], available at: <https://decentralization.gov.ua/about> (last accessed 14.09.2021).

17. On approval of the Concept of reforming local self-government and territorial organization of power in Ukraine: order of the Cabinet of Ministers of Ukraine from April 1, 2014 № 333-r [Pro skhvalennya Kontseptsiyi reformuvannya mistsevoho samovryaduvannya ta terytorial'noyi orhanizatsiyi vlady v Ukrayini: rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 1 kvitnya 2014 roku № 333-r], available at: <http://zakon.rada.gov.ua> (last accessed 16.09.2021).

18. Prushkivsky, V. G., Kolesnikov, V. I. (2014). Theoretical approaches to the definition of rural areas [Teoretychni pidkhody do vyznachennya sil's'kykh terytoriy], *Problems of the economy*, № 4. P.127-132.

19. Rusnak, A. V. (2012). Functions, tasks, factors of functioning and sustainable development of rural areas [Funktsiyi, zavdannya, faktory funktsionuvannya ta staloho rozvytku sil's'koyi mistsevosti], *Scientific works of Poltava State Agrarian Academy*, № 1. P. 244–248.

20. Slavov, V. P. (2007). Economic and energy system of sustainable development of rural areas [Ekonomichna ta enerhetychna systema staloho rozvytku sil's'kykh terytoriy], *Bulletin of Agricultural Science*, № 9. P. 68–71.

21. *Socio-economic principles of rural development (economy, entrepreneurship, management)* [Sotsial'no-ekonomichni zasady rozvytku sil's'kykh terytoriy (ekonomika, pidpryyemnytstvo, menedzhment)], M. Y. Malik, M. F. Kropivko, O. G. Pin [etc.]; for order. M. J. Malik. Kyiv: IAE, 2012. 639 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 332.14:334.021; JEL Classification: Q 01, R 11

Третяк В.П., Сюй Вейдун, ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СПІВПРАЦІ МІЖ КЛЮЧОВИМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА ЗАСАДАХ ДЕРЖАВНО - ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Мета: виявлення основних тенденцій та умов розвитку сільських територій, включаючи питання налагодження ефективної співпраці між ключовими стейкхолдерами, а саме органами державної влади, органами місцевого самоврядування, сільськогосподарськими товаровиробниками та жителями села на засадах державно-приватного партнерства. **Методика дослідження:** метод порівняльного аналізу використано для визначення відмінностей у підходах науковців до трактування поняття «сільська територія», методи узагальнення та систематизації використано для визначення місця державно-приватного партнерства у формуванні ефективної співпраці стейкхолдерів, графічний метод – для відображення механізму взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій. **Результати дослідження:** узагальнено основні підходи науковців до трактування поняття «сільська територія». Визначено, що Міністерству аграрної політики та продовольства належить ключова роль у розвитку сільських територій. На підставі аналізу

ключових показників другого етапу децентралізації сільських територій (2015–2020 р.р.), авторами обґрунтовано, що державно-приватне партнерство є одним з ключових механізмів реалізації політики модернізації економіки України, вирішення важливих соціально-економічних проблем. Сформовано механізм взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій, який буде сприяти впровадженню інноваційних проєктів задля розвитку сільських територій. **Наукова новизна** полягає в тому, що авторами запропоновано впровадження механізму взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій на засадах державно-приватного партнерства, який у перспективі забезпечить впровадження інноваційних проєктів розвитку та оптимальну взаємодію стейкхолдерів у сучасних умовах соціально-економічної нестабільності та глобальних викликів. **Практична значущість** полягає в тому, що запропонований механізм взаємодії ключових стейкхолдерів сільських територій може використовуватися органами місцевого самоврядування (зокрема, територіальними громадами) для організації взаємодії стейкхолдерів територій та узгодження їх інтересів у конфліктних ситуаціях. Крім того, цей механізм можуть використовувати у своїй діяльності безпосередньо стейкхолдери сільських територій, а також державні керівні установи, дослідницькі організації та інші зацікавлені особи.

Ключові слова: сільська територія, децентралізація, державно-приватне партнерство, інвестори, інноваційні проєкти.

УДК 332.14:334.021; JEL Classification: Q 01, R 11

Третьяк В.П., Сюй Вэйдун, ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ КЛЮЧЕВЫМИ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА ОСНОВЕ ГОСУДАРСТВЕННО - ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Цель: выявление основных тенденций и условий развития сельских территорий, включая вопросы налаживания эффективного сотрудничества между ключевыми стейкхолдерами, а именно органами государственной власти, органами местного самоуправления, сельскохозяйственными товаропроизводителями и жителями села на принципах государственно-частного партнерства. **Методика исследования:** метод сравнительного анализа использовано для определения различий в подходах ученых к трактовке понятия «сельская территория», методы обобщения и систематизации использовано для определения места государственно-частного партнерства в формировании эффективного сотрудничества стейкхолдеров, графический метод - для отражения механизма взаимодействия ключевых стейкхолдеров сельских территорий. **Результаты исследования:** обобщены основные подходы ученых к трактовке понятия «сельская территория». Определено, что Министерству аграрной политики и продовольствия принадлежит ключевая роль в развитии сельских территорий. На основании анализа ключевых показателей второго этапа децентрализации сельских территорий (2015-2020 г.г.), авторами обосновано, что государственно-частное партнерство является одним из ключевых механизмов реализации политики модернизации

экономики Украины, решения важных социально-экономических проблем. Сформирован механизм взаимодействия ключевых стейкхолдеров сельских территорий, который будет способствовать внедрению инновационных проектов для развития сельских территорий. **Научная новизна** заключается в том, авторами предложено внедрение механизма взаимодействия ключевых стейкхолдеров сельских территорий на основе государственно-частного партнерства, который в перспективе обеспечит реализацию инновационных проектов развития и оптимальное взаимодействие стейкхолдеров в современных условиях социально-экономической нестабильности и глобальных вызовов. **Практическая значимость** заключается в том, что предложенный механизм взаимодействия ключевых стейкхолдеров сельских территорий может использоваться органами местного самоуправления (в частности, территориальными общинами) для организации взаимодействия стейкхолдеров территорий и согласования их интересов в конфликтных ситуациях. Кроме того, этот механизм могут использовать в своей деятельности непосредственно стейкхолдеры сельских территорий, а также государственные руководящие учреждения, исследовательские организации и другие заинтересованные лица.

Ключевые слова: сельская территория, децентрализация, государственно-частное партнерство, инвесторы, инновационные проекты.

UDK 332.14: 334.021; JEL Classification: Q 01, R 11

Tretyak V.P., Xu Weidong, FORMATION OF EFFECTIVE COOPERATION BETWEEN KEY STAKEHOLDERS OF RURAL AREAS ON THE BASIS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

Purpose: to identify the main trends and conditions of rural development, including the establishment of effective cooperation between key stakeholders, namely public authorities, local governments, agricultural producers and villagers on the basis of public-private partnership. **Research methodology:** comparative analysis method used to identify differences in the approaches of scientists to the interpretation of the concept of "rural area", methods of generalization and systematization used to determine the place of public-private partnership in the formation of effective stakeholder cooperation, graphical method - to reflect the interaction of key rural stakeholders. **Research results:** the main approaches of scientists to the interpretation of the concept of "rural area" are summarized. It is determined that the Ministry of Agrarian Policy and Food has a key role in the development of rural areas. Based on the analysis of key indicators of the second stage of decentralization of rural areas (2015-2020), the authors substantiate that public-private partnership is one of the key mechanisms for implementing the policy of modernization of Ukraine's economy, solving important socio-economic problems. A mechanism of interaction of key stakeholders of rural areas has been formed, which will promote the implementation of innovative projects for the development of rural areas. **The scientific novelty** is that the authors propose the implementation of a mechanism of interaction of key stakeholders of rural areas on the basis of public-private partnership, which in the future will ensure the implementation of innovative

development projects and optimal interaction of stakeholders in today's conditions of socio-economic instability and global challenges. *The practical value* is that the proposed mechanism of interaction of key stakeholders of rural areas can be used by local governments (in particular, local communities) to organize the interaction of stakeholders of territories and coordinate their interests in conflict situations. In addition, this mechanism can be used directly by rural stakeholders, as well as government agencies, research organizations and other stakeholders.

Key words: rural area, decentralization, public-private partnership, investors, innovative projects.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Третяк Вікторія Павлівна – доктор економічних наук, доцент, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, професор кафедри управління та адміністрування ННІ «Каразінська школа бізнесу», м. Харків, Україна; email: v.tretiak@karazin.ua; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5225-8754>. Моб. 067-577-27-33.

Третьяк Виктория Павловна – доктор экономических наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, профессор кафедры управления и администрирования, УНИ «Каразинская школа бизнеса», г. Харьков, Украина.

Tretyak Viktoriia Pavlivna – Doctor of Sciences (Economy), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University, Full Professor of the Department of Management and Administration, ERI “Karazin Business School”, Kharkiv, Ukraine.

Сюй Вейдун – аспірант кафедри управління та адміністрування ННІ «Каразінська школа бізнесу», Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна.

Сюй Вэйдун - аспирант кафедры управления и администрирования УНИ «Каразинская школа бизнеса», Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков, Украина.

Xu Weidong- PhD student of the Department of Management and Administration, ERI “Karazin Business School”, V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine.

ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Капліна Т. В., доктор техн. наук, професор,

Капліна А. С., канд. екон. наук, доцент,

Куш Л. І., ст. викладач

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі» м. Полтава

Постановка проблеми. Сучасна індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що поєднує окремі галузі та підприємства, функції яких полягають у задоволенні попиту на різні види відпочинку та розваг. Вона охоплює туризм, готельний та ресторанний бізнес, відпочинок і розваги, сприяє ефективності та розвитку національної економіки, оскільки внаслідок збільшення популярності зростає державний бюджет, підвищується зайнятість населення, рівень його життя, з'являється новий імпульс до розвитку народних промислів, здійснюється позитивний вплив на решту галузей, пов'язаних зі створенням готельно-ресторанних продуктів, відбувається розвиток соціальної та виробничої інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед закордонних вчених питання гостинності досліджено у працях Уокера Дж. Р. [1] і Вагена [2] та ін. Українські вчені Мартієнко А. І. та Дишкантюк О. В. [3] розглядали гостинність з позицій суспільного явища. Пандяк І. Г. [4] займався проблемами вдосконалення теоретико-методологічного апарату, визначення змісту терміну «індустрія гостинності». Тарасюк Г. М., Чагайда А. О., Соколовська І. О. [5] вивчали перспективні напрями розвитку готельного бізнесу з позицій забезпечення фінансової стабільності індустрії гостинності.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на широке коло питань, що розглядали вчені, існує багато малодосліджених напрямів, зокрема: адаптація сфери гостинності до сучасних карантинних вимог, тенденції розвитку, система державної підтримки галузей гостинності.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є тенденції розвитку індустрії гостинності, зокрема її складових готельного та ресторанного господарства в умовах підвищених вимог, пов'язаних із карантинними заходами.

Виклад основного матеріалу досліджень. Нині індустрія гостинності – це сфера економіки зі швидкими темпами зростання, одна з головних складових сфери послуг, сформована з підприємств готельного та ресторанного бізнесу, що забезпечують комплекс послуг з проживання, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів [4, с. 84].

Серед головних тенденцій сучасного розвитку індустрії гостинності можна виділити:

- поглиблення спеціалізації та диверсифікації послуг закладів розміщення, ресторанів, розважальних закладів;
- утворення значних за розмірами корпоративних форм, тобто готельних ланцюгів, мереж ресторанів, які стають транснаціональними компаніями;
- широке використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу;
- інтеграцію капіталу готельних, ресторанных, розважальних підприємств з капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки;
- широке використання наукового менеджменту в організації готельного та ресторанного бізнесу, а також управлінні ним;
- розвиток мережі невеликих підприємств для розваг, зорієнтованих на конкретний сегмент ринку [6].

Під час подорожей люди використовують різноманітні складові індустрії гостинності, зокрема готельні, ресторанны, розважальні послуги. У сфері готельного бізнесу споживачі одержують не лише обслуговування з проживання та харчування, але й широкий спектр таких послуг, як транспортні, медичні, спортивні, послуги зв'язку, розваг, екскурсійного обслуговування, салонів краси. Фактично готельний бізнес у структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки формує та пропонує гостям комплекс послуг, у забезпеченні якого беруть участь усі сектори й елементи індустрії гостинності. Виходячи з цього, відзначаємо готельну індустрію, або готельний бізнес, як найбільшу комплексну складову індустрії гостинності, яку розглядаємо самотійно, ототожнюючи з єдиною індустрією гостинності [7].

Необхідно також зазначити, що підтримка індустрії гостинності – досить важлива, оскільки вона супроводжує багато інших компаній, що надають клінінгові й охоронні послуги, виробляють і постачають продукти харчування, розробляють програмне забезпечення та обслуговують інженерні системи.

Для розвитку ринку індустрії гостинності необхідні певні умови, а саме: ресурсні та територіальні. У цьому контексті Україна є однією з найбагатших країн Європи. Вона омивається Чорним та Азовським морями, оточена гірськими вершинами Карпат з безліччю профільних санаторіїв, SPA-курортами Закарпаття з термальними джерелами, а також має степові території, що дало можливість створити велику кількість засобів розміщення як рекреаційного, так і ділового типу (табл. 1) [8].

Ці регіони відчувають себе обраними, кращими за інші в Україні, бо отримують найбільше прибутку від туристичного бізнесу.

Ресурсні території України з поширеною індустрією гостинності

Регіон	Територія, міста
Чорноморське узбережжя Миколаївської, Одеської та Херсонської областей	Очаків, Гопри, Скадовськ, Одеська група курортів: Куяльник, Лермонтовський, Аркадія, Великий Фонтан, Кароліно-Бугаз, Чорноморка, Затока, Хаджибей, Лузанівка, Приморський, Лебедівка, Мала Долина
Узбережжя Азовського моря	Бердянськ, Кирилівка
Гірські та передгірні райони Закарпатської, Івано-Франківської та Львівської областей	Свалява, Голубине, Поляна, Синяк, Черче, Ворохта, Трускавець, Моршин, Немирів, Любінь Великий, Косів, Яремче
Курортні зони Вінницької, Донецької, Київської, Полтавської та Харківської областей	Миргород, Березівські мінеральні води, Рай Оленівка, Слов'янськ, Слов'яногірськ, Конча-Заспа, Пуща Водиця, Хмільник

Джерело: складено авторами на основі [8]

Через поширення пандемії COVID-19 найбільше в Україні, як і в усьому світі, постраждали туристична галузь, ресторанно-готельний бізнес і транспорт, зокрема через обмежувальні карантинні заходи щодо пересування громадян. Ситуація з COVID-19 для українських громадян обмежила вибір відпочинку за кордоном, що, у свою чергу, значно збільшило потік туристів на внутрішньому ринку туристичних послуг. Така ситуація зобов'язує суб'єктів індустрії гостинності посилювати позиції внутрішнього туризму: розвивати в країні тематичний туризм, який передбачає розвиток сільського зеленого, культурно-пізнавального туризму та їх різновидів. З огляду на це Кабінет Міністрів України активно обговорює механізми прямого стимулювання розвитку індустрії гостинності в Україні, бо через запроваджені карантинні обмеження спад у галузі за підсумками 2020 року становить 80 % порівняно з 2019 роком.

Одним із важливих документів щодо стабілізації функціонування та перспектив розвитку ринку гостинних послуг в Україні внаслідок пандемії є «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні», розроблена за підтримки Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР). Основною метою даного документа є пошук способів розкриття туристичного потенціалу країни та мінімізації наслідків пандемії COVID-19 (табл. 2) [8].

Україна стала першою країною, в економіку якої інвестує ЄБРР, виконуючи при цьому систематичний аналіз стану сектора в конкретній галузі. Також з боку держави задля зменшення негативного впливу карантинних обмежень і стабілізації індустрії гостинності запроваджено ряд заходів.

16 червня 2020 р. Верховна Рада України підтримала проект Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» [9].

Етапи розвитку сфери гостинності в Україні щодо подолання пандемії

Назва етапу	Заходи
Мінімізація наслідків пандемії COVID-19 – антикризовий план дій	<ul style="list-style-type: none"> - впровадження та внутрішнє просування добірки правил роботи для різних об'єктів розміщення та кейтерингу; - субвенції, доступні кредитні лінії, звільнення від податкових і боргових зобов'язань із метою збереження основної частини галузі; - ініціювання визначених у Дорожній карті процесів щодо реорганізації туристичної статистики, управління туризмом і нормативно-правової системи, що є найпроблемнішим питанням у туризмі (закони, постанови та збірки правил)
Реорганізація та формування механізму (2021–2022 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> - формування конкурентоспроможної на міжнародному ринку системи маркетингу національного туризму, що здатна визначити заходи зі швидкими результатами; - ініціювання довгострокових процесів з укріплення потенціалу
Підвищення інформованості (2022–2026 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> - покращення міжнародного туристичного іміджу; - просування та комерціалізація провідних дестинацій з акцентом на продуктах ділового туризму (MICE) та турах вихідного дня; - розробка системи планування та створення передумов для розвитку туристичних продуктів і підвищення капітальних інвестицій
Капіталовкладення та розробка продуктів (2027–2030 рр.)	<ul style="list-style-type: none"> - капіталовкладення та інтенсивний розвиток туристичних продуктів; - розбудова головної туристичної та транспортної інфраструктури; - повнофункціональна трирівнева організація туризму (національні–регіональні–місцеві туристичні організації)

Джерело: складено авторами на основі [8]

В умовах пандемії COVID-19 Міжнародна організація праці (МОП) розробила «Керівництво для роботодавців». Його мета – допомогти роботодавцям та організаціям адаптуватися до умов, викликаних пандемією. Керівництво складено на основі інформації, директив, що опубліковані Всесвітньою Організацією Здоров'я, державами й організаціями [10]. Сутність Керівництва полягає в тому, що МОП пропонує заходи та рекомендації для впровадження на підприємствах (рис. 1).

Досвід роботи підприємств ресторанного господарства України показав, що в умовах пандемії, щоб залишитися на плаву, потрібно забезпечити роботу виробництва (кухні) для доставки їжі шляхом самовивозу або доставки додому. У сучасних умовах функціонування ресторанів, кафе напрацьована певна схема їх роботи, головним критерієм якої є безпека споживачів і персоналу (рис. 2).

Дотримання перерахованих умов дозволить попередити скупчення людей і підвищить рівень безпеки як гостей, так і персоналу.

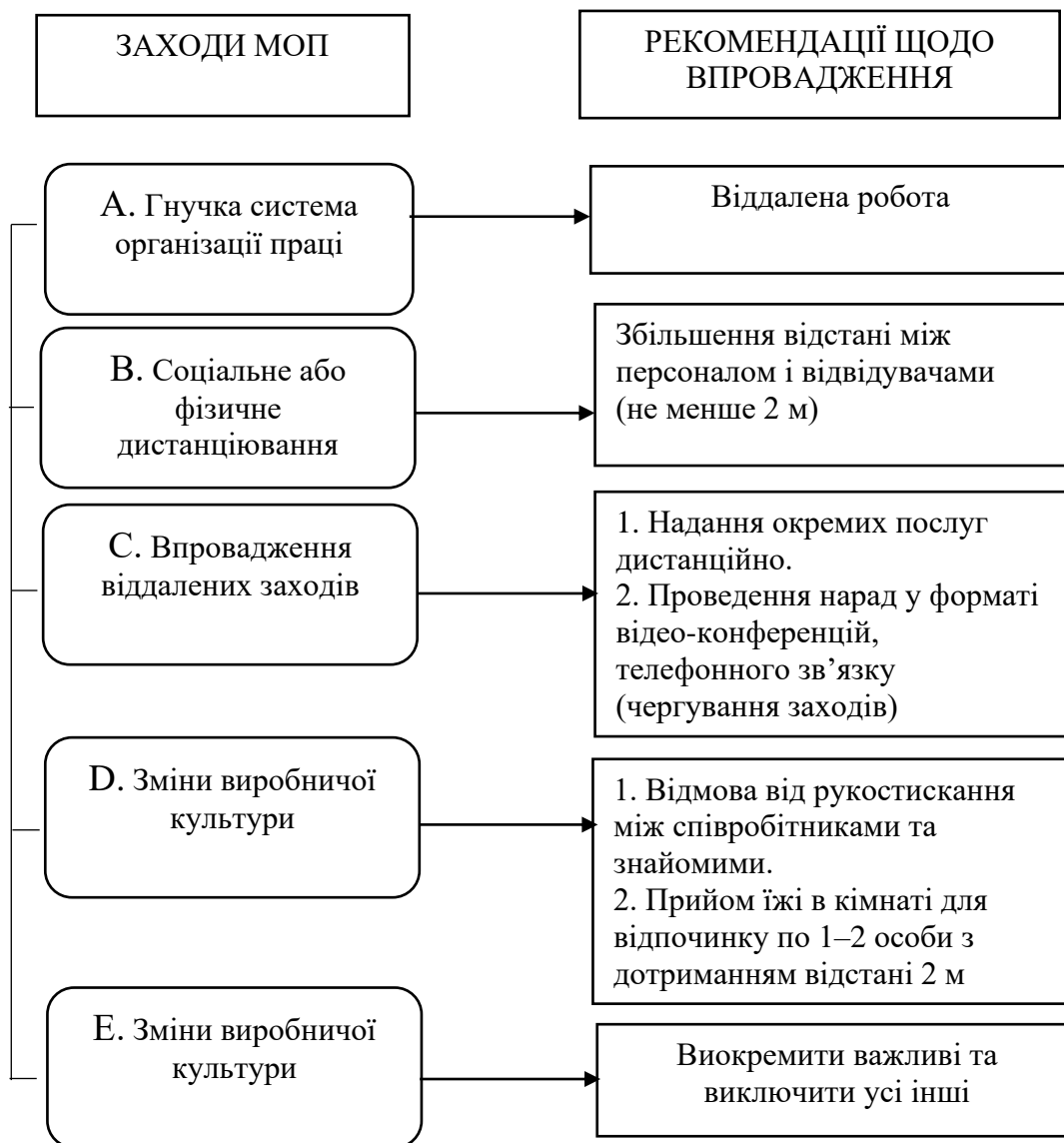


Рис. 1. Заходи та рекомендації підприємствам готельного та ресторанного господарства щодо адаптації в умовах, викликаних пандемією

Джерело: складено авторами за МОП [10]

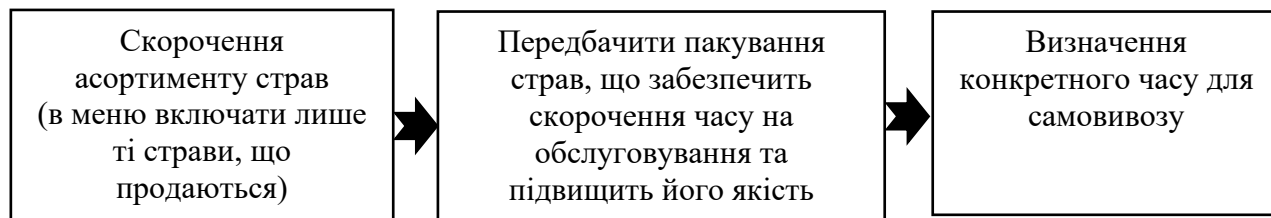


Рис. 2. Схема роботи окремих закладів ресторанного господарства України під час пандемії

Джерело: складено авторами за [10]

Для виробництва головними повинні залишитися підвищені санітарно-гігієнічні вимоги відповідно до МОП, МОЗ України та ВОЗ (рис. 3).



Рис. 3. Рекомендації щодо виробничого процесу

Джерело: складено авторами на основі [10; 11]

На виробництві вимоги стосуються як особистої гігієни персоналу, так і обладнання, інструментів, інвентаря, доведення інформації до споживачів про вжиті щодо їх безпеки заходи.

Дотримання рекомендацій щодо подолання пандемії на ринку готельних послуг України може швидко відновити зростання внутрішнього туризму, що забезпечить додаткові надходження в бюджет і відновлення соціально-економічної стабільності як країни в цілому, так і її регіонів.

Критична ситуація змушує боротися, приймати нестандартні рішення. У зв'язку з цим доречно згадати, що в китайській мові слова «криза» та «шанс» позначаються одним ієрогліфом. Отже, криза – це шанс задуматися, проаналізувати ситуацію та ризики, вийти на ринок із більш глибоким розумінням бізнес-процесів.

Для покращення стану індустрії гостинності в Україні необхідним є:

- розширення видів (асортименту послуг) та їх якості;
- збільшення різноманітності засобів розміщення (бутік-готелі, гостьові будинки, хостели, апарт-готелі);

- розвиток асортименту та підвищення доступності фінансових послуг (як інвестиційних для розвитку підприємств, так і послуг для туристів);
- розвиток послуг і систем зв'язку (зокрема в галузі інформатизації та телекомунікацій розвиток *online*-послуг) для створення комфортних умов перебування;
- розвиток інформаційного забезпечення індустрії гостинності, маркетингу, створення нових і реклама вже відомих туристських маршрутів;
- підсилення ролі оздоровчо-лікувального напряму й орієнтація на потреби різних категорій туристів.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи, слід відмітити, що сфера гостинності потребує оновлення, а окремі її складові – адаптації до сучасних карантинних вимог. Це вимагає від підприємців наполегливої праці над мінімізацією існуючих ризиків, перегляду ведення бізнес-процесів, а від держави – підтримки на законодавчому рівні більш вразливих галузей гостинності, насамперед ресторанного та готельного бізнесу.

Перелік посилань

1. John R. Walker. Introduction to Hospitality Management. 5th Edition. Boston: Pearson, 2017. 743 p.
2. L. Wagen & A. Goonetilleke. Hospitality management: strategy and operations. Print book: 3 edition. Frenchs Forest, NSW: Pearson Australia, 2012. 584 p.
3. Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2017. № 2 (30). С. 72–78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf> (дата звернення: 14.09.2021).
4. Пандяк І. Г. Місце та особливості сфери гостинності в туристичній індустрії. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*. 2017. № 2. С. 81–86.
5. Тарасюк Г. М., Чагайда А. О., Соколовська І. О. Перспективні напрями розвитку готельного бізнесу для забезпечення фінансової стабільності індустрії гостинності України. *Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка та управління підприємствами*. 2020. Вип. 55-2. С. 17–23.
6. Горбань В. К. Розвиток індустрії гостинності в Україні. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 16–17 квіт. 2020 р.). Черкаси, 2020. С. 509–512.
7. Онищук Н. В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. № 4. С. 297–304.
8. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документа «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 14.09.2021).

9. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID19): Закон України від 22.04.2020 р. № 3377. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI01905A.html (дата звернення: 15.09.2021).

10. Миав Тянь Тань. Организация труда в условиях пандемии COVID-19: руководство для работодателей. [31 Mar. 2020]. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_741557.pdf (дата звернення: 15.09.2021).

11. Работа в условиях пандемии COVID-19. Рестораны и кафе. URL: <https://www.facebook.com/business/small-business/resource/restaurants> (дата звернення: 17.09.2021).

References

1. Walker, J. R. (2017). *Introduction to Hospitality Management*. 5th Edition. Boston: Pearson, 2017. 743 p.

2. Wagen, L. & A. Goonetilleke, A. (2012). *Hospitality management: strategy and operations*. Print book: 3 edition. Frenchs Forest, NSW: Pearson Australia. 584 p.

3. Martiienko, A. I., Dyshkantiuk, O. V. (2017). The essence of hospitality as an economic category [Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii], *Economy: real time. Science journal*, No. 2 (30), P. 72–78, available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf> (last accessed 14.09.2021).

4. Pandiak, I. H. (2017). The place and features of the hospitality in the tourism industry [Mistse ta osoblyvosti sfery hostynnosti v turystychnii industrii], *Scientific notes of Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatyuk. Series: Geography*, No. 2, P. 81–86.

5. Tarasiuk, H. M., Chahaida, A. O., Sokolovska, I. O. (2020). Perspective directions of hotel business development to ensure financial stability of the hospitality industry of Ukraine [Perspektyvni napriamy rozvytku hotelnoho biznesu dlia zabezpechennia finansovoi stabilnosti industrii hostynnosti Ukrainy], *Tavriya National University named after VI Vernadsky. Series: Economics and enterprise management*, Issue. 55–2, P. 17–23.

6. Horban, V. K. (2020). Development of the hospitality industry in Ukraine [Rozvytok industrii hostynnosti v Ukraini], *Modern management technologies, information, financial and accounting support of economic development in the conditions of European integration: materials All-Ukrainian. scientific-practical conf.* (Cherkasy, April 16-17, 2020). Cherkasy, P. 509–512.

7. Onyshchuk, N. V. (2019). "Development of the hospitality industry in Ukraine and the world" ["Rozvytok industrii hostynnosti v Ukraini ta sviti"] *Economics and business management*, No. 4, P. 297–304.

8. The COVID-19 pandemic and its implications for tourism in Ukraine (*Update to the document "Roadmap for Competitive Tourism Development in Ukraine"*) [Pandemiia COVID-19 ta yii naslidky u sferi turyzmu v Ukraini

(*Onovlennia do dokumenta "Dorozhnia karta konkurentospromozhnoho rozvytku sfery turyzmu v Ukraini"*)], available at : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (last accessed 14.09.2021).

9. On Amendments to Certain Legislative Acts Concerning State Support for Culture, Creative Industries, Tourism, Small and Medium-Sized Business in Connection with Restrictive Measures Related to the Spread of Coronavirus Disease (COVID19): *Law of Ukraine* of April 22, 2020, № 3377. [Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv shchodo derzhavnoi pidtrymky sfery kultury, kreatyvnykh industrii, turyzmu, maloho ta serednoho biznesu u zviazku z diieiu obmezhuvalnykh zakhodiv, poviazanykh iz poshyrenniam koronavirusnoi khvoroby (COVID19) : *Zakon Ukrainy* vid 22.04.2020 r. № 3377], available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI01905A.html (last accessed 15.09.2021).

10. Miaw Tian Tan, Organization of Work in the COVID-19 Pandemic: A Guide for Employers [Organizatsiya truda v usloviyakh pandemii COVID-19: rukovodstvo dlya rabotodateley], (date of publication 31.03.2020), available at: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_741557.pdf (last accessed 15.09.2021).

11. Dealing with the COVID-19 pandemic. Restaurants and cafes [Rabota v usloviyakh pandemii COVID-19. Restorany i kafe], available at: <https://www.facebook.com/business/small-business/resource/restaurants> (last accessed 17.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338.488.2:640.4 (477), JEL Classification: Z310, L83

Капліна Т. В., Капліна А. С., Куш Л. І. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ.

Мета. Метою дослідження є тенденції розвитку індустрії гостинності, зокрема її складових: готельного та ресторанного господарства в умовах підвищених вимог, пов'язаних з карантинними заходами. **Методика дослідження.** У статті використано методи, що дозволяють реалізувати мету дослідження, зокрема: логічного узагальнення – під час визначення сучасного стану індустрії гостинності України; теоретичного узагальнення – під час визначення понятійного апарату сфери гостинності; аналізу та синтезу – під час дослідження сучасних тенденцій розвитку сфери гостинності та її складових: готельного та ресторанного господарства. **Результати.** Установлено, що в умовах карантинних обмежень найбільш вразливою стала сфера гостинності та її складові: туристична галузь, ресторанне та готельне господарство. На основі запропонованих МОП заходів для керівників підприємств авторами систематизовано рекомендації для готельного та ресторанного господарства. На підставі вивченого досвіду роботи підприємств ресторанного господарства запропоновано схему їх роботи під час пандемії, систематизовано вимоги до виробничого процесу в закладах ресторанного господарства. **Наукова новизна.**

На основі дослідження сучасних тенденцій розвитку індустрії гостинності запропоновано напрями покращення стану галузі. Систематизовані для ресторанного господарства схема реалізації продукції під час пандемії та рекомендації для виробничого процесу. **Практична значущість.** Упровадження в діяльність підприємств ресторанного господарства запропонованої авторами схеми роботи під час пандемії дозволить попередити скупчення людей і підвищить рівень безпеки як гостей, так і персоналу. Дотримання рекомендацій щодо виробничого процесу в закладах ресторанного господарства надасть їм можливість функціонувати навіть в умовах підвищених карантинних вимог.

Ключові слова: індустрія гостинності; тенденції розвитку; карантинні заходи; рекомендації; ресторанне господарство; готельне господарство; виробничий процес.

УДК 338.488.2:640.4 (477), JEL Classification: Z310, L83

Каплина Т. В., Каплина А. С., Куц Л. И. ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА УКРАИНЫ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ.

Цель. Целью исследования являются тенденции развития индустрии гостеприимства, в частности ее составляющих: гостиничного и ресторанного хозяйства в условиях повышенных требований, связанных с карантинными мероприятиями. **Методика исследования.** В статье использованы методы, позволяющие реализовать цель исследования, в частности: логического обобщения – при определении современного состояния индустрии гостеприимства Украины; теоретического обобщения – при определении понятийного аппарата сферы гостеприимства; анализа и синтеза – при исследовании современных тенденций развития сферы гостеприимства и ее составляющих: гостиничного и ресторанного хозяйства. **Результаты.** Установлено, что в условиях карантина наиболее уязвимой стала сфера гостеприимства и ее составляющие: туристическая отрасль, ресторанное и гостиничное хозяйство. На основе предложенных МОР мероприятий для руководителей предприятий авторами систематизированы рекомендации для гостиничного и ресторанного хозяйства. На базе изученного опыта работы предприятий ресторанного хозяйства предложена схема их работы во время пандемии, систематизированы требования к производственному процессу в учреждениях ресторанного хозяйства. **Научная новизна.** На основе исследования современных тенденций развития индустрии гостеприимства предложены направления улучшения состояния отрасли. Систематизированы для ресторанного хозяйства схема реализации продукции во время пандемии и рекомендации для производственного процесса. **Практическая значимость.** Внедрение в деятельность предприятий ресторанного хозяйства предложенной авторами схемы их работы во время пандемии позволит предупредить скопление людей и повысит уровень безопасности как гостей, так и персонала. Соблюдение рекомендаций к производственному процессу в учреждениях ресторанного хозяйства даст им возможность функционировать даже в условиях повышенных карантинных требований.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства; тенденции развития; карантинные мероприятия; рекомендации; ресторанное хозяйство; гостиничное хозяйство; производственный процесс.

UDK 338.488.2:640.4 (477), JEL Classification: Z310, L83

Kaplina T. V., Kaplina A. S., Kushch L. I. HOSPITALITY INDUSTRY OF UKRAINE: DEVELOPMENT TRENDS.

Purpose. The aim of the study is the development trends of the hospitality industry, in particular its components: the hotel and restaurant industry in conditions of increased requirements associated with quarantine measures. **Research methodology.** The article uses methods that make it possible to realize the goal of the study, in particular: logical generalization in determining the current state of the hospitality industry in Ukraine; theoretical generalization in defining the conceptual apparatus of the hospitality sphere; analysis and synthesis in the study of modern trends in the development of the hospitality industry and its components: hotel and restaurant industry. **Results.** Under the conditions of quarantine, the hospitality sector and its components were found to be the most vulnerable: the tourism industry, restaurant and hotel industry. On the basis of the measures proposed by the ILO for enterprise managers, the authors have systematized recommendations for the hotel and restaurant industry as well as the scheme of their operating during a pandemic is proposed and the requirements for the production process in the restaurant industry are systematized. **Scientific novelty.** Based on the study of modern trends in the development of the hospitality industry, directions for improving the state of the industry are proposed. The scheme for selling products during a pandemic and recommendations for the production process have been systematized for the restaurant industry. **Practical value.** The introduction into the activities of restaurant enterprises of the scheme of their work proposed by the authors during a pandemic will prevent crowding of people and increase the level of safety for both guests and staff. Compliance with the recommendations for the production process in restaurant establishments will enable them to function even in conditions of increased quarantine requirements.

Key words: hospitality industry; development trends; quarantine measures; recommendations; restaurant industry; hotel industry; manufacturing process.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Каплина Тетяна Вікторівна – доктор технічних наук, професор, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», завідувачка кафедри готельно-ресторанної та курортної справи, м. Полтава, Україна; e-mail: tatyanavkaplina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9445-5684>. Моб. 063-485-54-21.

Каплина Татьяна Викторовна – доктор технических наук, профессор, Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», заведующая кафедры гостинично-ресторанного и курортного дела, г. Полтава, Украина; e-mail: tatyanavkaplina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9445-5684>. Моб. 063-485-54-21.

Kaplina Tatyana Viktorovna – Doctor of Technical Sciences, Professor, Higher Educational Institution of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Head of the Department of Hotel and Restaurant and Resort Business, Poltava, Ukraine; e-mail: tatyanavkaplina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9445-5684>. Моб. 063-485-54-21.

Капліна Анна Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи, м. Полтава, Україна; e-mail: anitakaplina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7026-574X>. Моб. 063-485-54-20.

Каплина Анна Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», доцент кафедры гостинично-ресторанного и курортного дела, г. Полтава, Украина; e-mail: anitakaplina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7026-574X>. Моб. 063-485-54-20.

Kaplina Anna Serhiivna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Higher Educational Institution of Ukoopspilka «Poltava University of Economics and Trade», Associate Professor of Hotel and Restaurant and Resort Business, Poltava, Ukraine; e-mail: anitakaplina@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7026-574X>. Моб. 063-485-54-20.

Куш Лариса Іванівна – Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи, м. Полтава, Україна; e-mail: lora.kushch59@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7493-5800>. Моб. 095-506-92-42.

Куш Лариса Ивановна – Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», старший преподаватель кафедры гостинично-ресторанного и курортного дела, г. Полтава, Украина; e-mail: lora.kushch59@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7493-5800>. Моб. 095-506-92-42.

Kushch Larisa Ivanovna – Higher educational institution of Ukoopsoyuz «Poltava University of Economics and Trade», senior lecturer of the department of Hotel and Restaurant and Resort Business, Poltava, Ukraine; e-mail: lora.kushch59@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7493-5800>. Моб. 095-506-92-42.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ АСПЕКТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ У БІРЖОВОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УКРАЇНІ

Нестеренко В.Ю., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Болотова Т.М., канд. екон. наук, доцент

Харківський торговельно-економічний інститут УІПА

Постановка проблеми. Біржова діяльність є надзвичайно важливою для розвитку економіки будь-якої держави. Саме вона є ефективною ланкою сполучення між продавцем та покупцем товару, а також заходом засвоєння та перетворення вільних фінансових ресурсів суспільства. Отже, від загального стану розвитку біржового ринку багато в чому залежить рівень свободи конкуренції, а також прозорість обігу товарних та фінансових ресурсів в країні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам управління розвитком біржового ринку в країні та підвищення ефективності функціонування окремих бірж присвячена значна кількість публікацій, таких дослідників, як І.М. Вавдійчук, Ю.А. Дяченко, Т.А. Саприкіна, М.О. Солодкий, М.В. Гудзь [1-5]. Однак основну увагу в своїх роботах науковці приділяють вивченню загальних принципів організації та функціонування бірж, проблемам правового забезпечення їх діяльності та дослідженню статистичних показників розвитку біржового ринку в Україні, а також перспективам розвитку електронних біржових торгів [5, 6]. Проблемам вирішення специфічних питань реалізації біржової діяльності, таких як побудова ефективної системи біржового маркетингу, в дослідженнях приділено недостатньо уваги.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, вимагає подальшого розгляду проблема побудови ефективної системи маркетингу на біржах України в умовах діджиталізації.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сучасних підходів до біржового маркетингу та формування рекомендації щодо залучення маркетингових заходів у біржовому підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існування біржової діяльності як специфічної форми організації торгівлі в ринкових умовах господарювання визначає головні принципи та особливості функціонування бірж в Україні. Саме розвиток біржової торгівлі створює умови для економічного розвитку національної економіки та формує передумови для її інтеграції у світові ринки. Отже, збільшення обсягів діяльності та підвищення ефективності функціонування бірж – це загальна мета усіх суб'єктів біржового ринку.

Загальною метою управління біржею, безумовно, є поширення обсягів збуту біржових послуг та залучення більшого кола клієнтів. Тому на шляху

реалізації цієї мети стає важливим ефективно використання маркетингових заходів та інструментів, але з врахуванням специфічності біржової діяльності.

Залучення системи маркетингу у практику функціонування бірж на вітчизняному ринку є досить новим кроком, однак у світовій практиці біржової діяльності він вже кілька десятиріч підтверджує свою доцільність та ефективність.

Для більш чіткого розуміння досліджуваної проблеми, розглянемо саме визначення сутності маркетингу, як функції управління на біржі:

- поширеним є погляд, що розуміє маркетинг як одну з головних функцій діяльності біржі, метою якої є організація збутової діяльності та просування біржових послуг від біржі до потенційного клієнта;

- з другої точки зору, маркетинг на біржі – це комплексне поняття, що стосується організації і управління всією біржею в цілому, метою якої є створення потенційного попиту на біржові послуги з подальшим його задоволенням;

- іншим поширеним є погляд, який розуміє біржовий маркетинг як комплекс планування, організації, стимулювання реального та потенційного попиту на посередницькі операції біржі.

Отже, в межах визначених поглядів на сутність біржового маркетингу, можна виокремити наступні його види, відповідно до цільової направленості дій:

- маркетинг, який орієнтується на біржовий продукт або послугу, тобто такий, що має на меті просування самих інструментів біржової діяльності;

- маркетинг, кінцевою метою якого є клієнт, інвестор, споживач біржової послуги, такий вид маркетингу полягає у вивченні самого клієнта біржі, його вподобань, схильності до ризиків, вимог до дохідності операцій і пропозиції відповідних біржових послуг та товарів;

- змішаний маркетинг – найбільш поширений в сучасних умовах вид маркетингу, який ситуаційно використовує інструменти обох попередніх підходів.

Найбільш ефективний та поширений в сучасних умовах підхід до біржового менеджменту, базується на використанні поглядів та технологій саме комплексного змішаного підходу до біржового маркетингу, який не фокусується виключно на просуванні біржових продуктів, або виключно не орієнтується на потенційного споживача біржової послуги. Такий біржовий маркетинг передбачає наступні практичні рівні керування діяльністю біржі: застосування маркетингових заходів для підвищення кількості клієнтів; формування переліку біржових послуг, який максимально відповідає поточним та потенційним потребам споживачів, емітентів, клієнтів; розробка прозорого механізму формування ціни біржового обслуговування на всі види біржових послуг відповідно до рівня ризику та витрат; впровадження заходів розвитку біржової інфраструктури та інформаційного обслуговування.

Практичної реалізації означеного підходу до біржового менеджменту можна досягти в сучасних умовах за допомогою двох принципових шляхів:

- створення ефективних маркетингових служб в організаційній структурі управління біржею;
- розширення використання засобів електронної біржової торгівлі, як заходу, що найбільше відповідає сучасним тенденціям діджиталізації суспільних та економічних процесів [5-10].

Розглянемо кожен з цих шляхів більш докладно. В процесі реалізації біржового маркетингу шляхом створення нових або розвитку існуючих маркетингових служб можна сформулювати наступний перелік сучасних напрямків їх роботи:

- сприяння підвищенню швидкості розповсюдження біржової інформації, як головного виду продукції біржі, відповідно до потреб існуючих та потенційних клієнтів;
- дослідження біржової кон'юнктури, з метою виявлення потенційно привабливих біржових продуктів та послуг;
- створення та пропозиція нових біржових продуктів та послуг та формування потенційного попиту на них маркетинговими інструментами;
- індивідуальна робота з ключовими учасниками торгів;
- проведення просвітницьких та професійних заходів серед існуючих та потенційних учасників торгів, формування відділів для відвідувачів, тощо.

Розглянемо другий сучасний шлях реалізації біржового менеджменту, а саме використання засобів електронної біржової торгівлі в розрізі побудови ефективної системи біржового маркетингу. Сучасна біржова діяльність все більше переходить до онлайн-простору, а обсяги угод електронної торгівлі стрімко зростають [5]. Ці процеси мають свій вплив і на особливості реалізації біржового маркетингу через наступні причини: завдяки поширенню електронних форм біржових торгів до біржового ринку отримує доступ більша кількість учасників, з принципово різними цілями участі в біржових торгах, вподобаннями, обсягами фінансових ресурсів, схильністю до ризику, тощо; маркетингові служби мають поширювати свою увагу на більшу кількість учасників ринку, це ускладнює їх сегментування, створює підвищене навантаження на працівників служб; маркетингові служби біржі мають значно розширювати перелік стандартних біржових продуктів та послуг відповідно до потреб середніх та малих учасників біржових торгів.

Однак, поряд зі складностями, які формує для біржового ринку процес діджиталізації, який і надалі поширюється, існують і значні переваги, які спонукають біржову галузь до стрімкого подальшого розвитку, а саме: значне розширення кола потенційних учасників біржових торгів; використання стандартних програмних продуктів в ході реалізації електронних торгів створює умови для вільної конкуренції та надає всім учасникам рівні можливості доступу до торгів; можливість цілодобового ведення торгів, що особливо важливо у практиці міжнародних бірж; можливість створення більшої кількості самих бірж без обмежень наявністю матеріальних ресурсів або географічним положенням; скорочення частини статей витрат на реалізацію біржової діяльності та організацію самих біржових торгів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, як бачимо, на сьогодні для ефективної роботи біржі вже недостатньо пропозиції клієнтам певного стандартного пакету біржових продуктів та послуг. Маркетингові служби сучасної біржі мають вести свою роботу в умовах стрімкої діджиталізації та збільшення обсягів електронних торгів, що в свою чергу, вимагає додаткових зусиль по оновленню переліку біржових продуктів з обов'язковою їх орієнтацією на конкретну цільову клієнтську аудиторію, яка стає все більшою за чисельністю та все більше неоднорідною за вимогами та цілями участі в біржових торгах.

Перелік посилань

1. Вавдійчук І. М. Сучасний стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 15. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (дата звернення: 15.09.2021).

2. Дяченко Ю. А. Сучасний стан та особливості функціонування світового біржового ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 23. С. 51—54.

3. Саприкіна Т. А. Біржова торгівля як інструмент забезпечення лібералізації ринку електроенергії. *Молодий вчений*. 2016. № 2 (17). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/123.pdf> (дата звернення: 03.09.2021).

4. Солодкий М. О. Проблеми та напрями розвитку біржового товарного ринку в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. №10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5814> (дата звернення: 12.09.2021).

5. Гудзь М. В. Українські реалії та перспективи формування та функціонування біржової та електронної торгівлі. *Ефективна економіка*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6093> (дата звернення: 26.09.2021).

6. Багацька К., Гейдор А. Бізнес-процеси в умовах діджиталізації економіки. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. С. 23–32.

7. Дибя М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 7. С. 50–63.

8. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенько В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3 (27). С. 13–21.

9. Ковальчук С. В., Ковінько О. М., Лісовський І. В. Роль цифрового маркетингу в активізації міжнародної бізнес-діяльності підприємств. *Маркетинг і цифрові технології*. 2018. № 1. С. 55–73.

10. Семилітко Д. Діджиталізація в дії: як цифрова трансформація бізнесу впливає на успіх компанії. *Аудитор України*. 2019. № 5. С. 76–79.

References

1. Vavdiichuk, I. M. (2017). Current state and trends of exchange trade development in Ukraine [Suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku birzhovoi torhivli v

Ukraini], *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, No. 15, available at: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (last accessed 15.09.2021).

2. Dyachenko, Yu. A. (2017). Current state and features of the world stock market [Suchasnyi stan ta osoblyvosti funktsionuvannia svitovoho birzhovoho rynku], *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, No. 23, P. 51—54.

3. Saprykina, T. A. (2016). Exchange trade as a instrument to ensure the electricity market liberalization [Birzhova torhivlia yak instrument zabezpechennia liberalizatsii rynku elektroenerhii], *Molodyi vchenyi*, No. 2 (17), available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/123.pdf> (last accessed 03.09.2021).

4. Solodkyi, M. O. (2017). Problems and development directions of the exchange commodity market in Ukraine [Problemy ta napriamy rozvytku birzhovoho tovarnoho rynku v Ukraini], *Efektivna ekonomika*, No. 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5814> (last accessed 12.09.2021).

5. Ghudzj M. V. (2017). Ukrainian realities and prospects for the formation and functioning of stock exchange and e-commerce [Ukrajinsjki realiji ta perspektyvy formuvannja ta funkcionuvannja birzhovoji ta elektronnoji torghivli], *Efektivna ekonomika*, No.10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6093> (last accessed 26.09.2021).

6. Baghacjka K., Ghejdor A. (2019). Business processes in terms of economy digitalization [Biznes-procesy v umovakh dydzhytalizaciji ekonomiky], *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*, No.5, P. 23–32.

7. Dyba M. I., Ghernegho Ju. O. (2018). Digitalization of economy: international experience and possibilities of development in Ukraine [Dydzhytalizacija ekonomiky: svitovyj dosvid ta mozhlyvosti rozvytku v Ukraini], *Finance of Ukraine*, No.7, P. 50–63.

8. Karcheva Gh. T., Oghorodnja D. V., Openjko V. A. (2017). Digital economy and its influence on development of domestic and international economies [Cyfrova ekonomika ta ji ji vplyv na rozvytok nacionaljnoji ta mizhnarodnoji ekonomiky], *Financial Space*, No. 3 (27), P. 13–21.

9. Kovaljchuk S. V., Kovinjko O. M., Lisovsjkyj I. V. (2018). The role of digital marketing in activation of international business activities of enterprises [Rolj cyfrovogho marketynghu v aktyvizaciji mizhnarodnoji biznes-dijaljnosti pidpryjemstv], *Marketing and Digital Technologies*, No.1, P. 55–73.

10. Semylytko D. (2019). Digitization in action: how digital business transformation affects company success [Dydzhytalizacija v diji: jak cyfrova transformacija biznesu vplyvaje na uspikh kompaniji], *Auditor of Ukraine*, No.5, P. 76–79.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 339.172; JEL Classification: Q 02

Нестеренко В.Ю., Болотова Т.М. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ АСПЕКТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ У БІРЖОВОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ В УКРАЇНІ

Мета. Дослідження сучасних підходів до біржового маркетингу та формування рекомендації щодо залучення маркетингових заходів у біржовому підприємстві. **Методика дослідження.** В ході дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, метод логічного аналізу. Інформаційними ресурсами дослідження є електронні інформаційні ресурси і матеріали періодичних видань. **Результати.** Найбільш ефективний та поширений в сучасних умовах підхід до біржового менеджменту базується на використанні поглядів та технологій комплексного змішаного підходу до біржового маркетингу, який не фокусується виключно на просуванні біржових продуктів або виключно не орієнтується на потенційного споживача біржової послуги. Практичної реалізації означеного підходу до біржового менеджменту можна досягти в сучасних умовах за допомогою двох принципових шляхів: створення ефективних маркетингових служб в організаційній структурі управління біржею; розширення використання засобів електронної біржової торгівлі. Діджиталізація спонукає біржову галузь до стрімкого розвитку, що проявляється в значному розширенні кола потенційних учасників біржових торгів, створенні умов для вільної конкуренції та наданні всім учасникам рівних можливостей доступу до торгів, можливості цілодобового ведення торгів, що особливо важливо у практиці діяльності міжнародних бірж, можливості створення більшої кількості самих бірж без обмежень наявними матеріальними ресурсами або географічним положенням, скороченні частини статей витрат на реалізацію біржової діяльності та організацію самих біржових торгів. **Наукова новизна.** Сформовано рекомендації з залучення маркетингових заходів у біржовому підприємстві в умовах діджиталізації. **Практична значущість.** Запропоновані рекомендації можуть бути використані у біржовому підприємстві при формуванні ефективної системи маркетингу.

Ключові слова: біржове підприємство, маркетингові заходи, біржовий маркетинг, біржовий менеджмент, діджиталізація, електронні біржові торги.

УДК 339.172; JEL Classification: Q 02

Нестеренко В.Ю., Болотова Т.Н. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ АСПЕКТОВ РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В БИРЖЕВОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ В УКРАИНЕ

Цель. Исследование современных подходов биржевого маркетинга и формирование рекомендаций по внедрению маркетинговых мероприятий в биржевом предпринимательстве. **Методика исследования.** В ходе исследования использовались методы анализа и синтеза, метод логического анализа. Информационными ресурсами исследования являются электронные информационные ресурсы и материалы периодических изданий. **Результаты.**

Наиболее эффективный и распространенный в современных условиях подход биржевого менеджмента базируется на использовании взглядов и технологий комплексного смешанного подхода биржевого маркетинга, который не фокусируется исключительно на продвижении биржевых продуктов или исключительно не ориентируется на потенциального потребителя биржевой услуги. Практической реализации указанного подхода в биржевом менеджменте можно достичь в современных условиях с помощью двух принципиальных путей: создание эффективных маркетинговых служб в организационной структуре управления биржей; расширение использования средств электронной биржевой торговли. Диджитализация побуждает биржевую отрасль к стремительному развитию, что проявляется в значительном расширении круга потенциальных участников биржевых торгов, создании условий для свободной конкуренции и предоставлении всем участникам равных возможностей доступа к торгам, возможности круглосуточного ведения торгов, что особенно важно в практике деятельности международных бирж, возможности создания большего количества самих бирж без ограничений имеющимися материальными ресурсами или географическим положением, сокращении части статей расходов на реализацию биржевой деятельности и организацию самих биржевых торгов. **Научная новизна.** Сформированы рекомендации по внедрению маркетинговых мероприятий в биржевом предпринимательстве в условиях диджитализации. **Практическая значимость.** Предложенные рекомендации могут быть использованы в биржевом предпринимательстве при формировании эффективной системы маркетинга.

Ключевые слова: биржевое предпринимательство, маркетинговые мероприятия, биржевой маркетинг, биржевой менеджмент, диджитализация, электронные биржевые торги.

UDK 339.172; JEL Classification: Q 02

Nesterenko V.Yu., Bolotova T.M. ANALYSIS OF MODERN ASPECTS OF IMPLEMENTATION OF MARKETING MEASURES IN EXCHANGE ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Purpose. Research of modern approaches to stock exchange marketing and formation of recommendations for attracting marketing measures in exchange business. **Methodology of research.** The study used methods of analysis and synthesis, the method of logical analysis. The information resources of the study are electronic information resources and materials of periodicals. **Results.** The most effective and widespread in modern conditions approach to exchange management is based on the use of views and technologies of a comprehensive mixed approach to exchange marketing, which does not focus solely on the promotion of exchange products or does not focus exclusively on potential consumers of exchange services. The practical implementation of this approach to exchange management can be achieved in modern conditions through two fundamental ways: the creation of effective marketing services in the organizational structure of exchange management; expanding the use of e-exchange trading. Digitalization encourages the exchange

industry to rapid development, which is manifested in a significant expansion of potential participants in exchange trading, creating conditions for free competition and providing all participants with equal access to trading, opportunities for round-the-clock trading, which is especially important in international exchanges. more exchanges themselves without restrictions on available material resources or geographical location, reduction of part of the cost items for the implementation of exchange activities and the organization of the exchange trades themselves. **Originality.** The recommendations on attraction of marketing actions in the exchange business in the conditions of digitalization are formed. **Practical value.** The proposed recommendations can be used in exchange business in the formation of an effective marketing system.

Key words: exchange entrepreneurship, marketing activities, exchange marketing, exchange management, digitalization, electronic exchange trading.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Нестеренко Валентина Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: valentinaonisiforova@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9899-8427>. Моб. 099-499-14-28.

Нестеренко Валентина Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Nesterenko Valentyna – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Болотова Тетяна Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський торговельно-економічний інститут УІПА, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: tatabolotova1975@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1414-880X>. Моб. 050-302-57-77.

Болотова Татьяна Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский торгово-экономический институт УИПА, доцент кафедры маркетинга и торгового предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Bolotova Tatyana – Candidate of Sciences (Economics), Kharkov Institute of Trade and Economics UEPA, Associate Professor of the Department of Marketing and Trade Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

НАПРЯМИ АНАЛІЗУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Нестеренко В.Ю., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сідельнікова В.К., канд. пед. наук, доцент

*Харківський національний педагогічний університет імені
Г.С. Сковороди*

Постановка проблеми. Біржова діяльність є важливою ринковою умовою розвитку економіки будь-якої держави. Саме цей вид економічних відносин створює умови для поширення свободи конкуренції та забезпечує прозорість механізмів ціноутворення на головні сировинні, товарні, фінансові ресурси. Отже, забезпечення умов для розвитку біржової діяльності має бути однією з головних задач державного регулювання внутрішньої та зовнішньої торгівлі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам дослідження біржового ринку в світі та в Україні присвятила увагу в своїх дослідженнях досить значна кількість науковців, таких як Бритвенко А. С., Горяча О. Л., Войний І. І., Вавдійчук І.М., Дяченко Ю. А., Ковальчук С. В., Дrajниця С. А., Карпенко В. Л., Резнік Н. П., Солодкий М. О. [1-6]. Однак головним чином, дослідження зосереджені на вивченні правових аспектів регулювання біржової діяльності, а також дослідженні статистики діяльності світових бірж.

Невирішені складові загальної проблеми. Не зважаючи на значну кількість досліджень, вимагає подальшого розгляду проблема формування системи напрямків аналізу біржової діяльності в Україні, з метою забезпечення дієвої та об'єктивної оцінки їх ефективності та реальної чисельності на ринку, а також якісного відображення в державній статистиці вартості угод, що укладаються.

Формулювання цілей статті. Метою статті є формування переліку напрямків аналізу біржової діяльності в Україні та дослідження статистичних показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних ринкових умовах розвитку України органи її державного управління повинні забезпечувати умови для розвитку вільних ринкових економічних відносин. Саме біржі є уособленням вільної та прозорої торгівлі в ринкових умовах, бо саме завдяки їх діяльності:

- забезпечуються найвигідніші умови для всіх учасників торгів при укладанні угод;
- формуються прозорі ринкові ціни, які є результатом прямої взаємодії попиту та пропозиції на концентрованому ринку товару;

- за рахунок концентрації покупців та постачальників відбувається перешкоджання проявам монополізації ринків;
- регулюється оптовий товарообіг в національній та міжнародній торгівлі;
- формується ефективна система інформаційного забезпечення всіх учасників торгів;
- формуються стандарти на біржові товари;
- стандартизуються умови торгівлі, постачання, форми розрахунків, тощо.

Однак в сучасних умовах України склалася ситуація, коли біржовий ринок виконує свої функції на дуже незадовільному рівні й не забезпечує реалізації вище названих аспектів біржової діяльності в ринкових умовах господарювання. Такі висновки можна зробити на основі наступних фактів:

- за своєю економічною сутністю, біржа є постійно діючим оптовим ринком, однак, не зважаючи на вражаючу чисельність бірж в Україні, в порівнянні з більшістю інших країн світу, систематично діють серед них не більше 30% [7, 8];
- періодичні стрімкі зростання кількості бірж в Україні є результатом не підвищеного попиту на їх послуги з боку учасників торгів та результатом дії ринкових механізмів господарювання, а є відображенням впливу введення в дію законодавчих актів та обмежень у зовнішній торгівлі окремими групами товарів, таких як обов'язкова біржова реєстрація експортних контрактів, тощо.
- не зважаючи на велику кількість товарних бірж, які спеціалізуються на торгівлі агропромисловими товарами, в Україні все ще відсутній постійно діючий ефективний біржовий аграрний ринок.

Отже, кількісні статистичні показники, які характеризують діяльність бірж в Україні реально не відображають ситуацію на національному біржовому ринку. При цьому діяльності біржового ринку в сучасних умовах з боку державних органів приділяється настільки мало уваги, що з 2016 року навіть не ведеться офіційний статистичний аналіз та повністю відсутня офіційна статистика стосовно обсягів торгів в розрізі біржових угод – ведеться загальна статистика обсягів оптової торгівлі без індивідуалізації статистичних показників в розрізі товарних бірж.

Фактично єдиний статистичний аналіз, який стосується діяльності бірж в Україні ведеться лише по фондовим біржам Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку [9].

Стосовно діяльності фондових бірж в Україні статистичний аналіз обсягів їх діяльності ведеться за наступними напрямками:

- 1) реєстрація випуску цінних паперів, а саме досліджується:
 - обсяг та кількість випусків акцій, зареєстрованих Комісією;
 - обсяг та кількість випусків облігацій підприємств, зареєстрованих Комісією;
- 2) реєстрація випусків цінних паперів інститутів спільного інвестування;

- 3) аналіз діяльності операторів організованих ринків капіталу:
- обсяг торгів фінансовими інструментами на операторах організованих ринків капіталу;
 - обсяг торгів фінансовими інструментами на операторах організованих ринків капіталу з розподілом за видом фінансового інструменту;
 - обсяг торгів фінансовими інструментами на операторах організованих ринків капіталу з розподілом за видом фінансового інструменту (у розрізі операторів організованих ринків капіталу);
 - обсяг торгів фінансовими інструментами на операторах організованих ринків капіталу за видами ринку.

Отже, стосовно діяльності фондових бірж, можна зробити висновок про достатню увагу з боку державних керуючих органів до їх діяльності. Результати звітів Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за наведеними напрямками публікуються щоквартально та їх можна побачити у відкритому доступі. Також в Україні існує система публічного розкриття інформації про діяльність емітентів [10].

Стосовно ж діяльності товарних бірж в Україні ситуація виглядає принципово по іншому. Отже, необхідним є створення механізмів, які б забезпечили об'єктивну оцінку їх діяльності з метою впровадження керуючих дій в напрямку їх розвитку в Україні.

Першочерговим є створення прозорої системи формування статистичних даних про діяльність товарних бірж в Україні, які реально зможуть відобразити тенденції розвитку цього ринку. Для відповідного статистичного дослідження необхідне розкриття наступних груп інформації та розрахунків показників: дослідження кількості, структури, розмірів бірж, аналіз темпів зростання кількості у прямому зв'язку з обсягами укладених угод; аналіз обсягів попиту та пропозиції на біржах з метою виявлення формально діючих бірж; аналіз біржового обороту; аналіз показників ділової активності на біржовому ринку; аналіз біржових цін; аналіз обсягів строкових контрактів та похідних фінансових інструментів, як механізмів реалізації процедури хеджування; аналіз показників ефективності діяльності біржових установ та загальних показників галузі; аналіз показників розвитку біржової інфраструктури.

На сьогодні ж навіть статистичну інформацію стосовно кількості та структури бірж можна отримати за даними Державної служби статистики України [7] лише станом на 2015 рік. Показники за більш пізні терміни можна отримати лише на основі експертної думки дослідників [8].

Статистичні показники діяльності бірж в Україні станом на 2015 рік, без урахування показників тимчасово окупованих територій та території проведення ООС, наведені в табл. 1.

Статистичні показники обсягів біржової діяльності в Україні

Кількість зареєстрованих бірж	Значення показника	
	Кількість, од.	Питома вага у загальній кількості, %
Кількість зареєстрованих бірж	555	100
В тому числі:		
універсальні	104	18,74
товарні та товарно-сировинні	391	70,45
агропромислові	24	4,32
інші	36	6,49

Складено авторами на основі [7]

Отже, як бачимо, переважна частина зареєстрованих бірж в Україні станом на 2015 рік – це товарні та товарно-сировинні біржі. Слід також, відмітити ще одну особливість ведення статистики кількості бірж в Україні – загальна кількість визначається без урахування фондових бірж, статистичний аналіз яких фактично покладений на Національну комісію з цінних паперів та фондового ринку.

Стосовно показників кількості бірж у період після 2015 року, за думкою фахівців [8], їх прогнозна чисельність станом на 2020 рік є більшою за 600. Стосовно структури бірж, то загальна світова тенденція полягає у збільшенні частки товарних бірж, що пов'язане з загальною кризовою ситуацією в світі і поверненням уваги учасників біржових торгів саме до товарних контрактів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сучасний стан аналізу показників діяльності біржової галузі в Україні знаходиться у незадовільному стані і вимагає негайного перегляду та суттєвого збільшення уваги через важливість біржової інфраструктури для системи реалізації ринкових механізмів в економіці.

Перелік посилань

1. Бритвенко А. С., Горяча О. Л., Войний І. І. Організаційно-економічний механізм функціонування міжнародної електронної біржової торгівлі. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2020. № 1 (47). С. 9-14.

2. Вавдійчук І. М. Сучасний стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 15. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (дата звернення: 15.09.2021).

3. Дяченко Ю. А. Сучасний стан та особливості функціонування світового біржового ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 23. С. 51-54.

4. Ковальчук С. В., Дrajниця С. А., Карпенко В. Л. Світові тренди та тенденції розвитку біржової торгівлі на сучасному етапі. *Підприємництво і торгівля*. 2018. № 23. С. 10-14.

5. Резнік Н. П. Особливості функціонування вітчизняного біржового товарного ринку у сучасних умовах. *Збірник наукових праць Міжрегіональної Академії Управління персоналом*. 2016. №. 50. С. 115-118.

6. Солодкий М. О. Проблеми та напрями розвитку біржового товарного ринку в Україні. *Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка"*. 2017. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5814> (дата звернення: 05.09.2021).

7. Державна служба статистики України. *Статистична інформація. Внутрішня торгівля. Кількість бірж.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.09.2021).

8. Кухарець В. В., Булуй О. Г., Левківська Л. М. Тенденції розвитку біржового ринку в умовах глобалізації світової економіки. *Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка"*. 2021. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/92.pdf (дата звернення: 25.09.2021).

9. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. *Аналіз ринку*. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (дата звернення: 10.09.2021).

10. SMIDA. Емітенти. URL: <https://smida.gov.ua/db/> (дата звернення: 12.09.2021).

References

1. Britvenko, A. S., Goryacha. O. I., Vojniy, I. I. (2020). The organizational and economic mechanism of the functioning of the international electronic exchange trade [Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm funktsionuvannya mizhnarodnoi elektronnoi birzhovoi torhivli], *Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, No. 1 (47), P. 9-14.

2. Vavdiichuk, I. M. (2017). Current state and trends of exchange trade development in Ukraine [Suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku birzhovoi torhivli v Ukraini], *Global and national economic problems.*, No. 15, available at: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/36.pdf> (last accessed 15.09.2021).

3. Diachenko, Yu. A. (2017). Current status and features of the world exchange market performance [Suchasnyi stan ta osoblyvosti funktsionuvannya svitovoho birzhovoho rynku], *Scientific Bulletin of the International Humanities University*, No. 23, P. 51-54.

4. Kovalchuk, S. V., Drazhnitsya, S. A., Karpenko, V. L. (2018). World trends and tendencies of stock trading development at the present stage [Svitovi trendy ta tendentsii rozvytku birzhovoi torhivli na suchasnomu etapi], *Entrepreneurship and trade*, No. 23, P. 10-14.

5. Reznik, N. P. (2016). Features of functioning of the domestic exchange commodity market in modern conditions [Osoblyvosti funktsionuvannya vitchyznianoho birzhovoho tovarnoho rynku u suchasnykh umovakh], *Collection of scientific works of the Interregional Academy of Personnel Management*, No. 50, P. 115-118.

6. Solodky, M. O. (2017). Problems and ways of developments of the commodity exchange market in Ukraine [Problemy ta napriamy rozvytku birzhovoho tovarnoho rynku v Ukraini], *Electronic scientific professional publication "Effective Economics"*, No. 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5814> (last accessed 05.09.2021).
7. State Statistics Service of Ukraine. "Domestic trade. Number of exchanges" ["Statystychna informatsiia. Vnutrishnia torhivlia. Kilkist birzh"], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (last accessed 10.09.2021).
8. Kukharets, V. V., Bului, O. H., Levkivska, L. M. (2021). Trends in the development of the stock market in the context of globalization of the world economy [Tendentsii rozvytku birzhovoho rynku v umovakh hlobalizatsii svitovoi ekonomiky], *Electronic scientific professional publication "Effective Economics"*, No. 4, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2021/92.pdf (last accessed 25.09.2021).
9. National Commission on Securities and Stock Market. "Market analysis" ["Analiz rynku"], available at: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (last accessed 10.09.2021).
10. SMIDA. "Issuers" ["Emitenty"], available at: <https://smida.gov.ua/db/> (last accessed 12.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 339.172; JEL Classification: Q 02

Нестеренко В.Ю., Сідельнікова В.К. НАПРЯМИ АНАЛІЗУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Мета. формування переліку напрямів аналізу біржової діяльності в Україні та дослідження статистичних показників. **Методика дослідження.** В ході дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, метод логічного аналізу. Інформаційними ресурсами дослідження є електронні інформаційні ресурси і матеріали періодичних видань. **Результати.** В сучасних умовах України склалася ситуація, коли біржовий ринок виконує свої функції на дуже незадовільному рівні й не забезпечує реалізації головних аспектів біржової діяльності в ринкових умовах господарювання: не зважаючи на вражаючу чисельність бірж в Україні, в порівнянні з більшістю інших країн світу, систематично діють серед них не більше 30%; періодичні стрімкі зростання кількості бірж в Україні є результатом не підвищеного попиту на їх послуги з боку учасників торгів та результатом дії ринкових механізмів господарювання, а є відображенням впливу введення в дію законодавчих актів та обмежень у зовнішній торгівлі окремими групами товарів, таких як обов'язкова біржова реєстрація експортних контрактів, тощо; не зважаючи на велику кількість товарних бірж, які спеціалізуються на торгівлі агропромисловими товарами, в Україні все ще відсутній постійно діючий ефективний біржовий аграрний ринок. Отже, необхідним є створення механізмів, які б забезпечили об'єктивну оцінку діяльності бірж з метою впровадження керуючих дій в напрямку їх розвитку в Україні. Першочерговим є створення прозорої системи формування

статистичних даних про діяльність товарних бірж в Україні, які реально відобразять тенденції розвитку цього ринку. Для відповідного статистичного дослідження необхідне розкриття наступних груп інформації та розрахунок показників: дослідження кількості, структури, розмірів бірж, аналіз темпів зростання кількості у прямому зв'язку з обсягами укладених угод; аналіз обсягів попиту та пропозиції на біржах з метою виявлення формально діючих бірж; аналіз біржового обороту; аналіз показників ділової активності на біржовому ринку; аналіз біржових цін; аналіз обсягів строкових контрактів та похідних фінансових інструментів, як механізмів реалізації процедури хеджування; аналіз показників ефективності діяльності біржових установ та загальних показників галузі; аналіз показників розвитку біржової інфраструктури. **Наукова новизна.** Уточнено перелік напрямів аналізу діяльності товарних бірж України та проаналізовано статистичні показники біржової діяльності. **Практична значущість.** Запропоновані висновки можуть бути використані у біржовому підприємстві та державному управлінні для формування ефективної системи аналізу біржової діяльності.

Ключові слова: біржова діяльність, аналіз, статистичні показники, товарні біржі, фондові біржі.

УДК 339.172; JEL Classification: Q 02

Нестеренко В.Ю., Сидельникова В. К. НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА БИРЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Цель. формирования перечня направлений анализа биржевой деятельности в Украине и исследование статистических показателей. **Методика исследования.** В ходе исследования использовались методы анализа и синтеза, метод логического анализа. Информационными ресурсами исследования являются электронные информационные ресурсы и материалы периодических изданий. **Результаты.** В современных условиях Украины сложилась ситуация, когда биржевой рынок выполняет свои функции на очень неудовлетворительном уровне и не обеспечивает реализации главных аспектов биржевой деятельности в рыночных условиях хозяйствования: несмотря на впечатляющее количество бирж в Украине, по сравнению с большинством других стран мира, систематически действуют среди них не более 30%; периодический стремительный рост количества бирж в Украине является результатом не повышенного спроса на их услуги со стороны участников торгов и результатом действия рыночных механизмов хозяйствования, а является отражением влияния введения в действие законодательных актов и ограничений во внешней торговле отдельными группами товаров, таких как обязательная биржевая регистрация экспортных контрактов и т.д.; несмотря на большое количество товарных бирж, специализирующихся на торговле агропромышленными товарами, в Украине все еще отсутствует постоянно действующий эффективный биржевой аграрный рынок. Таким образом, необходимо создание механизмов, которые бы обеспечили объективную оценку деятельности бирж с целью внедрения управляющих действий в направлении их развития в Украине. Первоочередной является создание прозрачной системы

формирования статистических данных о деятельности товарных бирж в Украине, которые реально отразят тенденции развития этого рынка. Для соответствующего статистического исследования необходимо раскрытие следующих групп информации и расчет показателей: исследование количества, структуры, размеров бирж, анализ темпов роста количества в прямой связи с объемами заключенных договоров; анализ объемов спроса и предложения на биржах с целью выявления формально действующих бирж; анализ биржевого оборота; анализ показателей деловой активности на биржевом рынке; анализ биржевых цен; анализ объемов срочных контрактов и производных финансовых инструментов, как механизмов реализации процедуры хеджирования анализ показателей эффективности деятельности биржевых учреждений и общих показателей отрасли; анализ показателей развития биржевой инфраструктуры. **Научная новизна.** Уточнен перечень направлений анализа деятельности товарных бирж Украины и проанализированы статистические показатели биржевой деятельности. **Практическая значимость.** Предложенные выводы могут быть использованы в биржевом предпринимательстве и государственном управлении для формирования эффективной системы анализа биржевой деятельности.

Ключевые слова: биржевая деятельность, анализ, статистические показатели, товарные биржи, фондовые биржи.

UDK 339.172; JEL Classification: Q 02

Nesterenko V. Yu., Sidelnikova V. K. DIRECTIONS OF ANALYSIS OF EXCHANGE ACTIVITIES IN UKRAINE

Purpose. Formation of the list of directions of the analysis of exchange activity in Ukraine and research of statistical indicators. **Methodology of research.** The study used methods of analysis and synthesis, the method of logical analysis. The information resources of the study are electronic information resources and materials of periodicals. **Results.** In the current conditions of Ukraine there is a situation when the stock market performs its functions at a very unsatisfactory level and does not ensure the implementation of the main aspects of exchange activities in market conditions: despite the impressive number of exchanges in Ukraine, compared to most other countries. not more than 30% of them; Periodic rapid growth in the number of exchanges in Ukraine is the result of increased demand for their services by bidders and the result of market mechanisms, but is a reflection of the impact of legislation and restrictions on foreign trade in certain groups of goods, such as mandatory exchange registration of export contracts, etc .; Despite the large number of commodity exchanges specializing in trade in agro-industrial goods, Ukraine still lacks a permanent efficient exchange agricultural market. Therefore, it is necessary to create mechanisms that would provide an objective assessment of the activities of exchanges in order to implement management actions in the direction of their development in Ukraine. The priority is to create a transparent system for generating statistical data on the activities of commodity exchanges in Ukraine, which will really reflect the development trends of this market. For the relevant statistical study it is necessary to disclose the following groups of information and calculate indicators:

study of the number, structure, size of exchanges, analysis of growth rates in direct connection with the volume of transactions; analysis of supply and demand on exchanges in order to identify formally operating exchanges; exchange turnover analysis; analysis of indicators of business activity in the stock market; analysis of stock prices; analysis of the volume of futures contracts and derivative financial instruments as mechanisms for implementing the hedging procedure; analysis of performance indicators of exchange institutions and general indicators of the industry; analysis of indicators of exchange infrastructure development. **Originality.** The list of directions of the analysis of activity of commodity exchanges of Ukraine is specified and statistical indicators of exchange activity are analyzed. **Practical value.** The proposed conclusions can be used in exchange business and public administration to form an effective system of analysis of exchange activity.

Key words: exchange activity, analysis, statistical indicators, commodity exchanges, stock exchanges.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Нестеренко Валентина Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: valentinaonisiforova@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9899-8427>. Моб. 099-499-14-28.

Нестеренко Валентина Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Nesterenko Valentyna – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Сідельнікова Владислава Костянтинівна – кандидат педагогічних наук, доцент, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, доцент кафедри економічної теорії, фінансів і обліку, м. Харків, Україна; e-mail: vldasid09@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3851-6067>. Моб. 067-701-43-43

Сидельникова Владислава Константиновна – кандидат педагогических наук, доцент, Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды, доцент кафедры экономической теории, финансов и учета, г. Харьков, Украина.

Sidelnikova Vladyslava – Candidate of Sciences (Pedagogical Sciences), Associate Professor, Kharkiv National Pedagogical University named after G.S. Skovoroda, Associate Professor at the Department of Economic Theory, Finance and Accounting, Kharkiv, Ukraine.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ТА МОДЕЛЕЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Жалдак Г. П., канд. екон. наук, доцент

Яценко А. М., студентка

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Постановка проблеми. Важливою передумовою успіху компанії є вдале проведення досліджень щодо реакції споживачів на продукцію підприємства і подальший аналіз прийнятих ними рішень під впливом цієї реакції. Далі з урахуванням таких досліджень будується маркетингова стратегія підприємства, спрямована на найповніше задоволення споживчих потреб і запитів кінцевих споживачів. Поряд із цим, актуальним заданням забезпечення функціонування компанії є вміння вчасно передбачити зміни в перевагах споживачів, щоб у потрібний момент внести корективи у складові процесів виробництва продукції та комплексу маркетингу, і тим самим забезпечити низку вагомих переваг компаній у конкурентному середовищі в майбутньому.

Раніше компанії приділяли більше уваги дослідженням нових технологій виробництва, адже наявність більшої кількості характеристик товару прямопропорційно визначала кількість покупців. Більш конкурентоспроможною була та компанія, рівень інновацій якої був вищий. Зараз ситуація змінилася. З'явилася величезна кількість подібних товарів, причому на будь-який смак та за доступною ціною. Як же в таких умовах підприємство може виокремитися з-поміж своїх конкурентів? Можна піти одним шляхом і проводити постійну реінновацію продуктів. Проте варто зазначити, що це доволі ресурсозатратний метод і не завжди дієвий, оскільки немає гарантії, що споживачі позитивно сприйматимуть ті чи інші зміни в товарі. Крім того чим більше нових характеристик матиме продукт, тим дорожчим він буде. Якщо це не товар першої необхідності, який не має товарів-замінників, то скоріш за все покупці обиратимуть більш дешевий варіант інших компаній.

Щоб не витратити захмарні суми грошей на розробку нових технологій виробництва, можна обрати інший шлях і більш детально приділити увагу дослідженням поведінки споживачів. У результаті успішними є ті компанії, які провели достовірний аналіз поведінки споживача у процесі купівлі.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Спроби дослідити поведінку споживачів та визначити основні фактори впливу на її формування зроблені в працях таких вчених як Д. Енджел, Р. Беркуелл, П. Мініард, Ф. Котлер, Р. Армстронг. Серед вітчизняних авторів свій внесок у вивченні моделей поведінки споживача зробили Н. Богомаз, О. Вачевський, А. Дечко, О. Зозульов, Р. Іванова, С. Скибінський, О. Шафалюк та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. На основі аналізу досліджень авторами визначено необхідність провести аналітичне дослідження стосовно змін споживача про купівлю товарів в залежності від зміни зовнішніх та внутрішніх факторів; визначити особливості поведінки покупців враховуючи споживчі переваги продукту та структуру споживання.

Формулювання цілей статті. Мета статті – окреслити основні фактори та моделі поведінки споживача в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку сучасних соціологів-економістів в господарській системі постіндустріального суспільства акценти поступово зміщуються з процесів виробництва на процеси споживання. Неухильне зростання споживання є необхідною умовою суспільного процвітання. Отже, процес споживання стає основним ритуалом сучасного суспільства [1, С. 143].

Споживач прагнучі задовольнити свої потреби та максимізувати корисність від споживання виконує функцію суб'єкта ринку. Тобто, зрозуміло, що виробники орієнтовані на бажання та потреби споживачів, адже немає ніякого сенсу виробляти те, що не буде купуватися. Таким чином споживач бажаючи задовольнити свої потреби, формує попит на певний набір товарів та впливає на обсяг цього попиту.

Вчені виділяють декілька основних припущень щодо аналізу поведінки споживачів:

- аналіз уподобання стосується певного моменту. З часом уподобання окремого індивідуума змінюються;
- уподобання не залежать від обсягу доходу та ціни, тоді як вибір залежить від уподобань та обмежень, зумовлених ціною товарів та доходом;
- незважаючи на те, що всі уподобання суб'єктивні, вони впливають на всі види людської діяльності [2, С. 152].

Проте варто зазначити, що навіть маючи однаковий дохід, споживачі можуть мати різні вподобання і відповідно при цьому приймати різні рішення щодо покупки того чи іншого товару. Відповідно до цього було б неправильно спираючись на результати досліджень, будувати стратегію підприємства, яка буде однаковою абсолютно для всіх споживачів. У цьому і заключається основна складність досліджень мікроекономічної теорії, що неможливо дослідити і передбачити споживацьку поведінку абсолютно всіх суб'єктів ринку. Тому підприємства вимушені обирати такі стратегії продажу, які будуть задовольняти якщо не всіх, то хоча б більшу частину населення.

В умовах появи все більшої кількості підприємств, а відповідно і більшої кількості товарів, головним джерелом конкуренції стає надлишок продукту. Серед величезної кількості товарів споживачам важко визначити, що саме їм потрібно, відповідно вони шукають у товарах ті характеристики, за якими їх можна диференціювати.

У статті «Труднощі вибору» рекламістка Глорі Карлберг пояснила це явище так: «Багато років тому теоретики мерчандайзингу визначили, що в разі наявності вибору потенційному покупцеві складніше відмовитись. Однак,

можливо, нинішній надлишок вибору збиває покупців з пантелику, і ті радше будуть вдовольнятися старою моделлю, щоб не обирати між 23 розрекламованими варіантами» [3, С. 20].

Саме тому зараз успіх підприємства вирішує не лише унікальна технологія виробництва, а й вдалий аналіз споживчої поведінки та змога передбачити, як поведе себе покупець в тих чи інших умовах.

Спеціалісти виділяють 2 типи поведінки споживачів: позитивну та негативну. Позитивна – це така поведінка, коли споживач здійснює купівлю продукту. Негативна – полягає у стриманні покупця від придбання товару. Така поведінка є прихованою від продавця, адже той не може передбачити наперед, що споживач не має наміру купувати продукт. Негативна поведінка у свою чергу набуває 2 станів: стриманість та терпіння. Споживач стримує себе, коли на його поведінку впливають зовнішні фактори. Проте при цьому у нього є бажання і змога задовольнити свою потребу. Наприклад, він шукає більш якісний продукт, тому відмовляється купувати там, де якість товарів низька. Поведінка терпіння являє собою відмову від покупки товару через брак можливостей для придбання. Тобто у споживача є потреба придбати те чи інше благо, але з певних причин не вистачає ресурсів для задоволення цієї потреби.

Поведінка споживачів визначається мотиваційною та ситуаційною складовими. Мотиваційна складова формує напрямок поведінки покупця, а ситуаційна у свою чергу вказує ситуаційний вплив в рамках сформованого напрямку. Поряд із цим, домінуючими мотиваційними теоріями, які використовують для аналізу поведінки споживачів є:

1. Теорія Фрейда. Відповідно до цієї теорії, людина не усвідомлює до кінця причини здійснюваних нею вчинків. Вони знаходяться глибоко в нашій підсвідомості. Наприклад, жінки ретельно відносяться до випічки, так як цей процес підсвідомо асоціюється у них з процесом пологів. А куріння замінює смоктання пальця в дитинстві.

2. Теорія Маслоу. А. Маслоу виділив ряд потреб людини і проранжував їх. Згідно з А. Маслоу, потреби більш високого рівня не будуть задовольнятися до тих пір, поки не будуть задоволені потреби нижчого рівня. Потреби по А. Маслоу можуть бути представлені у формі піраміди [4, С. 92].

Прийнято вважати, що споживачам притаманна раціональна поведінка під час акту купівлі. Автори погоджуються з цим твердженням, оскільки кожен прагне до того, аби максимізувати загальну користь від споживання певних благ, орієнтуючись при цьому на наявні бюджетні обмеження. Як правило, раціональні споживачі звертають увагу на якість, ціну товару. Порівнюючи та аналізуючи ці данні споживач робить свій вибір.

Раціональними моделями споживацької поведінки можна визнати ті, які: не виходять за межі реального доходу; сприяють створенню оптимального балансу витрат і надходжень відповідно до структури споживання, що склалася й раціонально дозувалася; забезпечують контроль і нормування структури споживання і відповідних їм витрат, що не перевищують ліміти реального

доходу; сприяють резервуванню частини засобів з метою страхування від непередбачених ситуацій та обставин [5, С. 180-181].

Та чи завжди поведінка споживача керується функціональними факторами попиту і чи завжди в такому випадку поведінку споживача можна вважати раціональною? Як показує практика, покупці піддаються впливу різних психологічних факторів, що у свою чергу зумовлює «неекономічну» поведінку споживача. Так, наприклад, окрім ціни та якості продукту, на вибір людини також впливають її настрої, емоційний стан, темперамент.

Враховують також особисті відмінності споживачів. Вплив індивідуальних особистісних якостей на споживацьку поведінку розглянуто О. Дейнекою [5, С. 185] (табл. 1).

Таблиця 1

Взаємозв'язок особистісних якостей і споживацької поведінки

Особові якості	Особливості процесу покупки
Більш цілеспрямовані	Більш обережні в економічній поведінці, менше уваги приділяють другорядним ознакам товару і більш змістовним
Більш настирні	Виражена пошукова активність у поведінці споживача, послідовність і уникнення впливу ситуативних авторитетів.
Рішучість і самовладання	Пов'язані з ризиком, прагненням до новизни, з відсутністю боязні купувати нові товари.
Високий рівень емпатії	Більше турбуються з приводу правильності вибору товару. Раціональна ж оцінка товару часто відбувається вже після здійснення ним покупки.
Яскраво виражена афіліативна потреба	Більшою мірою при виборі товару спираються на інформацію, одержану з реклами.
Чутливість до зневаги іншими	Переживають почуття провини, проявляють ретельність, завзятість і недовіру. Чим довше та уважніше така людина вивчає товар, тим сильніше в неї негативні емоції, пов'язані зі страхом, що про неї погано подумують.

Джерело: [5, С. 185]

Окрім емоційних факторів на поведінку споживача впливає також соціальний фактор, коли індивід приймає рішення, відштовхуючись від поведінки свого оточення. У такому випадку попит на товар залежить не від якості та ціни на продукцію, а від моди, престижу, бажання споживача справити враження на інших.

У свою чергу, модель поведінки споживача визначається як формалізований опис зв'язку між діями людини та мотивами, що обумовлюють ці дії, а також чинниками, що визначають особисті характеристики споживача та особливості розвитку зовнішнього економічного середовища [6, С. 2].

Для визначення основних ефектів споживацької поведінки було проведено дослідження. Для цього було обрано товари, якими користується переважна кількість населення, а саме товари побутової техніки. Для збору

даних був застосований метод опитування за допомогою анкетування з використанням Google Формы. Проаналізовано відповіді 85 респондентів, 58% з яких жінки, а 42% – чоловіки. За соціальним становищем 92% опитуваних – це студенти, а інші 8% працююча частина населення. Всі респонденти відносяться до різних вікових категорій, проте переважна кількість опитуваних віком від 18 до 30. З тих 8% працюючих шоста частина займає посаду менеджера нижчого рівня, економіста або маркетолога з доходом понад 10 тис. грн.; 8.3% працюють у сфері ІТ-послуг або у сфері консалтингу та мають дохід понад 25 тис. грн. Решта опитуваних не працюють або ж студенти.

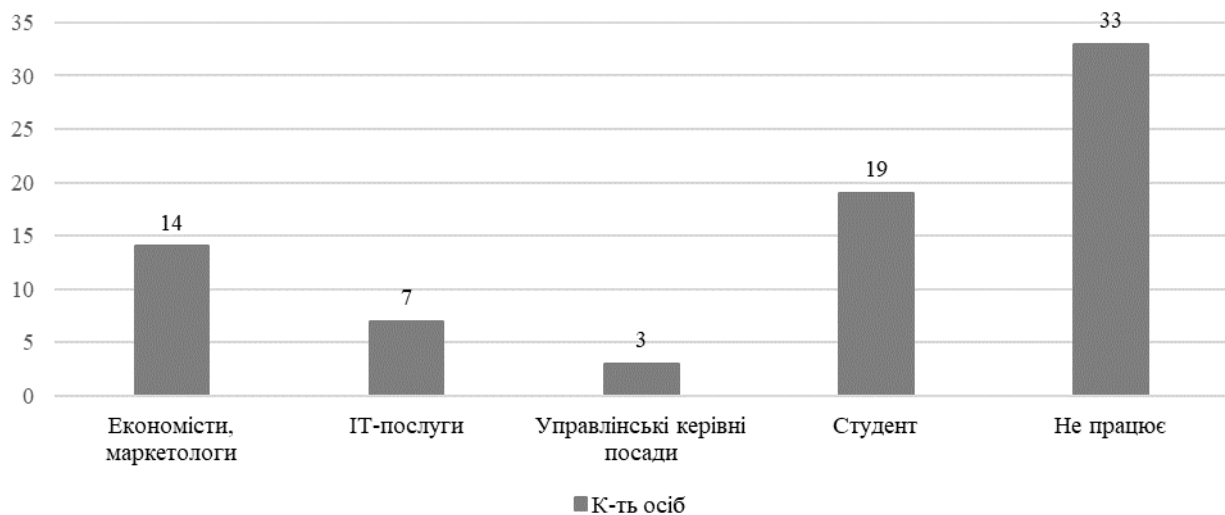


Рис. 1. Співвідношення опитуваних за посадами

Джерело: сформовано авторами

У респондентів був вибір між двома ноутбуками з однаковими характеристиками, проте з різною ціною. За результатами дослідження 78.8% (67 осіб) оберуть товар, ціна на який нижча. Відповідно 21.2% (18 осіб) опитуваних оберуть більш дорогий ноутбук. Це означає, що для п'ятої частини опитуваних характерний ефект моделі поведінки «ціна – якість». Тобто такі споживачі впевнені, що якісний товар завжди має вищу ціну навіть попри те, що обидва ноутбуки мають однакові характеристики.

Як правило, така модель поведінки характерна для споживачів, чий рівень доходу вище середнього. І в цьому є певна логічна закономірність. У своєму дослідженні А. Маслоу стверджує, що потреби людей поділяються на рівні в ієрархічному порядку. Відповідно для людей з низьким рівнем доходу важливо задовольнити бодай базові потреби людини такі як фізіологічні потреби, та потреба в безпеці. Для тих, хто має вищий рівень достатку, важлива вже не лише наявність благ, але й їх якість та престиж.

Престиж займає не останнє місце в плані поясненні вчинків покупців. Так, за зовнішніми ознаками (одяг, аксесуари) ми розділяємо людей за соціальними рангами. Саме тому більшість прагне до купівлі дорогих авто, розкішного одягу і т.д. Певній групі споживачів важливо те, яке враження вони справляють на інших.

Престиж та авторитет також є важливими характеристиками і складовими соціального статусу кожного. Символами соціального статусу може бути посада, звання, певні особистісні й ділові якості. Фактично статус є показником визнання значущості особистості з боку групи чи суспільства, у статусі виявляють себе групові норми й цінності [1, С. 147].

Саме цими закономірностями користуються компанії при створенні бренду. Насправді кількість компаній, які справді розуміють, як продавати не товар, а статус, дуже мало. Однією з таких можна вважати компанію *Apple*. Купуючи продукцію цієї компанії, споживачі платять не за багатофункціональний пристрій, а за статус, який вони отримують разом з привласненням продукції. Нижче наведена статистика кількості користувачів продукцією *Apple* в період 2018-2020 рр. [7].



Рис. 2. Кількість користувачів продукцією Apple

Джерело: сформовано авторами

Анкетування також охоплювало питання іміджу та репутації. Так, споживачам було поставлено питання, яку марку телефону вони оберуть, за умови, що вони обіймають високу посаду у відомій фірмі. Отримали наступні результати: 54% осіб вказали, що оберуть *iPhone*, 22.5% віддають перевагу *Samsung*, всі інші респонденти розділилися за різним відсотковим співвідношенням між іншими марками телефонів, такі як *Huawei*, *Xiaomi*, *Vivo*, *ZTI* та інші.

Аналізуючи дані, отримані в ході дослідження, ми також отримали, що за умови, якщо у респондентів буде дохід понад 30 тис. грн., 48% опитуваних придбає новий *iPhone* за ціною 28 тис. грн.

Коли споживач купує будь-які брендові товари, він задовольняє перш за все свою потребу в приналежності до певної групи населення і лише після цього задовольняє потребу в користуванні товаром. Так, наприклад, респондентам була запропонована ситуація на визначення типу поведінки: у них є 40 тис. грн. і їм потрібно придбати ноутбук. При цьому є вибір з трьох моделей: новий ноутбук марки *Lenovo Legion 5* за 36 тис. грн; новий ноутбук марки *Acer Nitro* за 40 тис. грн + колонки в подарунок і б/в *MacBook Apple* за 25 тис. грн.

За результатами опитування 27% споживачів придбають потриманий *MacBook* замість того, щоб придбати новий ноутбук. Це говорить про те, що цій групі людей притаманний ефект Веблена або як його ще називають ефект демонстративного споживання. Це той випадок, коли споживач купує товар не через потребу в ньому, а через бажання справити враження на оточуючих.

До подібної поведінки схильні люди, які за рахунок придбання нових дорогих товарів намагаються підвищити свій соціальний статус в очах оточуючих. Найчастіше вони схильні до ототожнення таких понять як «вартість» і «корисність», при цьому, не звертаючи належної уваги на якість самого продукту [8].

Проте відповідно до аналізу нами статистичних даних, таких людей серед опитуваних меншість. А от «економічних» споживачів більшість. Дослідження показує, що 40% (34 особи) опитуваних придбають ноутбук за 36 тис. грн. Про таких споживачів можна сказати, що їхня споживацька поведінка є раціональною, адже вони зберігають певну частину доходу на випадок непередбачуваних ситуацій.

І власне 33% (28 осіб) стверджують, що оберуть ноутбук за 40 тис. грн. з колонками у подарунок. Відповідно третя частина респондентів є яскравим підтвердженням аксіоми ненасичуваності, коли споживач установлює такий порядок переваг, за якого споживач завжди визнає за краще більшу кількість благ порівняно з меншою. Дані дослідження наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Відсоткове співвідношення вибору респондентів

Модель	%	Кількість респондентів
<i>Lenovo Legion 5</i>	40	34
<i>Acer Nitro</i>	33	28
<i>Mac Apple</i>	27	23

Джерело: сформовано авторами

Ще одним завданням, яке ми хотіли вирішити за допомогою проведення анкетування було дослідити поведінку споживачів на ефект «вірність якості», що демонструє стійку прихильність до певного бренду чи торгівельної марки, яка є своєрідним гарантом якості при купівлі нових товарів. Ми запитали респондентів чи оберуть вони іншу марку телефону, якщо впродовж довгого часу вони купували товари однієї марки, але зараз у них не вистачає на це коштів.

На рис. 3 продемонстровано результати нашого дослідження: 2,5% (2 особи) за умови нестачі коштів готові взяти кредит, аби придбати товар потрібної їм марки; 35,5% (30 осіб) придбають товар іншої марки, а 62% (52 особи) тобто переважна більшість опитуваних, згодні відтермінувати покупку товару з метою накопичення необхідної суми для придбання продукції того бренду, що їм до вподоби.



Рис. 3. Вибір споживачів за ефектом «вірність якості»

Джерело: сформовано авторами

Висновки з проведеного дослідження. Отже, дослідження моделей поведінки споживачів надали можливість визначити, що для 27% респондентів характерна модель поведінки споживача з ефектом Веблена, 62% опитуваних «зберігатимуть вірність» торговій марці за різних умов, в той час як майже 55% респондентів мають модель поведінки, характерну для ефекту «бендвегона», 48% опитуваних придбають *iPhone* за 28 тис. грн. при доході понад 30 тис. грн. і 40% (що в кількісному вираженні дорівнює 34 людини) проявляють раціональну поведінку. Дослідження за допомогою анкетування допомогли визначити: як покупець приймає рішення про покупку; яким чином зовнішні фактори, а також характеристики покупця впливають на його поведінку.

Перелік посилань.

1. Ложкін Г. В., Комаровська В. Л., Воленюк Н. Ю. Економічна психологія: навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Київ, 2008. 464 с.
2. Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Ігнатюк А. І., Слухай С. В. Мікроекономіка: підручник / за ред. Базилевича В. Д. Київ, 2008. 679 с.
3. Марті Ньюмеєр Найкращий посібник з брендингу ZAG / перек. з англ. "Клуб Сімейного Дозвілля", 2017. 192 с.
4. Зозульов А. В., Кубишина Н.С. Маркетинг: навчальний посібник / під ред. С. А. Солнцева. К.: Знання, 2011. 421 с.
5. Наумік К. Г. Економічна психологія: навчальний посібник. Харків, 2007. 276 с.
6. Бондарчук Т. Л. Модель поведінки споживача: теоретико-методологічні аспекти. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 3-7.

7. Офіційний сайт Apple Statistics: веб-сайт. URL: <https://www.businessofapps.com/data/apple-statistics/> (дата звернення: 02.09.2021).
8. MGN маркетингове агентство. Показне споживання: стадний ефект або снобізм?: веб-сайт. URL: <https://mgn.com.ua/uk/pokaznoe-potreblenie-stadnyj-instinkt-ili-snobizm/> (дата звернення 08.09.2021).
9. Роберт Пиндайк, Даниель Рабинфельд Мікроекономіка; 5-те вид., перек. з англ. Київ, 2011. 608 с.
10. Башнянин Г. І., Зав'ялова О. Р. Мікроекономічна теорія: навчальний посібник. 3-тє вид. Львів, 2020. 391 с.

References

1. Lozhkin, N. V., Komarovska, V. L., Voleniuk, N. Yu. (2008). *Economic psychology [Ekonomichna psykholohiia]: textbook, 3rd ed.*, Kyiv, 464 p.
2. Bazylevych, V. D., Bazylevych, K. S., Ihnatiuk, A. I., Slukhai, S. V. (2008). *Microeconomics [Mikroekonomika]: textbook*, Kyiv, 679 p.
3. Newmeyer, M. (2007). *The best guide to ZAG branding [Naikrashchyi posibnyk z brendynhu ZAG]: trans. from Eng. "Klub Simeinoho Dozvillia"*, 192 p.
4. Zozulov, A.V. (2011). *Marketing [Marketynh]: textbook / pid red. S. A. Solntseva. K.: Znannia*, 421 p.
5. Naumik, K. H. (2007). *Economic psychology [Ekonomichna psykholohiia]: textbook*. Kharkiv, 276 p.
6. Bondarchuk, T. L. (2016). Model of consumer behavior: theorists-methodological aspects [Model povedinky spozhyvacha: teoretyky-metodolohichni aspekty]. *Global and national economic problems*, No. 11, P. 3-7.
7. Official site of Apple Statistics: website, available at: <https://www.businessofapps.com/data/apple-statistics/> (last accessed 02.09.2021).
8. MGN marketing agency. Showy consumption: herd effect or snobbery? [Pokazne spozhyvannya: stadnyy efekt abo snobizm?]: web site, available at: <https://mgn.com.ua/en/pokaznoe-potreblenie-stadnyj-instinkt-ili-snobizm/> (last accessed 08.09.2021).
9. Pyndaik, R., Rabyinfeld, D. (2011). *Microeconomics [Mikroekonomika] / 5th ed., trans. from Eng.* Kyiv, 608 p.
10. Bashnianyn, H. I., Zavialova, O. R. (2020). *Microeconomic theory [Mikroekonomichna teoriia]: textbook, 3rd ed.* Lviv, 391 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК: 339.138; JEL Classification: M31

Жалдак Г.П., Яценко А. М. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ТА МОДЕЛЕЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Мета дослідження: окреслити основні фактори та моделі поведінки споживача у сучасних умовах. **Методика дослідження.** Для вирішення мети, нами було: проведено аналітичне дослідження стосовно змін споживача про купівлю товарів в залежності від зміни зовнішніх та внутрішніх факторів; визначено особливості поведінки покупців враховуючи споживчі переваги продукту та структуру споживання. **Результати дослідження.** У статті висвітлюються як зовнішні, так і внутрішні фактори, що впливають на поведінку споживачів, описуються моделі поведінки споживачів. Проаналізовано, як компанії використовують результати дослідження поведінки споживачів у своїй діяльності. Висвітлюються основні фактори, що впливають на рішення покупця придбати товар. У статті досліджено, як споживач змінює своє рішення про купівлю товару залежно від зміни зовнішніх та внутрішніх факторів, визначили особливості поведінки споживача з урахуванням споживчих уподобань товару та структури споживання. В дослідженні представлено результати анкетування 85 осіб щодо їхнього вибору товарів побутової техніки. Наведені результати дослідження щодо того, як соціум впливає на прийняття рішення індивідом. **Наукова новизна:** Визначено як компанії можуть використовувати психологічні та соціально-економічні аспекти поведінки споживача у побудові процесу виробництва та розробці маркетингової стратегії. **Практичне значення отриманих результатів.** Виходячи з цього можна зробити висновок, що спираючись на результати дослідження поведінки споживачів, компанія зможе значно покращити процес виробництва. Практична цінність дослідження полягає в тому, що підприємство на основі результатів анкетування може відносно передбачити поведінку покупця в певних ситуаціях і відповідно до цього розробити вдалу рекламну кампанію та регулювати обсяги виробництва того чи іншого товару, що може суттєво вплинути на дохід підприємства.

Ключові слова: споживач; ринок вільної конкуренції; вибір споживача; поведінка споживача.

УДК: 339.138; JEL Classification: M31

Жалдак А.П., Яценко А.Н. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И МОДЕЛЕЙ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Цель исследования: определить основные факторы и модели поведения потребителя в современных условиях. **Методика исследования.** Для решения цели, нами было: проведено аналитическое исследование по изменению решения потребителя о покупке товаров в зависимости от изменения внешних и внутренних факторов; определены особенности поведения покупателей учитывая потребительские преимущества продукта и структуру потребления. **Результаты исследования:** В статье высветлены как внешние, так и

внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей, описываются модели поведения потребителей. Проанализировано, как компании используют результаты исследования поведения потребителей в своей деятельности. Обозначены основные факторы, влияющие на решение покупателя приобрести товар. В статье мы исследовали, как потребитель меняет свое решение о покупке товара в зависимости от изменения внешних и внутренних факторов, определили особенности поведения потребителя с учетом потребительских предпочтений товара и структуры потребления. В статье представлены результаты анкетирования 85 человек по их выбору товаров бытовой техники. Приведенные результаты исследования того, как социум влияет на принятие решения индивидом. **Научная новизна:** Определено как компании могут использовать психологические и социально-экономические аспекты поведения потребителя в построении процесса производства и разработке маркетинговой стратегии. **Практическое значение полученных результатов:** Исходя из этого можно сделать вывод, что, опираясь на результаты исследования поведения потребителей, компания сможет значительно улучшить процесс производства. Практическая ценность исследования заключается в том, что предприятие на основе результатов анкетирования может относительно предсказать поведение покупателя в определенных ситуациях и в соответствии с этим разработать удачную рекламную кампанию и регулировать объемы производства того или иного товара, может существенно повлиять на доход предприятия.

Ключевые слова: потребитель; рынок свободной конкуренции; выбор потребителя; поведение потребителя

UDK: 339.138; JEL Classification: M31

Zhaldak H.P., Yatsenko A.M. ANALYSIS OF FACTORS AND MODELS OF CONSUMER BEHAVIOR

Purpose: an analytical study on changes in the consumer's purchase of goods depending on changes in external and internal factors; the peculiarities of customer behavior are determined taking into account the consumer preferences of the product and the structure of consumption. **Research methodology.** To solve the goal, we conducted: In the article we investigated how the consumer changes his decision to buy goods depending on changes in external and internal factors, identified the characteristics of consumer behavior taking into account consumer preferences and consumption structure. **Results:** The article highlights both external and internal factors influencing consumer behavior, describes models of consumer behavior. It is analyzed how companies use the results of consumer behavior research in their activities. The main factors influencing the buyer's decision to buy the product are highlighted. The purpose of the article is to outline the main factors and models of consumer behavior in modern conditions. The article presents the results of a survey of 85 people on their choice of household appliances. **Originality:** The results of a study on how society influences individual decision-making are presented. It is defined how companies can use psychological and socio-economic aspects of consumer behavior in building the production process and developing a marketing strategy. **Practical value:** Based on this, we can conclude that based on the results of

research on consumer behavior, the company will be able to significantly improve the production process. The practical value of the study is that the company based on the results of the survey can relatively predict the behavior of the buyer in certain situations and accordingly develop a successful advertising campaign and regulate the production of a product that can significantly affect the company's income.

Keywords: consumer; free competition market; consumer choice; consumer behavior.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Жалдак Ганна Петрівна – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна, e-mail: Ann17@i.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3421-3648>. Моб. 096-735-23-90.

Жалдак Анна Петровна - кандидат экономических наук, доцент, Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского», г. Киев, Украина.

Zhaldak Hanna Petrovna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky", Kyiv, Ukraine.

Яценко Анна Миколаївна – студентка, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна, e-mail: anikastorm938@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3630-4930>. Моб. 099-731-77-89.

Яценко Анна Николаевна - студентка, Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского», г. Киев, Украина.

Yatsenko Anna Mykolayivna - student, National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky", Kyiv, Ukraine.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЕКОНОМІКО – МАТЕМАТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ (ПОПИТУ) ТА ЗБУТУ ТОВАРІВ (ПРОПОЗИЦІЯ) НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Шершенюк О.М., канд. екон. наук, доцент
Прокопенко М.В., старший викладач
Харківський національний автомобільно-дорожній університет;*

Постановка проблеми. Економічні дослідження потреб споживачів (попиту) стають органічною частиною виробничо-збутової діяльності підприємства і повинні здійснюватися постійно, тому що тільки безупинно обновлювана інформація дає уявлення про передбачувані і реальні результати заходів і динаміку їх впливу на зовнішній ринок та споживачів, а також можливість ефективно управляти збутовою діяльністю підприємства.

Важливість та практична цінність економічних досліджень полягає ще й в тому, що вони показують початкові реакції на заходи і зародження економічних процесів, допомагають виробнику налагодити обмін інформацією з різними елементами ринку та власними структурами, залучити до своїх дій широке коло фахівців на всіх рівнях, одержати представлення про їх реакцію на запропоновані дії, стимулювати пошук, висування й оперативне пророблення робочих ідей та задумів.

Закордонна практика свідчить, що виробник одержує безліч корисних для управління своєю діяльністю даних навіть у результаті звичайних досліджень: кон'юнктурного аналізу ринку, кон'юнктурного аналізу товару, сегментаційного аналізу споживача.

Отже, за результатами економічних досліджень підприємства зможуть одержати інформацію, що допоможе сформулювати стратегію практичних заходів, створивши базу тривалого використання для стратегічного планування діяльності підприємства в цілому.

Зазначеним вище доводиться актуальність проблеми та необхідність докладного дослідження даного питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження людських потреб (попиту) – це систематичне визначення повного переліку вхідних даних (інформації), необхідних для успішної комерційної діяльності підприємства, їх збір, аналіз та звіт про результати.

В цілому дослідження можна визначити як процес систематичного дослідження потреб споживача з метою встановлення поточного потенційного попиту на споживчі й промислові продукти, забезпечення бази для прийняття управлінських рішень.

Вагомий внесок в дану проблематику внесли такі вчені як П. Котлер, Дж. Еванс, Д Робинсон. Різні аспекти цього процесу розглядають вітчизняні вчені: Н.С. Краснокутська, Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна, М.В. Вачевський, М.І. Долішній, С.Г. Скотний та інші. [1, 2, 3].

Широке коло вчених розглядають економічні дослідження як систематичне визначення кола даних, необхідних для вирішення завдань, що стоять перед фірмою, їх збір, аналіз та звіт про результати.

Таким чином дослідження – систематичний збір, відображення й аналіз даних про проблеми, пов'язаних з попитом і пропозицією товарів та послуг. Крім того, це комплексне поняття, що включає всі види дослідницької діяльності, пов'язані з управлінням.

Як в закордонних, так і в вітчизняних роботах не розглядаються проблеми економічного дослідження в умовах тактичного та стратегічного розвитку пропозиції, що є, на наш погляд, особливо важливим в даний час. Сучасні економічні дослідження повинні бути пов'язані з прийняттям рішення по всій збутовій діяльності, стосуватися всіх елементів пропозиції товарів, послуг та зовнішнього середовища фірми.

Тому при здійсненні економічних досліджень необхідний науковий підхід, що базується на об'єктивності, точності і математичної статистики [4].

Невирішені складові загальної проблеми. Для прийняття фірмою рішення щодо вибору характеристик товару, що випускається (пропозиція) важливе значення мають:

- розробка та затвердження цілей діяльності фірми на майбутній період, зокрема відносно попиту та пропозиції;
- аналіз потреб та бажань споживача, аналіз ринку (попиту та пропозиції конкретних видів товарів та послуг);
- перспективи розвитку даного різновиду товарів та послуг;
- неупереджена оцінка виробничих можливостей підприємства.

На даний час при проведенні економічних досліджень методи широкого анкетування та математико – статистичної обробки отриманих даних використовуються вкрай обмежено (особливо у малому та середньому бізнесі), що призводить до отримання помилкових рішень та економічних втрат.

Формування цілей статті. Мета дослідження полягає в розробці шляхів підвищення ефективності прийняття рішень щодо пропозиції товарів та послуг на основі проведення економічних досліджень попиту та пропозиції на основі економіко – математичних методів (на прикладі ринку продуктів харчування).

Виклад основного матеріалу дослідження. Для позиціонування продукту на ринку, виявлення та вибору сегментів ринку велике значення має характеристика та моделювання купівельної поведінки, виявлення думок і переваг споживачів, мотивації покупок. Інформаційною базою цього аналізу служать опитування споживачів та посередників, інформація торговельних кореспондентів, матеріали отримані в процесі пробного дослідження тощо.

Продукти харчування відносяться до товарів, які споживачі найчастіше вибирають самі. В зв'язку з цим споживчі оцінки мають стратегічне значення,

як для виробників, так і для фірм, що беруть участь у збуті. Остаточне та реальне позиціонування товару здійснюється у свідомості споживача. Ціннісні орієнтації та уявлення людей неможливо змінити за допомогою маркетингу та регулювання пропозиції, тому важливо, щоб продукція по своїх товарних якостях гармоніювала з запитами та потребами споживачів. У зв'язку з цим важливим є аналіз складу реальних покупців та їх мотивацій при придбанні.

Таким чином, ціль економічного дослідження – аналіз впливу якісних та товарних характеристик на вибір покупців, а також виявлення закономірностей в структурі переваг окремих категорій споживачів на прикладі ринку кондитерських виробів (шоколаду) [5].

В ході досліджень була використана анкета з наступними питаннями.

1. Вік.

2. Сімейний стан.

1. Потреба в покупці.

2. Рівень доходів.

3. Сорт виробу, що купується.

4. Джерело інформації про продукт (реклама, рекомендації фахівців, власна думка).

5. Важливість окремих параметрів (смакові якості; натуральність продукту; ціна; виробник; популярність тощо).

В результаті опитування 100 чоловік було виявлено, що близько 40% респондентів віддають перевагу кондитерським виробам, зробленим одним виробником.

Серед опитаних споживачів переважають групи покупців із середнім грошовим доходом (50%), споживачі з високим грошовим доходом представлені майже 1/3 респондентів (29%), на частку споживачів з низьким грошовим доходом приходить майже 1/4 респондентів (21%).

Серед опитаних споживачів рівномірно розподілені всі вікові групи. Однак варто врахувати, що велику кількість продуктів купують батьки для дітей. Дані сегментації дозволили визначити, що респонденти, які мають дітей, мають потребу в покупці даного виду продукту частіше, ніж бездітні родини.

Також була встановлена залежність: у респондентів, що мають високий та середній рівень доходів, у щоденному раціоні харчування присутні різноманітні сорти кондитерських виробів (від найдешевшого до найдорожчого), на відміну від споживачів з низьким рівнем доходів, що купують їх час від часу, причому віддають перевагу найдешевшим сортам.

Близько 75% споживачів приймають рішення про покупку самостійно, інші здійснюють покупку за рекомендацією спеціаліста або прямою вказівкою (рис. 1).

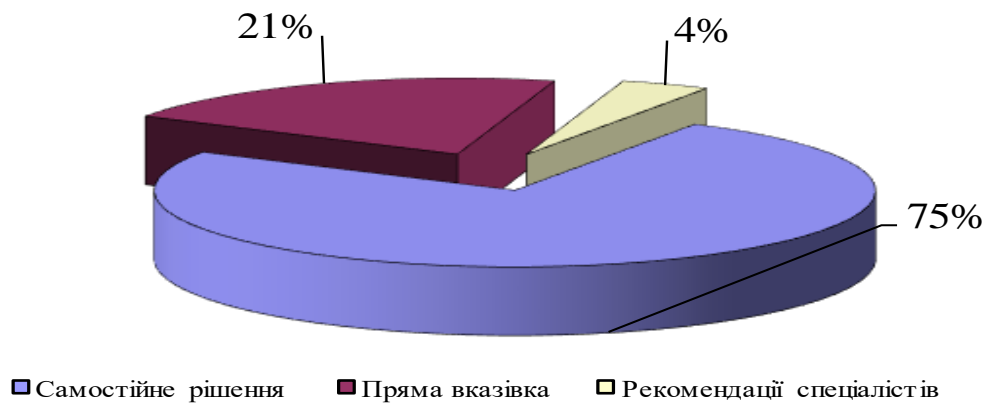


Рис. 1. Рішення про покупку

Джерело: авторська розробка

Що стосується продукту, то для 90% респондентів одним з основних джерел інформації про нього була реклама, що в значній мірі визначила вибір майже 60% респондентів. Серед різних видів реклами споживачі відзначили вплив інтернет - роликів та реклами на транспорті.

Ціна поряд зі смаковими якостями є одним з найбільш важливих факторів, що впливають на вибір покупця. При цьому думки споживачів розділилися: одна частина респондентів (більш половини опитаних) розглядає ціну як показник якості; інша, змушена заощаджувати грошові кошти, – враховує ціну як вирішальний фактор при здійсненні покупки.

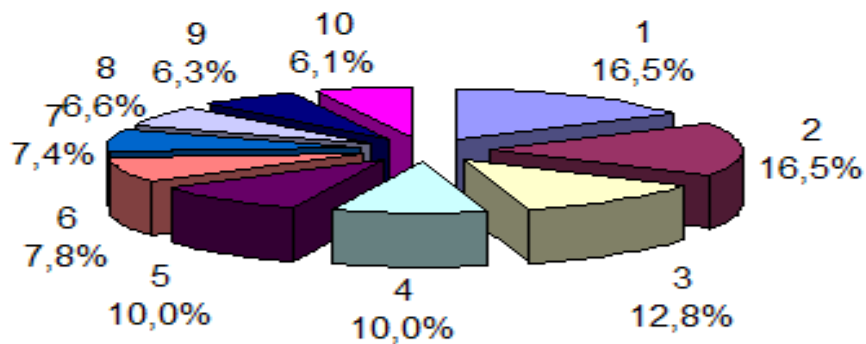
Наступним критерієм вибору за ступенем важливості є натуральність продукту.

П'яте і шосте місце за ступенем впливу на вибір споживачів займають термін та умови зберігання продукту.

Маса та розмір тари (упаковка), а також її дизайн як ознаки що характеризують надійність збереження продукту та зручності використання мають не останнє значення при виборі названої групи товарів. Також вплив на процес ухвалення рішення про покупку робить популярність продукту.

Економічне становище індивіду в значній мірі позначається на його товарному виборі, у зв'язку з цим оцінка споживчих властивостей товару, який купується споживачами з високими доходами, істотно відрізняється від загальної структури переваг.

Основну увагу цей сегмент споживачів звертає поряд зі смаковими якостями та натуральністю продукту на такі критерії як: тип упакування, дизайн упакування, виробник (рис. 2).



- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1. Смакові якості | 6. Умови збереження |
| 2. Ціна | 7. Виробник |
| 3. Naturalність продукту | 8. Маса і розмір упакування |
| 4. Особливість продукту | 9. Дизайн упакування |
| 5. Термін збереження | 10. Популярність продукту |

Рис. 2. Розподіл ступеню важливості окремих параметрів для споживачів

Джерело: авторська розробка

Для того щоб дізнатися, якою мірою продукт відповідає очікуванням споживачів, була розроблена ще одна анкета, по якій були опитані респонденти, що віддають перевагу шоколаду визначеної марки.

В анкеті до кожного питання приводилася шкала (п'ятибальна), де потрібно було проставити бали відповідно до оцінки, що виставляє респондент:

- смакові якості продукту;
- натуральність продукту;
- ергономічні властивості;
- відповідність якості продукту його ціні;
- загальна оцінка продукту.

Потім за результатами анкетування була розроблена модель відповідності якості продукту чеканням покупців (табл. 1).

Середні бали параметрів і продукту по кожній групі респондентів визначалися за формулою простої середньоарифметичної, а відповідні показники по всій сукупності – за формулою середньоарифметичної зваженої. У якості «ваг» використовувалися частоти розподілу респондентів (по групі, що відповіли «не можу вирішити» за бал приймався 0) [8].

Розкид думок оцінювався за формулою коефіцієнта варіації балів; він склав 26%, що являє собою значну величину.

Як бачимо за результатами дослідження, 71% респондентів вважають, що якість шоколаду відповідає його ціні повною мірою; 17% споживачів знаходять, що якість продукції даної торговельної марки не повною мірою відповідає її ціні; а 10% респондентів змушені купувати шоколад даного виробника тільки через його дешевину, тобто ця група споживачів, вважає, що якість шоколаду не відповідає його ціні.

Відповідності якості чеканням покупців

Групи покупців, що оцінили продукт як	Кількість відповідей, % до підсумку	Середні бали параметрів				Середній бал продукту
		смакові якості продукту	натуральність продукту	ергономічність властивості	відповідність ціни якості продукту	
Дуже гарний	20	4,8	4,9	4,6	4,2	4,6
Хороший	51	4,4	4,7	4,0	3,8	4,2
Середній	17	3,9	3,7	4,1	3,6	3,8
Поганий	8	2,7	2,3	3,3	2,5	2,7
Дуже поганий	2	1,4	1,8	2,0	1,1	1,6
Не можу вирішити	2	–	–	–	–	–
У цілому по сукупності опитаних	100	4,16	4,27	4,01	3,65	4,00
Відхилення від максимальних очікувань покупців (від 5 балів)	–	-0,84	-0,73	-0,99	-1,35	-1,00

Джерело: авторська розробка

Більшість підприємств-виготовлювачів при виробництві варіюють 2 основних параметри: вміст какао та сорт [6].

Побудуємо поле позиціонування для зазначених головних параметрів [7].

Поле позиціонування являє собою декартову систему координат, де по осі абсцис відкладається вміст какао, по осі ординат вид. На поле відкладаємо точкові значення запитів опитаних споживачів (рис. 3).

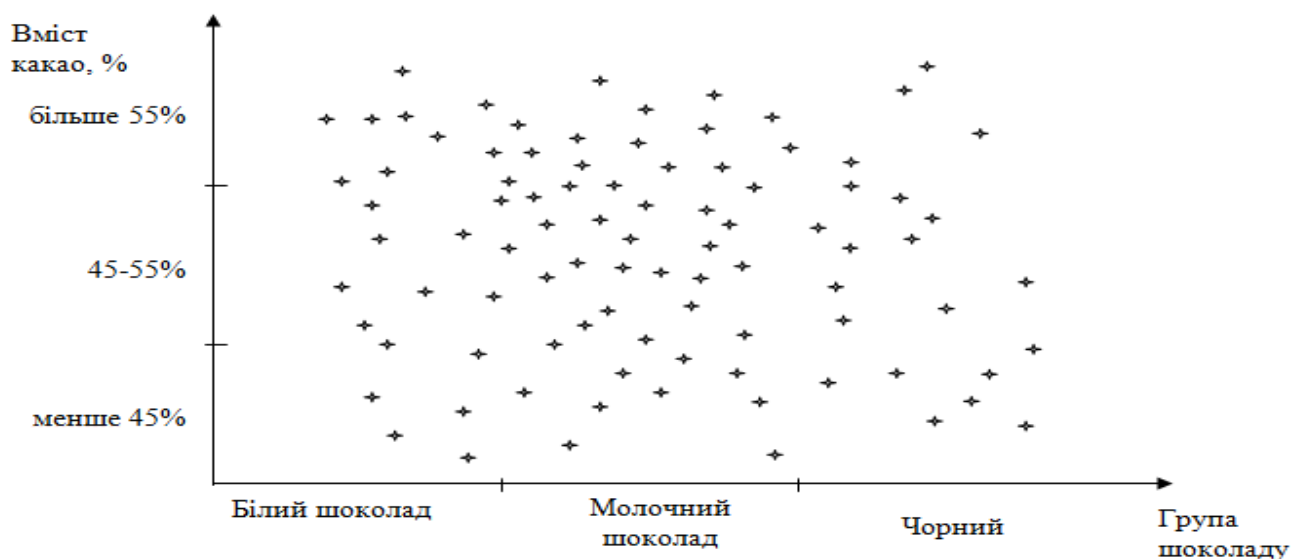


Рис. 3 Поле позиціонування шоколаду

Джерело: авторська розробка

На підставі поля позиціонування заповнюємо табл. 2.

Таблиця 2

Результати обробки поля позиціонування

Параметр №1 – Вміст какао		Параметр №2 – Група	
Інтервали значень	Кількість точечних значень попиту	Інтервали значень	Кількість точечних значень попиту
Менше 45%	23,1	Білий шоколад	28,2
45 – 55%	26,4	Молочний шоколад	51,6
Більше 55%	30,7	Чорний шоколад	20,2

Джерело: авторська розробка

При позиціонуванні шоколаду на ринку найбільш доцільним є вибір сегменту, якому відповідають шоколад з вмістом какао більш 55%, що відносяться до групи молочного шоколаду. Подібний вибір можна обґрунтувати в такий спосіб:

- досить великий обсяг вільної частки ринку, що забезпечить фірмі в перший період діяльності гарантований збут продукції;
- як показали дослідження більшість покупців готові купувати подібний шоколад, а отже є потенційна можливість розширити свою частку ринку за рахунок конкурентів з іншою продукцією.

Аналіз реакції ринку на зміну попиту та пропозиції.

Ринок чуйно реагує на зовнішні впливи. Сприятливий вплив змушує ринок оживлятися та розширюватися, дія негативних сил приводить до скорочення ділової активності, стиску ринку. Особливо піддані впливу такі ринкові категорії, як попит та пропозиція. Попит та пропозиція мінливі і реактивні. Це явище прийняте називати еластичністю [9].

Еластичність попиту/пропозиції – реакція ринку на різнобічні впливи, насамперед на зміну якості, споживчих очікувань, цін та доходу.

Визначимо коефіцієнти цінової еластичності попиту та пропозиції за наступними формулами:

$$E_d = \frac{D_1 - D_2}{\frac{D_1 + D_2}{2}} \div \frac{P_1 - P_2}{\frac{P_1 + P_2}{2}}, \quad (1)$$

$$E_s = \frac{S_1 - S_2}{\frac{S_1 + S_2}{2}} \div \frac{P_1 - P_2}{\frac{P_1 + P_2}{2}},$$

де D_1, S_1 – значення попиту та пропозиції при ціні P_1 ;
 D_2, S_2 – значення попиту та пропозиції при ціні P_2 .

Результати розрахунків та опис характеру еластичності зведемо в таблиці 3 та 4.

Таблиця 3.

Аналіз еластичності попиту за ціною

Попит, т	Ціна, грн.	Коефіцієнт еластичності	Характер еластичності
$D_1 = 2315,6$	$P_1 = 10983,20$	$E_1 = 2,25$	Еластичний попит
$D_2 = 2542,4$	$P_2 = 11461,95$	$E_2 = 2,25$	Еластичний попит
$D_3 = 1602,5$	$P_3 = 14063,11$		

Джерело: авторська розробка.

Таблиця 4.

Аналіз еластичності пропозиції за ціною

Пропозиція, т	Ціна, грн.	Коефіцієнт еластичності	Характер еластичності
$S_1 = 2708.5$	$P_1 = 10983,20$	$E_1 = 4,5$	Еластична пропозиція
$S_2 = 4873.1$	$P_2 = 11461,95$	$E_2 = 1,25$	Еластична пропозиція
$S_3 = 6276.9$	$P_3 = 14063,11$		

Джерело: авторська розробка

Оцінимо еластичність попиту по показнику загальної виручки. Якщо попит еластичний, то зменшення ціни приводить до збільшення загального виторгу, в протилежному випадку – загальна сума виручки скорочується. Результати аналізу зведемо в таблицю 5.

$$E_d = \frac{D_1 - D_2}{\frac{D_1 + D_2}{2}} \div \frac{R_1 - R_2}{\frac{R_1 + R_2}{2}}, \quad (2)$$

де D_1 – значення попиту при доході R_1 ;

D_2 – значення попиту при доході R_2 [10].

Таблиця 5.

Аналіз еластичності попиту по доходу

Попит, т	Ціна, грн.	Дохід, т.грн.	Коефіцієнт еластичності	Характер еластичності
$D_1 = 2315,6$	$P_1 = 10983,20$	$R_1 = 25432,7$	$E_1 = 0,6$	Нееластичний попит
$D_2 = 2542,4$	$P_2 = 11461,95$	$R_2 = 29140,9$	$E_2 = 1,7$	Еластичний попит
$D_3 = 1602,5$	$P_3 = 14063,11$	$R_3 = 22536,1$	-	-

Джерело: авторська розробка

За допомогою інструменту «Регресія» пакету MsExcel «Аналіз даних», визначаємо регресійні рівняння, що описують залежність попиту від ціни ($Y_d = 5500,265 - 0,27501x$) та пропозиції від ціни ($Y_s = -6957,05 + 0,951282x$).

На підставі даних про попит та пропозицію, а також результатів розрахунку будуємо на рис. 3 графіки попиту та пропозиції.

Далі знаходимо точку, в якій досягається рівновага попиту та пропозиції:

$$5500,265 - 0,27501x = -6957,05 + 0,951282x$$

$$x = 10158,52 \text{ грн.}$$

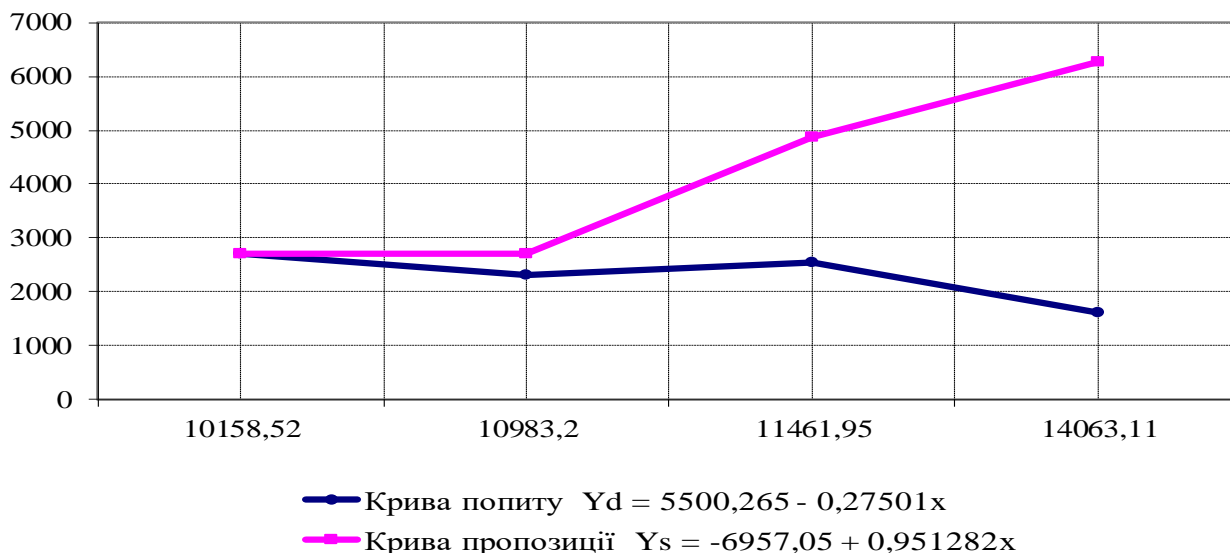


Рис. 4. Графіки попиту та пропозиції

Джерело: авторська розробка

Використовуючи результати прогнозування, підприємство має змогу виробити стратегію та завоювати більший сегмент ринку

Висновки з проведеного дослідження. Економічні дослідження мають основною ціллю визначення й оцінку людських потреб та вимог (попиту) з метою виявлення привабливих можливостей, виявлення труднощів і слабких місць у роботі підприємства. Ефективний економічний аналіз є необхідною умовою розробки планів виробництва та збуту, але він також виконується в процесі їх реалізації й контролю. Інформація, необхідна для економічного аналізу, збирається в результаті проведення практичних досліджень.

При проведенні економічних досліджень використовуються різні методи збору інформації від споживачів та від окремих експертів (фахівців виробничих підприємств, торговельних організацій) – це анкетування, опитування, інтерв'ю.

Істотну роль при обробці зібраної інформації й одержанні прогнозних оцінок грають методи математичної статистики, короткий розгляд яких під кутом їхнього практичного застосування приведено у статті.

Ґрунтуючись на отриманій статистичній інформації було проведено кореляційно – регресійне моделювання та побудова моделей попиту та

пропозиції. Результати дослідження можуть бути використані на практиці при формуванні подальшої маркетингової стратегії підприємства.

Перелік посилань

1. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія. Харків: ХДУХТ, 2016. 322 с.

2. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 240 с

3. Вачевський М. В., Долішній М. І., Скотний С. Г. Маркетинг для менеджера. Київ: Просвіта, 2015. 139 с.

4. Іванов Ю. Б., Тищенко А. Н., Дробитько Н. А., Абрамова О. С. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика. Харків: Вид. ХНЕУ, 2017. 256 с.

5. Шашина М. В., Кньовець В. В. Специфіка управління ризиками інвестиційної діяльності підприємств кондитерської галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2018. Випуск 29(2). С. 39-42.

6. Демяненко Е. А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. *Молодий вчений*. 2016. Випуск 9 (36). С. 35-50.

7. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. Київ: КНЕУ, 2017. 360 с.

8. Латкіна С. А., Тябус А. А. Шляхи підвищення ефективності збутової діяльності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 8. Ч. 1. С.132–134.

9. Федорович Р. В. Аналіз в управлінні збутовою політикою підприємства. *Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій*: монографія. Тернопіль, 2017. С. 234–249.

10. Білик В. О. Саблук П. Т. Основи економічної теорії. Київ: Просвіта, 2017. 467 с.

References

1. Krasnokutska, N. S. (2012). *Management of potential of the trade enterprise [Upravlinnia potentsialom torhovelnoho pidpriumstva]*: monograph, Kharkiv: KhDUKhT, 322 p.

2. Balabanova, L. V., Mitrokhina, Yu. P. (2011). *Sales policy management [Upravlinnia zbutovoiu politykoiu]*, Kyiv: Center for Educational Literature, P. 240.

3. Vachevsky, M. V., Dolishniy, M. I., Skotny, S. G. (2010). *Marketing for the manager [Marketynkh dlya menedzhera]*, Kyiv: Prosvita, 139 p.

4. Svanov, J. D., Tishenko, A. N., Drobitko, N. A., Abramova, O. S. (2017). *Competitiveness of the enterprise: assessment, diagnostics [Konkurentospromojnist pidpriumstva: ocinka, diagnostika]*, Kharkiv: KhNEU, 256 p.

5. Shashina, M. V., Knovec, V. V. (2018). Specifics of risk management of investment activity of confectionery enterprises [Spetsyfika upravlinnya ryzykamy investytsiynoyi diyal'nosti pidpriumstv kondyters'koyi haluzi i], *Scientific Bulletin of Kherson State University, Series: Economic Sciences*, No. 29 (2), P. 39-42.

6. Demjanenko, E. A. (2016). Trends in the development of the confectionery market of Ukraine in modern conditions [Tendentsiyi rozvytku kondyters'koho rynku Ukrayiny v suchasnykh umovakh], *Young scientist*, No. 9 (36), P. 35-50.

7. Gerasimchuk, V. G. (2017). *Strategic management of the enterprise. Graphic modeling [Stratehichne upravlinnya pidpryyemstvom. Hrafichne modelyuvannya]*, Kyiv: KNEU, 360 p.

8. Latkina, S. A, Tyabus, A. A. (2016). Ways to increase the efficiency of sales activities of the enterprise [Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti zbutovoi diialnosti pidpryyemstva], *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*, No 8, P.132–134.

9. Fedorovich, R. V. (2017). *Analysis in the management of sales policy of the enterprise. Trends in marketing in terms of economic transformations [Analiz v upravlinni zbutovoiu politykoiu pidpryyemstva. Tendentsii rozvytku marketynhu v umovakh ekonomichnykh transformatsii]*, monograph, Ternopil, P. 234–249.

10. Biluk M. O. Sabluk P. T. (2017). *Foundations of economic theory [Osnovy ekonomichnoyi teorii]*, Kyiv: Prosvita, 467 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.42; JEL Classification: D120

Шершенюк О.М., Прокопенко М.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЕКОНОМІКО – МАТЕМАТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ (ПОПИТ) ТА ЗБУТУ ТОВАРІВ (ПРОПОЗИЦІЯ) НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Мета дослідження полягає в розробці напрямів вдосконалення економічних досліджень споживчих запитів (потреб) в діяльності підприємства (фірми) за допомогою сучасних методів економіко - математичних досліджень економічних процесів, а також розробці елементів стратегії збуту продукції. **Методика дослідження.** Застосовані елементи експертного опитування, аналізу, економіко-математичне моделювання, регресійне моделювання, статистичні та економетричні методи аналізу: абсолютні, середні і відносні величини, індексні, трендові та регресійні факторні моделі, методи варіаційного, дисперсійного, кореляційного аналізу та графічна інтерпретація отриманих результатів. **Результати дослідження.** Пошук шляхів удосконалення збутової діяльності будь-якого підприємства в сучасних умовах слід розпочинати з визначення споживчих бажань і потреб. Перспективним напрямом удосконалення економічних досліджень споживчих бажань є грамотне управління дослідницькою діяльністю. Основні завдання і цілі — це збір і обробка економічної інформації з подальшою розробкою математичної моделі за допомогою сучасних математико-статистичних методів. Також обґрунтована можливість використання Microsoft Excel з метою рішення практичних завдань визначення параметрів ринкового попиту і пропозиції. **Наукова новизна.** Наукова новизна отриманих результатів полягає в рішенні ряду теоретичних і практичних проблем визначення чисельних параметрів попиту та пропозиції, розробці напрямів підвищення ефективності економічних

досліджень за допомогою сучасних математичних методів. Запропонована методика розрахунку параметрів попиту і пропозиції з допомогою економіко — математичної моделі, реалізованої засобами Microsoft Excel. **Практичне значення отриманих результатів.** Запропоновані для впровадження результати дослідження можуть бути використані в дослідницькій діяльності будь-якого підприємства сфери виробництва і реалізації продуктів харчування. Практичним ефектом є розрахунок параметрів попиту і пропозиції залежно від споживчих потреб (параметрів товару).

Ключові слова: споживач; попит; пропозиція; потреба; економічні дослідження; Microsoft Excel.

УДК 330.42; JEL Classification: D120

Шершенюк Е.Н., Прокопенко Н.В. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОНОМИКО – МАТЕМАТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (СПРОС) И СБЫТА ТОВАРОВ (ПРЕДЛОЖЕНИЕ) НА ПРИМЕРЕ РЫНКА ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

Цель исследования заключается в разработке направлений совершенствования экономических исследований потребительских запросов (потребностей) в деятельности предприятия (фирмы) с помощью современных методов экономико - математических исследований экономических процессов, а также разработке элементов стратегии сбыта продукции. **Методика исследования.** Используются элементы экспертного опроса, анализа, экономико-математическое моделирование, регрессионное моделирование, статистические и эконометрические методы анализа: абсолютные, средние и относительные величины, индексные, трендовые и регрессионные факторные модели, методы вариационного, дисперсионного, корреляционного анализа и графическая интерпретация полученных результатов. **Результаты исследования.** Поиск путей совершенствования сбытовой деятельности любого предприятия в современных условиях следует начинать с определения потребительских желаний и потребностей. Перспективным направлением совершенствования экономических исследований потребительских желаний является грамотное управление исследовательской деятельностью. Основные задачи и цели – это сбор и обработка экономической информации с дальнейшей разработкой математической модели с помощью современных математико-статистических методов. Также обоснована возможность использования Microsoft Excel с целью решения практических задач определения параметров рыночного спроса и предложения. **Научная новизна.** Научная новизна полученных результатов заключается в решении ряда теоретических и практических проблем определения численных параметров спроса и предложения, определены направления повышения эффективности экономических исследований с помощью современных математических методов. Предложена методика расчета параметров спроса и предложения с помощью экономико - математической модели, реализованной средствами Microsoft Excel. **Практическое значение полученных результатов.** Предложенные для внедрения результаты исследования могут быть

использованы в исследовательской деятельности любого предприятия сферы производства и реализации продуктов питания. Практическим эффектом является расчет параметров спроса и предложения в зависимости от потребительских потребностей (параметров товара).

Ключевые слова: потребитель; спрос; предложение; потребность; экономические исследования; Microsoft Excel.

UDK 330.42; JEL Classification: D120

Shershenjk O.M., Prokopenko M.V. PECULIARITIES OF CONDUCTING ECONOMIC AND MATHEMATICAL STUDY OF CONSUMER NEEDS (DEMAND) AND SALE OF GOODS (SUPPLY) ON THE EXAMPLE OF THE FOOD MARKET

Purpose of the study is to develop areas for improving economic research of consumer demands (needs) in the activities of the enterprise (firm) using modern methods of economic - mathematical research of economic processes, as well as the development of elements of sales strategy. **Methodology of research.** Elements of expert survey, analysis, economic-mathematical modeling, regression modeling, statistical and econometric methods of analysis are used: absolute, average and relative values, index, trend and regression factor models, methods of variation, variance, correlation analysis and graphical interpretation of the results. **Findings.** The search for ways to improve the sales activities of any enterprise in modern conditions should begin with the definition of consumer desires and needs. Promising direction of improvement of economic researches of consumer desires is competent management of research activity. The main tasks and goals are the collection and processing of economic information with the further development of a mathematical model using modern mathematical and statistical methods. The possibility of using Microsoft Excel to solve practical problems of determining the parameters of market supply and demand is also substantiated. **Originality.** The scientific novelty of the obtained results lies in solving a number of theoretical and practical problems of determining the numerical parameters of supply and demand, identified areas for improving the efficiency of economic research using modern mathematical methods. The technique of calculation of parameters of demand and offer by means of the economic - mathematical model realized by means of Microsoft Excel is offered. **Practical value.** The results of the research proposed for implementation can be used in the research activities of any enterprise in the field of production and sale of food. The practical effect is to calculate the parameters of supply and demand depending on consumer needs (parameters of the product).

Keywords: consumer; demand; proposal; need; economic research; Microsoft Excel.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Шершенюк Олена Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: sheralyona@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9959-2725>. Моб. 050-151-30-09.

Шершенюк Елена Николаевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Shershenyuk Elena Nikolaevna – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Прокопенко Микола Вікторович, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, старший викладач кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: nvprokopenko@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4839-0154>. Моб. 050-633-76-28.

Прокопенко Николай Викторович, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, старший преподаватель кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Prokopenko Nikolay, Kharkov National Automobile and Highway University, Senior Teacher at the Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СКЛАДАННЯ РОБОЧОГО ПЛАНУ РАХУНКІВ ЗА МСФЗ ДЛЯ КОМПАНІЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНЬОГО КОМПЛЕКСУ

Ковальова Т.В. канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми та її зв'язок із практичними завданнями.

Автомобільно-дорожній комплекс є ключовим елементом економіки країни. Його ефективне функціонування напряму пов'язано з бухгалтерським обліком, оскільки останній є складовою системи управління. Сьогодні міжнародна інтеграція у сфері економіки призвела до необхідності застосування в нашій країні зрозумілих для інвесторів принципів формування інформації про господарську діяльність підприємств та її оприлюднення. Звітність підприємства, складена за міжнародними стандартами дає змогу проводити фінансовий аналіз суб'єкта господарювання, за результатами якого буде здійснюватись прогноз щодо майбутньої діяльності цього суб'єкта, розробляти шляхи зменшення ризиків і т. ін. Міжнародні стандарти фінансової звітності стали інструментом світових господарських зв'язків, дали можливість залучити закордонних інвесторів та розширити експортні можливості України, які в свою чергу приведуть до зниження безробіття, забезпечать вихід з кризи та майбутнє процвітання економіки [1]. При складанні звітності за міжнародними стандартами важливим є система бухгалтерських рахунків, які згруповані певним чином, і повинні забезпечити облік і контроль господарської діяльності як у межах окремих підприємств та країн, так і на міжнародному рівні [2]. У разі використання міжнародних стандартів, бухгалтерська служба зобов'язана розробити такий план рахунків, який би забезпечував достовірну, швидку обробку інформації та правильний її аналіз. Оскільки, економічна діяльність є розгалуженою, то і план рахунків повинен відображати ці особливості. Діяльність підприємств автомобільно-дорожнього комплексу не є виключенням. Тому у статті буде розглянуто підходи до складання робочого плану рахунків, за умови використання підприємствами автомобільно-дорожнього комплексу міжнародних стандартів обліку та звітності, враховуючи особливості виду діяльності цих компаній.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що питанням щодо складання плану рахунків за міжнародними стандартами займались значна кількість науковців, при чому вони розглядали різні аспекти цього процесу. Так, Л. Г. Ловінська, О. О. Канцуров, В. Г. Швець, Б. А. Засадний, Т. Г. Мельник, Г. П. Голубнича, О. І. Малишкін, К. В. Бойко, Т. О. Матвієнко звернули увагу на роль та значення плану рахунків в умовах застосування міжнародних стандартів фінансової звітності [2]. Безверхий К. розглянув

підготовку Плану рахунків бухгалтерського обліку при першому застосуванні МСФЗ, крім того він запропонував його основні розділи [3]. Деякі автори проводили аналіз структури плану рахунків різних країн [4]. Розробку робочого плану рахунків бухгалтерського обліку з метою гармонізації інформаційного забезпечення економічної безпеки суб'єктів міжнародного економічного середовища у своїй роботі розглядали Гнилицька Л. В. та Безверхий К. В. [5]. Цвектова Н.М. розглянула методологічні питання побудови системи рахунків на підприємствах за МСФЗ [6].

Невирішені складові загальної проблеми. Не зменшуючи наукових досягнень провідних науковців, зауважимо, що досліджень щодо складання робочого плану рахунків, враховуючи вимоги міжнародних стандартів, і його залежність від виду економічної діяльності майже не має. Більшість робіт науковців передбачають вивчення проблеми складання робочого плану рахунків за національними стандартами, без врахування вимог МСФО та МСФЗ.

Формулювання цілей статті. Ціль статті - дослідження методичних та концептуальних підходів щодо побудови робочого плану рахунків для компаній автомобільно-дорожнього комплексу враховуючи вимоги міжнародних стандартів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відразу зазначимо, що МСФЗ не містять плану рахунків і не регулюють питання його застосування. Саме тому бухгалтерській службі підприємств слід самостійно розробляти та впроваджувати власний (робочий) план рахунків, спираючись при цьому на затверджені МСФЗ. При розробці робочого плану рахунків, незалежно від галузі економічної діяльності, бухгалтерській службі слід керуватись МСБО 1 «Подання фінансової звітності», у якому вказані основні елементи, зміст яких знаходить своє відображення в звітності за МСФЗ. Слід також керуватись і МСФЗ 1 «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності». Українське законодавство не регламентує порядок відображення інформації у системі рахунків компаніями, які складають звітність за МСФЗ. На відміну від національних стандартів міжнародні стандарти фінансової звітності не регламентують, яким повинен бути план рахунків. Отже, компанії автомобільно-дорожнього комплексу, які здійснюють ведення обліку і складання фінансової звітності відповідно до МСФЗ, можуть розробити і використовувати власний (робочий) план рахунків, відмінний від плану рахунків інших підприємств. Іншими словами, робочий план рахунків за МСФЗ розробляється компаніями самостійно, без будь-якої вказівки зверху, враховуючи особливості своєї господарської діяльності та форм звітності.

Бухгалтерські служби компаній автомобільно-дорожнього комплексу, які складають звітність за МСФЗ, при розробці робочого плану рахунків повинні брати до уваги наступне. По – перше – структуру фінансової звітності та забезпечення зручного складання основної фінансової звітності. Рахунки слід називати відповідно до статей і показників звітності, це буде сприяти більш вірному відображенню суті бухгалтерських операцій і більш точному

формуванню основних і додаткових форм фінансової та управлінської звітності. По – друге, план рахунків повинен забезпечити можливість розширення в майбутньому через зміни в структурі або напрямку бізнес-діяльності компанії; і по-третє – достатня деталізація рахунків для створення управлінських і фінансових звітів. Ще одна з найважливіших характеристик будь-якого плану рахунків – це ув'язка з автоматизованою обліковою системою. Він повинен бути гнучким по відношенню до автоматизованої системи, яка або діє на підприємстві, або може використовуватись у майбутньому. Також, ураховуючи стрімкий розвиток галузей економічної діяльності, ми пропонуємо передбачити декілька вільних рахунків у кожному класі. Це забезпечить гнучкість плану і задовольнить потреби, які будуть виникати у майбутньому.

Білоус О.С. вказує на складність процесу створення робочого плану рахунків і наголошує на проведенні наступних заходів: 1) Підготовчий – аналіз чинного законодавства з бухгалтерського обліку. Ознайомлення з умовами діяльності, організаційною структурою, економічною політикою установи. Ознайомлення з особливостями організації бухгалтерського обліку. 2) Організаційний – підбір осіб, відповідальних за розробку робочого плану рахунків, і визначення їх правового статусу. Визначення термінів та алгоритму розробки робочого плану рахунків. 3) Технологічний – вибір ознак виділення рахунків. Визначення кількості рівнів узагальнення інформації та критеріїв віднесення рахунків до різних рівнів. Виділення синтетичних і аналітичних рахунків, їх ранжування. Вибір системи кодування та його здійснення. 4) Завершальний – визначення формату представлення робочого плану рахунків (документальне оформлення). Опис змісту робочого плану рахунків. Упровадження, контроль за впровадженням і дотриманням, виявлення недоліків і внесення змін [7].

Розглянемо детально ці заходи, в контексті підприємств автомобільно-дорожнього комплексу, що використовують МСФЗ. Ураховуючи вище наведену інформацію, бухгалтерській службі компаній автомобільно-дорожнього комплексу, на підготовчому етапі, крім аналізу відповідної нормативно-законодавчої бази, необхідно консультиватися з менеджерами і ретельно продумувати, які саме рахунки повинні бути у складі робочого плану рахунків, для того, щоб була можливість проводити аналіз діяльності компанії, що є важливим при використанні МСФЗ. Авторка статті згодна з думкою К. Боримською, яка зауважує що будуючи та впроваджуючи в практику робочий план рахунків, важливо чітко визначити показники діяльності підприємства, що відображаються в системі, знайти баланс між максимально можливою глибиною аналітики та витратами на її облік, адже розроблений підприємством робочий план рахунків повинен бути гнучким і зручним у використанні [8]. Організація обліку в компаніях автомобільно-дорожнього комплексу має певні особливості, які пов'язані зі специфікою виробничого процесу. До особливостей, наприклад, виробничого процесу автотранспортних підприємств, Яковенко С.Л., Минич Ю.В. відносять наступне: автотранспорт не

пов'язаний із сировиною та її переробкою; важливими є технічне обслуговування і ремонт рухомого складу автотранспортних засобів, придбання, зберігання та використання паливно-мастильних матеріалів, автомобільних шин і т. ін.; автомобільні перевезення виконуються різними типами і видами автотранспортних засобів, тому облік витрат і доходів та визначення ефективності діяльності ведеться окремо як за видами транспортних засобів, так і за видами перевезень; робота автомобільного транспорту є соціально дуже важливою і відповідальною, тому виробничий процес ретельно оформлюється відповідними документами і контролюється органами державного контролю. Крім того, перевезення пасажирів автотранспортом детально регламентуються багатьма законодавчими і нормативно-правовими актами, які останнім часом часто змінюються та доповнюються [9]. Дорожнє господарство, як складова автомобільно-дорожнього комплексу теж має свої особливості. Воно включає автомобільні дороги, інженерні комунікації державних і приватних підприємств і організацій, що їх обслуговують. Ці підсистеми є досить складними, мають свої особливості і як в обліку так і в аналізі. Облік у системі дорожнього господарства, особливо, якщо він ведеться за МСФЗ, повинен упорядкувати інформацію, яка необхідна користувачам, забезпечити її якість і контроль за діяльністю компаній. Велике значення при розробці робочого плану рахунків має компетентність бухгалтерських кадрів. Вони повинні мати змогу зводити до мінімуму розбіжності в оцінці результатів господарсько-економічної діяльності у процесі використання міжнародних стандартів.

Немає єдиної точки зору науковців щодо визначення кількості рівнів узагальнення інформації та критеріїв віднесення рахунків до різних рівнів та виділення синтетичних і аналітичних рахунків. Аналітики компанії «Фінансова Академія Актив» [4], запропонували структуру робочого плану рахунків, беручи до уваги вимоги МСФЗ. Так вони наголошують, що основними розділами робочого плану рахунків слід зробити наступні: необоротні активи; оборотні активи; капітал; довгострокові зобов'язання; короткострокові зобов'язання; доходи; витрати; рахунки управлінського обліку; позабалансові рахунки. Порівнюючи ці розділи із затвердженим у нашій країні Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, слід звернути увагу на відсутність у ньому окремих розділів «доходи»; «витрати» та «рахунки управлінського обліку». У свою чергу, Безверхий К. уточнює, що існує три основні підходи до побудови Плану рахунків бухгалтерського обліку за МСФЗ. Перший підхід полягає в розширенні вже існуючого Плану рахунків бухгалтерського обліку за НП(С)БО згідно МСФЗ. Другий підхід пропонує використовувати загальноприйняті принципи побудови Плану рахунків бухгалтерського обліку у відповідності до англосаксонської моделі обліку. Третім підходом є синтез елементів першого і другого підходів до побудови Плану рахунків бухгалтерського обліку за МСФЗ [3]. Існує точка зору, що будь-який план рахунків, складений за МСФЗ, відображає п'ять основних елементів фінансової звітності: активи,

зобов'язання, капітал, доходи та витрати [10]. Гнилицька Л. В. та Безверхий К. В. довели доцільність використання підприємствами англосаксонського варіанту побудови плану рахунків. Цей варіант вирізняється з поміж інших тим, що назви рахунків бухгалтерського обліку максимально наближені до аналогічних статей фінансової звітності [5].

Ураховуючи вище наведену інформацію, компанії автомобільно-дорожнього комплексу можуть мати наступний план рахунків: 100 клас – «Необоротні активи»; 200 – «Оборотні активи»; 300 – «Власний капітал та резерви»; 400 – «Довгострокові зобов'язання»; 500 – «Короткострокові зобов'язання»; 600 – «Дохід»; 700 – «Витрати»; 800 – «Інші доходи та витрати». При розробці робочого Плану рахунків бухгалтерського обліку за МСФЗ для компаній автомобільно-дорожнього комплексу слід особливу увагу звертати на кодифікацію рахунків. Науковці вважають, що кодифікація повинна враховувати не лише формат фінансової звітності, але й вимоги користувачів стосовно класифікації, оцінки та контролю за наявністю (використанням) окремих активів чи зобов'язань. Досвід господарювання великих груп підприємств показує, що для забезпечення аналітичних потреб достатньо використовувати п'яти – восьмизначну нумерацію коду [5]. Далі вони наводять приклад: шифр 101.4.1 вказує, що мова йде про основні засоби (101 – шифр синтетичного рахунку), їх окрему групу (4 – машини та обладнання), що знаходяться в експлуатації (1 – основний засіб в експлуатації) [5]. Як уже зазначалось, велике значення при веденні обліку за міжнародними стандартами відводиться аналітиці, про що і свідчить наведений приклад.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підводячи підсумок щодо вище викладеного слід зазначити наступне. МСФЗ не регламентують створення робочого плану рахунків. При його формуванні компаніям автомобільно-дорожнього комплексу, які використовують МСФЗ, необхідно враховувати особливості діяльності підприємства, стан обліку та компетентність бухгалтерських кадрів. При розробці робочого плану рахунків можна використовувати англосаксонський варіант побудови плану рахунків, оскільки він забезпечує найбільшу його аналітичність та відповідність статтям звітності. Обов'язково в його складі повинні бути рахунки, що не мають назв, які за необхідності будуть заповнені та введені в дію, що забезпечить гнучкість робочого плану та ще більше підкреслить його аналітичність.

У подальшому слід продовжити роботу в частині регламентації та складу синтетичних рахунків та субрахунків за кожним класом робочого плану рахунків з урахуванням МСФЗ.

Перелік посилань

1. Конопліна О. О., Назаренко А. О. Проблеми впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/225542961.pdf> (дата звернення: 10.09.2021).

2. Нормативно-методичне забезпечення бухгалтерського обліку в умовах застосування міжнародних стандартів фінансової звітності / за заг. ред. Л. Г. Ловінської. Київ: ДННУ “Акад. фін. управління”, 2013. 294 с.

3. Безверхий К. План рахунків бухгалтерського обліку для цілей складання фінансової звітності за МСФЗ. URL: [file:///C:/Users/Professional/Downloads/boau_2014_7_4%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Professional/Downloads/boau_2014_7_4%20(2).pdf) (дата звернення: 07.08.2021).

4. Петенева Е. Клевец А. План счетов МСФО: отличия от национальных стандартов и пример составления. URL: <https://finacademy.net/materials/article/plan-schetov-msfo-otlichiya-ot-natsionalnykh-standartov-i-primer-sostavleniya>. (дата звернення: 07.08.2021).

5. Гнилицька Л. В., Безверхий К. В. Розробка робочого плану рахунків бухгалтерського обліку з метою гармонізації інформаційного забезпечення економічної безпеки суб'єктів міжнародного економічного середовища. URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/195/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D5%D0%B8%D0%B9.pdf>. (дата звернення: 10.09.2021).

6. Цвектова Н.М. Методологічні питання побудови системи рахунків на підприємствах за МСФЗ. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/2484/1/2.2.2016.PDF>. (дата звернення: 01.09.2021).

7. Білоус О.С. Загальні засади розробки робочого плану рахунків бюджетних установ. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/18956/1/%D0%91%D1%96%D0%B%D0%BE%D1%83%D1%81%20%D0%9E.%D0%A1..PDF>. (дата звернення: 11.09.2021).

8. Боримська К.П. Порядок побудови робочого плану рахунків як елемента облікової політики підприємства. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/258/1/49.pdf>. (дата звернення: 11.09.2021).

9. Яковенко С.Л., Минич Ю.В. Особливості обліку на автотранспортних підприємствах. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/1/58.pdf>. (дата звернення: 10.09.2021).

10. Счетоведение: Монография в 3-х частях. Ч. II. Планы счетов бухгалтерского учета / Н.М. Малюга, М.Я. Штейнман, Е.П. Боримская [Предисл. Ф.Ф. Бутынца]. Житомир: ЖГТУ, 2009. 396 с.

References.

1. Konoplina, O.O, Nazarenko, A.A. (2018). Problems of implementation of international financial reporting standards in Ukraine [Problemy vprovadzhennya mizhnarodnykh standartiv finansovoyi zvitnosti v Ukrayini], available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/225542961.pdf> (last accessed 10.09.2021).

2. Regulatory and methodological support of accounting in terms of application of international international standards of financial reporting standards / for general. ed. LG Lovinskaya. [Normatyvno-metodychne zabezpechennya bukhhalters'koho bukhhalters'koho obliku v umovakh zastosuvannya zastosuvannya mizhnarodnykh mizhnarodnykh standartiv standartiv finansovoyi finansovoyi zvitnostii]. Kyiv: DNNU "Acad. Finn. management", 2013.294 p.

3. Bezverkhy, K. (2014). Chart of accounts for the purposes of preparing financial statements in accordance with IFRS. [Plan rakhunkiv bukhhalters'koho obliku dlya tsiley skladannya finansovoyi zvitnosti za MSFZ], available at: file:///C:/Users/Professional/Downloads/boau_2014_7_4%20(2).pdf (last accessed 07.08.2021).

4. Peteneva, E. Klevets, A. (2020). Plan of accounts IFRS: differences from national standards and an example of compilation. [Plan schetov MSFO: otlichiya ot natsional'nykh standartov i primer sostavleniya], available at: <https://finacademy.net/materials/article/plan-schetov-msfo-otlichiya-ot-natsionalnykh-standartov-i-primer-sostavleniya>. (last accessed 07.08.2021).

5. Gnylytska, L.V. & Bezverkhy, K.V. (2015). Development of a working plan of accounting accounts in order to harmonize the information support of economic security of the international economic environment. [Rozrobka robochoho planu rakhunkiv bukhhalters'koho obliku z metoyu harmonizatsiyi informatsiynoho zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky sub'yektiv mizhnarodnoho ekonomichnoho seredovyscha], available at: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/195/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D5%D0%B8%D0%B9.pdf>. (last accessed 10.09.2021).

6. Tsvektova, N.M. (2014). Methodological issues of building a system of accounts at enterprises under IFRS. [Metodolohichni pytannya pobudovy systemy rakhunkiv na pidpryyemstvakh za MSFZ], available at: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/2484/1/2.2.2016.PDF>. (last accessed 01.09.2021).

7. Belous, O.S. (2018). General principles of development of the working plan of accounts of budgetary institutions [Zahal'ni zasady rozrobky robochoho planu rakhunkiv byudzhetykh ustanov], available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/18956/1/%D0%91%D1%96%D0%B B%D0%BE%D1%83%D1%81%20%D0%9E%D0%A1.PDF>(last accessed 11.09.2021).

8. Borimskaya, K.P. (2010). The order of construction of the working plan of accounts as an element of the accounting policy of the enterprise [Poryadok pobudovy robochoho planu rakhunkiv yak elementa oblikovoyi polityky pidpryyemstva], available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/258/1/49.pdf>. (last accessed 11.09.2021).

9. Yakovenko, S.L., Minich, Yu.V. (2019). Features of accounting at motor transport enterprises [Osoblyvosti obliku na avtotransportnykh pidpryyemstvakh], available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/1/58.pdf>. (last accessed 10.09.2021).

10. Accountancy: Monograph in 3 parts. Part II. Charts of accounts of accounting / N.M. Malyuga, M. Ya. Steinman, E.P. Borimskaya [Preface. F.F. Butyntsa]. [Schetovedeniye: Monografiya v 3-kh chastyakh. CH. II. Plany schetov bukhgalterskogo uchetatyntsa]. Zhitomir: ZhGTU, 2009. 396 p.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 657.4.012.2; JEL Classification: M40

Ковальова Т.В. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СКЛАДАННЯ РОБОЧОГО ПЛАНУ РАХУНКІВ ЗА МСФЗ ДЛЯ КОМПАНІЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНЬОГО КОМПЛЕКСУ.

Метою дослідження є висвітлення методики створення робочого плану рахунків за МСФЗ для компаній автомобільно-дорожнього комплексу. *Методика дослідження:* для досягнення поставленої мети у роботі були використані загальнонаукові і спеціальні методи і прийоми дослідження: теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу; системного і комплексного підходу; абстрактно-логічний. Через відсутність регламентації цього питання з боку як держави, так і МСФЗ, на практиці можливі труднощі з розробкою робочого плану рахунків у працівників бухгалтерської служби. *Результати дослідження:* результатом наукової роботи є теоретичне узагальнення і практичні рекомендації щодо методики складання робочого плану рахунків для компаній автомобільно-дорожнього комплексу, які використовують МСФЗ. Глобалізаційні процеси і політика держави сприяють появі нових компаній, в тому числі і в автомобільно-дорожньому комплексі, які повинні складати фінансову звітність за МСФЗ. Робочий план рахунків повинен забезпечити суцільне охоплення операцій фінансово-господарської діяльності, з урахуванням особливостей діяльності автомобільно-дорожнього комплексу, задовольнити потреби управлінського персоналу в аналітичній інформації та бути зручним для використання для фахівців бухгалтерської служби. *Наукова новизна:* полягає в комплексному дослідженні проблем, пов'язаних з розробкою робочого плану рахунків для компаній автомобільно-дорожнього комплексу. Запропоновано використовувати англосаксонський варіант побудови плану рахунків. *Практична значущість* полягає в тому, що, за відсутності нормативного врегулювання з питань створення робочого плану для компаній автомобільно-дорожнього комплексу, що використовують МСФЗ, вказані у роботі пропозиції дадуть змогу працівникам бухгалтерської служби покращити стан обліку та допомогти складати фінансову звітність.

Ключові слова: робочий план рахунків; автомобільно-дорожній комплекс; міжнародні стандарти; облік; рахунок.

УДК 657.4.012.2; JEL Classification: M40

Ковалева Т.В. МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОСТАВЛЕНИЯ РАБОЧЕГО ПЛАНА СЧЕТОВ С УЧЕТОМ МСФО ДЛЯ КОМПАНИЙ АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНОГО КОМПЛЕКСА.

Целью исследования является освещение методики создания рабочего плана счетов по МСФО для компаний автомобильно-дорожного комплекса. *Методика исследования:* для достижения поставленной цели в работе были использованы общенаучные и специальные методы и приемы исследования: теоретического обобщения, анализа и синтеза; системного и комплексного подхода; абстрактно-логический. Из-за отсутствия регламентации этого

вопроса со стороны как государства, так и МСФО, на практике возможны трудности с разработкой рабочего плана счетов у работников бухгалтерской службы. **Результаты исследования:** результатом научной работы является теоретическое обобщение и практические рекомендации по методике составления рабочего плана счетов для компаний автомобильно-дорожного комплекса, использующих МСФО. Глобализационные процессы и политика государства способствуют появлению новых компаний, в том числе и в автомобильно-дорожном комплексе, которые должны составлять финансовую отчетность по МСФО. Рабочий план счетов должен обеспечить сплошной охват операций финансово-хозяйственной деятельности, с учетом особенностей деятельности автомобильно-дорожного комплекса, удовлетворить потребности управленческого персонала в аналитической информации и быть удобным в использовании для специалистов бухгалтерской службы. **Научная новизна:** заключается в комплексном исследовании проблем, связанных с разработкой рабочего плана счетов для компаний автомобильно-дорожного комплекса. Предложено использовать англосаксонский вариант построения плана счетов. **Практическая значимость** заключается в том, что, при отсутствии нормативного урегулирования по вопросам создания рабочего плана для компаний автомобильно-дорожного комплекса, использующих МСФО, указанные в работе предложения позволят работникам бухгалтерской службы улучшить состояние учета и помочь составлять финансовую отчетность.

Ключевые слова: рабочий план счетов; автомобильно-дорожный комплекс; международные стандарты; учет; счет.

UDK 657.4.012.2; JEL Classification: M40

Kovalova T.V. METHODOLOGICAL ASPECTS OF DRAWING UP A WORKING PLAN OF ACCOUNTS ACCORDING TO IFRS FOR COMPANIES OF THE AUTOMOBILE AND ROAD COMPLEX.

The purpose of the study is to highlight the methodology of creating a working plan of accounts according to IFRS for companies of the automobile and road complex. **Methodology of research:** to achieve the purpose in the work were used general scientific and special methods and techniques of research: theoretical generalization, analysis and synthesis; system and complex approach; abstract logical. Due to the lack of regulation of this issue on the part of both the state and the IFRS, in practice there may be difficulties with the development of a working plan of accounts by employees of the accounting service. **Results of the research:** the result of the scientific work is a theoretical summary and practical recommendations for the methodology of the working plan of accounts for the companies of the automobile and road complex, which use the IFRS. Globalization processes and the policy of our state contribute to the emergence of new companies, including in the automobile and road complex, which must prepare financial statements according to IFRS. The working plan of accounts should provide a comprehensive coverage of operations of financial and economic activities, taking into account the specifics of the automobile and road complex, meet the needs of management personnel in analytical information and be easy to use for specialists of the accounting service. **Scientific novelty:**

consists in a comprehensive study of the problems associated with the development of a working plan of accounts for the companies of the automobile and road complex. It is proposed to use the Anglo-Saxon version of the construction of the plan of accounts. *The practical significance* lies in the fact that, in the absence of regulation on the creation of a work plan for companies of the automobile and road complex, which use the IFRS, the proposals indicated in the work will enable employees of the accounting service to improve accounting and help fold the financial statements.

Keywords: working plan of accounts; automobile and road complex; international standards; accounting; account.

Відомості про авторів /Сведения об авторах / *About the Authors*

Ковальова Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку і оподаткування; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1250-2019>; e-mail: kovaleva64@ukr.net. Моб. 063-262-36-36.

Ковалева Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета и налогообложения.

Kovalova Tetiana Volodimipovna – Candidate of Sciences (Economics), Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of account, taxation; Kharkiv, Ukraine.

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ ТА ІННОВАЦІЇ

Непран А. В., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Тимченко І. Є., канд. екон. наук, доцент

Харківський університет

Постановка проблеми. У зв'язку із спадом виробництва та погіршенням економічної ситуації в Україні велике значення набувають інструменти і засоби підвищення конкурентоздатності національної економіки. Перехід на інноваційний тип економічного розвитку передбачає створення сприятливих умов для структурних перетворень в області науково-технічного розвитку. Це, зокрема, потребує створення багатоканальної системи фінансування інновацій. Зростаюча увага до сфери науки, інноваційного підприємництва, ризикового бізнесу особливо актуальна в сучасних умовах, коли нові технології (надчиста металургія, мікроелектроніка, біотехнологія, нанотехнологія та ін.) потребують тісної інтеграції науки з виробництвом, ведуть до суттєвому зростанню витрат на розробку нового продукту при зростаючому скороченні його життєвого циклу. Все це потребує пошуку нетрадиційних каналів фінансування інноваційної діяльності, виробітку нової стратегії менеджменту інновацій.

Важливу роль у фінансуванні інноваційної діяльності відіграє такий унікальний механізм, як венчурний (ризиковий) капітал. Він служить засобом прискорення розвитку науково-технічного прогресу завдяки новим формам диверсифікації, міжфірмового співробітництва і кооперації, неграційним джерелом фінансування в умовах хронічного зростання фіктивного капіталу.

Розвиток венчурного капіталу, його залучення в Україну для фінансування перспективних інноваційних проєктів здатний не лише прискорити інноваційний розвиток країни, а й вивести вітчизняну економіку на новий рівень економічного розвитку. Венчурний капітал через систему фінансування інноваційних проєктів з високим потенціалом зростання призводить до створення кумулятивного ефекту: розвиток технологій в одній сфері призводить до прогресивного руху в інших сферах і секторах національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне обґрунтування розвитку венчурного капіталу в Україні знайшло відображення в працях багатьох вітчизняних вчених, зокрема О. Амоши, В. Савченко, І. Грозного, В. Красовської, Т. Смовженко, В. Новікової, Л. Дмитриченко, К. Кутрань, Н. Краус, Л. Шило та ін. Аналізуючи ринок інститутів спільного інвестування, до якого відносяться й венчурні фонди, Л. Бражник робить висновок: «Порівняно зі світовим досвідом ринок інституціональних інвесторів небанківського сектору перебуває на досить низькому рівні» [1, с. 280].

Досліджуючи структуру активів венчурних компаній, Є. Носова робить висновок, що венчурні фонди не зацікавлені здійснювати додаткові інвестиції в акції понад необхідний рівень в 10%, та, насправді, використовуються для оптимізації фінансування та оподаткування фінансово-промислових груп [2]. Серед основних напрямів удосконалення організації венчурного фінансування в Україні О. Третякова, В. Харабара, Р. Грешко називають створення податкових стимулів і правового поля для індивідуальних інвесторів, які беруть участь у венчурному фінансуванні інноваційних компаній на початкових етапах комерціалізації новацій [3, с. 23].

Серед основних факторів, що стримують розвиток венчурного капіталу в Україні, Т. Кочура відносить недосконалість нормативно-правового регулювання венчурного інвестування та оподаткування, відсутність державної допомоги венчурним фондам при інвестуванні ними ризикових інноваційних проєктів [4, с. 123]. Проте в свої дослідженнях автор не наводить жодних доказів даного твердження. Оскільки венчурні інвестиції характеризуються великим ризиком, стає незрозумілим, чому держава повинна допомагати венчурним фондам і хто буде компенсувати збитки? Згідно з позиції автора, держава за рахунок бюджету повинна спрямовувати значні (не зрозуміло в якому обсязі) фінансові ресурси з невідомою їх ефективністю. Ми не розділяємо позицію автора, оскільки це призведе лише до нецільового використання бюджетних коштів, корупції та збільшенню дефіциту державного бюджету.

Невирішені складові загальної проблеми. Проте слід зазначити, що у вітчизняній економічній літературі недостатня увага приділяється формуванню капіталу венчурними фірмами. Більшість дослідників зазначають недостатні обсяги фінансування венчурними фондами інноваційних проєктів національної економіки. Не зважаючи на значні зміни податкового законодавства, спрямувати венчурний капітал для фінансування інноваційних проєктів в значних масштабах не вдається. Практично відсутні наукові розробки, що аналізують одночасно формування і використання капіталу венчурними фондами.

Формулювання цілей статі. Мета статті – проаналізувати поточний стан розвитку венчурного капіталу в Україні і запропонувати механізми залучення венчурного капіталу для підвищення конкурентоздатності української економіки.

Виклад основного матеріалу досліджень. Відповідно до Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року цілями довгострокового розвитку є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі [5]. Єдино можливим засобом досягти вказаних цілей довгострокового розвитку України є перехід економіки до інноваційного соціально-орієнтованої моделі розвитку.

Прискорення науково-технічного процесу, що визнаний в усьому світі в якості важливого фактору економічного зростання, пов'язується із становленням та розвитком особливої сфери діяльності – інноваційного

підприємництва. Цей вид діяльності полягає в отриманні нововведень і простягається від зародження ідеї до її комерційної реалізації, охоплюючи таким чином весь комплекс відносин: виробництво, обмін, споживання. Впровадження інновацій розглядається бізнесом не як самоціль, а як засіб кращого рішення виробничих і комерційних задач компанії, яка хоче досягти максимізації прибутку. Цей бізнес характеризується підвищеним ступенем ризику, високими темпами розвитку і незвичною гнучкістю, необмеженими адаптаційними можливостями. Завдяки залученню венчурного капіталу до фінансування інноваційного підприємництва були створені такі корпорації, як HP, Microsoft, Apple, Oracle, Yahoo, Google, Intel.

Розвиток інноваційної діяльності обслуговується унікальним механізмом фінансування, рухомою пружиною якого виступає обіг венчурного (ризикового) капіталу. Для інноваційного підприємництва венчурне фінансування є одним із перспективних інструментів фінансового забезпечення, що дозволяє компенсувати «розриви» між фінансовими потребами та наявними коштами молодих інноваційних фірм, які ще не досягли точки беззбитковості. При чому венчурне фінансування не лише вирішує завдання залучення фінансових ресурсів для інноваційної діяльності, але є одним із засобів відбору найбільш якісних інвестиційних проєктів, які мають значні перспективи зростання.

Приставаючи до розробки та комерціалізації нововведень, компанії повинні починати з авансування грошового капіталу. Суттєва специфіка такого роду вкладень полягає в тому, що вона пов'язана з різко підвищеною загрозою їх втрати: інновації носять високий ступінь ризику і невизначеність у відношенні до майбутньої норми прибутку. Іншими словами, віддача від вкладення капіталу в інноваційний проєкт має дуже мало спільного з гарантованими виплатами проценту на банківський депозит або дивіденду на акції.

Фінансування за рахунок венчурного капіталу має суттєві відмінності від традиційного банківського кредитування. Інноваційний фонд венчурного фінансування по відношенню до фірми, що впроваджує інновації, виконує роль донора. Фінансова компанія скуповує у знов створеної інноваційної фірми більшу частину її пакету акцій. При набуття достатнього розміру та кредитоспроможності підприємство може бути продане стратегічному інвестору або бути виведеним на організований фондовий ринок. Ефективна діяльність інноваційної фірми гарантує фонду венчурного капіталу багаторазове перевищення від первісної суми вкладеного капіталу, тобто цей процес поновлюється на розширеній основі. Звичайний термін венчурної інвестиції складає 3-5 років. На практиці найнижчими з точки зору ефективності вважаються венчурні інвестиції в компанії, які за п'ять років забезпечують десятикратне зростання капіталу.

Як відомо, впровадження інновацій в нові, наукомісткі галузі зіштовхується з безпрецедентним ризиком. Лише десята частина крупних технічних проєктів стає рентабельними. Для більшості невеликих підприємств

банківське кредитування та фондовий ринок недоступні. Цю нішу займає фонди «ризикового» фінансування. Таким чином, венчурний капітал приймає на себе значний ризик, виступаючи партнером фірми-інноватора. В свою чергу, венчурна організація ділить ризик серед багаточисленними партнерами пропорційно вкладу кожного із них. Для оцінки успішності інноваційного проекту венчурна фірма повинна мати достовірну інформацію про всі напрямки інноваційної діяльності, зміни кон'юнктури ринку, мати тісні зв'язки із менеджерами інших галузей економіки. Інакше досить складно оцінити успішність того чи іншого інноваційного проекту.

Венчурні фонди спільно з інноваційними компаніями розробляють графіки проектних робіт, вирішують проблеми збуту продукції, здійснюють підбір кадрів, проводять експертизу, патентний аналіз. Венчурні фонди, таким чином, створюють сприятливе середовище, в якій «проростають» перспективні наукові нововведення. Саме ці організації стали одними із провідних структурних ланок поширення в розвинених країнах так названих інкубаторів бізнесу. В них діє пільгове оподаткування, широко поширене венчурне фінансування, надаються численні посередницькі послуги: проведення технічної експертизи, патентний аналіз, комерційні розрахунки, маркетинг, інформаційне забезпечення, управлінське консультування, ліцензування і т. п.

Структура венчурного капіталу відрізняється різноманітністю та складністю. При всій чисельності (починаючи із внутрішніх «венчурів» у структурі великих фірм і закінчуючи науково-технічними консорціумами). обов'язково дві складові: інноваційні дослідницькі фірми і загальний фонд венчурного фінансування.

В Україні ринок венчурного капіталу став формуватися в 1990-х роках. Правові та організаційні основи створення та діяльності венчурних фондів в Україні визначено в Законі України «Про інститути спільного інвестування» [6]. Основними задачами венчурного капіталу є мобілізація підприємницької діяльності, забезпечення фінансування інноваційних компаній і перетворення їх в конкурентоспроможні компанії, які володіють великим потенціалом зростання і капіталізації бізнесу.

За останні десять років венчурний капітал в Україні стрімко розвивався. Чисельність венчурних фондів зросла з 1035 в 2016 р. до 1292 в 2020 р. Нарощування кількості венчурних фондів після спаду 2016 р. є позитивним явищем, що означає посилення конкуренції в даному сегменті ринку. Вартість активів венчурних фондів, незважаючи на погіршення ділової активності, продовжує зростати (табл. 1).

Тенденція зростання активів венчурних компаній була характерною для періоду з 2012 по 2015 рр. В 2015 р. темпи приросту основних показників венчурного капіталу знизилися, а починаючи з 2016 р. на фоні стагнації економіки, був зафіксований суттєвий спад на венчурному ринку України. Капітал венчурних компаній в 2016 р. скоротився до 221,3 млрд грн, що нижче показника 2015 р. на 4,7 %.

**Динаміка активів венчурних компаній та підприємств
промисловості за 2016 – 2020 рр.**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Венчурний капітал, млрд грн	221,3	256,1	289,4	331,6	407,4
Темп зростання, %	95,3	115,7	113,0	114,6	122,9
Активи промисловості ¹ , млрд грн	2790,4	3142,6	3431,9	3639,0	3346,5
Темп зростання, %	115,5	112,6	109,2	106,0	92,0
Відношення венчурного капіталу до ВВП, %	9,3	8,6	8,1	8,3	9,7

¹ За 2020 р. обсяг активів промисловості включає великі та середні підприємства.

Джерело: Показники балансу підприємств за видами економічної діяльності за відповідні роки / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за відповідні роки / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>

Починаючи з 2017 р. венчурний капітал знову став стрімко зростати, перевищивши на кінець 2020 р. 400 млрд грн. В цілому за 2015–2020 рр. обсяг венчурного капіталу зріс на 175,2 млрд грн, або на 75,5 %. Проте зростання венчурного капіталу були дещо нижчими порівняно із темпами зростання капіталу в промисловості.

Діяльність держави, професійних національних та іноземних учасників ринку при звели до становлення в Україні ринку венчурного фінансування. В останні роки повільне відновлення української економіки і нестабільна ситуація на фондовому ринку сприяли укріпленню тенденції до зростання ролі фондів «ризикового» капіталу.

Зростаючи масштаби обсягів венчурного капіталу дозволяє розглядати ринок венчурного фінансування в якості одного із найбільш ефективних та значущих інструментів для стимулювання зростання інноваційної економіки. Інноваційні фонди ризикового капіталу акумулюються на акціонерних началах із багатьох джерел: капітал корпорацій, банківських кредитів, пенсійних фондів та страхових компаній.

Незважаючи на те, що за 10 останніх років з моменту прискореного розвитку ринку венчурного фінансування в Україні була створена законодавча база, повністю сформувати систему ринку в цілому (як важливий інструмент розширеного відтворення фінансового капіталу) поки не вдалося.

В Україні спостерігається тенденція до зростання ролі венчурного капіталу на первинному ринку цінних паперів. Формування венчурного капіталу відбувається переважно за рахунок емісії цінних паперів. Обсяг зареєстрованих емісій цінних паперів інститутів спільного інвестування (ІСІ) становив на кінець 2020 р. 530,4 млрд грн. Особливо зросла роль венчурного капіталу на первинному ринку цінних паперів в 2020 р. (табл. 2).

**Обсяги емісії цінних паперів інститутів спільного інвестування
за 2016-2020 рр.**

Показники	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяг зареєстрованих випусків інвестиційних сертифікатів пайових інвестиційних фондів	5,37	6,26	5,94	12,95	5,05
Обсяг зареєстрованих випусків акцій корпоративних інвестиційних фондів	10,72	13,71	16,60	24,98	38,52
Емісія цінних паперів ІСІ, млрд грн	16,09	19,97	22,54	37,93	43,57
Питома вага емісії цінних паперів ІСІ в загальному обсязі емісій цінних паперів, %	7,3	5,6	37,4	33,7	38,4

*Джерело: Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за відповідні роки / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку.
URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>*

Як свідчать дані, обсяг емісії цінних паперів ІСІ зріс з 16,09 млрд грн в 2016 р. до 43,57 млрд грн, або в 2,7 рази. Найбільше зростання обсягів емісії цінних паперів спостерігалось в 2019 р. (15,4 млрд грн). Основними формами емісії цінних паперів виступали емісія інвестиційних сертифікатів та емісія акцій. За 2016-2020 рр. обсяг емісії інвестиційних сертифікатів знизився на 6,0 %, тоді як обсяги емісії акцій зросли в 3,6 рази. В результаті емісія акцій стала основною формою первинної емісії ІСІ на ринку цінних паперів. Якщо у 2016 р. частка акцій в загальному обсязі емісії цінних паперів ІСІ склала 66,6 %, тоді як у 2020 р. вона зросла до 88,4 %.

Починаючи з 2018 р. ІСІ та їх домінуючий вид – венчурні компанії – на первинному ринку цінних паперів стали відігравати все зростаючу роль. В 2020 р. на їх долю приходилося 38,4 % від загального обсягу емісії цінних паперів, тоді як у 2016 р. – 7,3 %. Зростання частки емісії ІСІ відбулося переважно за рахунок скорочення обсягів емісії іншими учасниками ринку, перш за все підприємствами реального сектору економіки.

Впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку національної економіки є можливими лише за умови максимального використання й якісного оновлення науково-технологічного потенціалу. В сучасних умовах інновації є засобом виживання підприємства в конкурентній боротьбі. Проте сучасний рівень інноваційної діяльності не дає змогу розраховувати на прискорений інноваційний розвиток. Так, в 2020 р. питома вага інноваційної продукції в промисловому випуску становила 1,9 % проти 1,4 % у 2015 р. У зв'язку із спадом ділової активності, викликану макроекономічною нестабільністю, обмеженістю джерел фінансування і невизначеністю у відношенні до ключових макроекономічних показників інноваційна активність українських підприємств залишається на низькому рівні.

Стримуючим фактором розвитку інноваційного підприємництва в Україні є недостатній обсяг фінансування. Проте в країні складається парадоксальна

ситуація. З однієї сторони, відсутність значних довгострокових ресурсів у підприємств на реалізацію інноваційних проєктів, з іншої сторони – великі ресурси грошового капіталу, які є у розпорядження суб'єктів фінансового ринку. Зокрема, на сьогоднішній день венчурні компанії мають в достатній мірі грошовий капітал для фінансування інноваційної діяльності. Цей висновок підтверджується даними табл. 3.

Таблиця 3

Співвідношення витрат на інноваційну діяльність та венчурного фінансування

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Приріст капіталу венчурного фінансування ¹ , млрд грн	33,31	42,12	75,82
Витрати на інноваційну діяльність, млрд грн	25,02	н.д.	23,33
Відношення венчурного фінансування до обсягів витрат на інноваційну діяльність	1,33:1	–	3,25:1

Джерело: Витрати на інновації за видами економічної діяльності / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>; Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за відповідні роки / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>

На українському інвестиційному ринку в теперішній час мають значні обсяги фінансових ресурсів, які можуть бути спрямовані в сегмент венчурного фінансування. Обсяг фондів венчурного капіталу значно перевищує обсяги витрат на інноваційну діяльність. Так, у 2020 р. співвідношення венчурного фінансування до витрат на інноваційну діяльність становило 3,04:1, тобто за обсягом венчурний капітал майже в 3 рази перевищував обсяг витрат на інноваційну діяльність. Таким чином, маючи значні фінансові ресурси, венчурні компанії не інвестують їх в інноваційні проєкти.

У розвинених країнах венчурні інвестиції здійснюються переважно в ризикові, технологічно і потенційно високодохідні (проєкти з прогнозованою внутрішньою нормою дохідності IRR не менше 15 %) проєкти. При цьому під інвестиціями венчурної компанії розуміється купівлю акціонерного (установчого) капіталу не публічної компанії-реципієнта інвестицій або надання довгострокового боргового (до 5 років) фінансування з можливістю конвертації часток або акцій. Найбільш перспективними сферами вкладення венчурного капіталу є інноваційні проєкти, які володіють високим рівнем ризику втрати коштів.

При посередництві венчурного бізнесу в Україні постійно зростали обсяги фінансування як в нові галузі, так і в традиційні галузі національної економіки, де раніше венчурний капітал не приймав участі у фінансуванні. Змінюються переваги венчурних інвесторів до більшої ліквідності і меншому ризику. Почалася його експансія в традиційні сфери фінансової діяльності –

деривативи, державні цінні папери та облігації внутрішніх місцевих позик (табл. 4).

Таблиця 4

Приріст активів венчурних фондів України в 2019-2020 рр., млн грн

Статті активів	2019 р.	2020 р.
Акції українських емітентів	-4517,6	-661,2
Інші інвестиції	10431,6	9012,1
Об'єкти нерухомості	2640,7	-306,1
Державні цінні папери	126,4	2763,8
Права вимоги	-1 374,7	2023,5
Корпоративні права (крім цінних паперів)	2 830,6	1083,1
Позика	21335,1	35816,6
Нараховані, але не сплачені відсотки	2 784,6	3481,8
Облігації підприємств	5201,5	158,5
Деривативи	370,3	1891,8
Всього	42126,9	75817,5

Джерело: Звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за відповідні роки / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>

Тривалий час пріоритетним напрямом вкладення додаткового венчурного капіталу тривалий час є надання позик. В 2020 р. обсяг коштів, наданих позичальникам, становив 35,8 млрд грн, що становить 47,2 % від загального обсягу приросту капіталу венчурних фондів. Як наслідок, станом на кінець 2020 р., загальний обсяг позик в активах венчурних фондів досяг 141,7 млрд грн, що становить 34,8 % від загального обсягу їх активів.

В 2019 р. суттєво зростали обсяги вкладень в об'єкти нерухомості, облігації підприємств. В 2020 р. відбулася зміна пріоритетів вкладень додаткового капіталу. Починаючи з 2020 р. венчурні фонди значні фінансові ресурси вкладали в державні цінні папери (на 2763,8 млн грн), в деривативи (1891,8 млн грн), а також в облігації місцевих позик (на 206,1 млн грн). В той же час спостерігається тенденція до скорочення інвестицій в акції – основний вид цінних паперів венчурних фондів.

Досліджуючи напрямки діяльності найбільших венчурних фондів України, Є. Носова прийшла до висновку, що більшість з них використовуються як інструмент спільних інвестицій та оптимізації оподаткування в будівельному, фінансовому та аграрному секторі [2].

Отже, в Україні значна частина венчурного капіталу використовується для фінансових вкладень, не пов'язаних із інноваційною діяльністю. Це, передусім, надання позик суб'єктам господарювання, вкладення капіталу в державні цінні папери, облігації внутрішніх місцевих позик, об'єкти нерухомості, банківські метали та ін.

Такий механізм інвестування венчурного капіталу, пов'язаний із диверсифікацією ризиків, нагадує самострахування, коли інвестори захищають

себе від значних фінансових втрат. Які ж причини такої ситуації? Розглянемо це питання детальніше.

В Україні реалізовані ряд заходів податкової підтримки інноваційної діяльності. Зокрема, фонди венчурного капіталу в Україні наділені унікальними преференціями в сфері оподаткування. Податковим кодексом (пп. 141.6.1 ст. 141) передбачено, що інститути спільного інвестування, до яких відносяться венчурні фонди, звільняються від оподаткування кошти спільного інвестування, а саме: доходи від здійснення операцій з активами інституту спільного інвестування, доходи, нараховані за активами інституту спільного інвестування, та інші доходи від діяльності інституту спільного інвестування (відсотки за позиками, орендні (лізингові) платежі, роялті тощо) [7]. Як відзначали Діденко Л. та ін., завдяки цьому передбачається здійснення реінвестування коштів фонду на беззбитковій основі [8, с. 145]. Оподаткуванню підлягає лише розподіл прибутку, тобто виплата дивідендів. Суттєві податковими преференціями користуються фізичні особи-інвестори, податкове навантаження на дивіденди від ІСІ становить 10,5 % (9 % ПДФО та 1,5 % військового збору). Ця особливість дає змогу інвесторам спокійно вкладати кошти в такий фонд та виводити їх, не сплачуючи при цьому ніяких податків[9].

На відміну від інших ІСІ, Закон України «Про інститути спільного інвестування» дозволяє венчурному фондам надавати процентну позику (п. 6 ч. 3 ст.14 Закону). Доходи у вигляді відсотків, отриманих венчурним ІСІ, не оподатковуватимуться податком на прибуток відповідно по пп.141.6.1 ст.141 ПКУ. В той же час підприємство включає проценти за кредит у витрати, зменшуючи таким чином, оподатковуваний дохід. Таким чином, для венчурних фондів створені податкові преференції щодо сплати податку на прибуток. Цим користуються промислові підприємства, торговельні та будівельні організації як альтернатива банківському кредитуванню.

З нашої точки зору, більш перспективним є не звільнення від оподаткування податком на прибуток венчурних фондів, а надання їм пільг. Звільнення від оподаткування або зменшення бази оподаткування може надаватися на величину прибутку, отриманого від реалізованого інноваційного проєкту. Потребує встановлення максимального розміру пільги, тобто максимального зменшення податкової бази при оподаткуванні податком на прибуток. При цьому оподаткуванню податком на прибуток підлягали б операції з державними цінними паперами, місцевими облігаціями, об'єктами нерухомості і т. п. Це дало б змогу, по-перше, збільшити податкові надходження від фінансових операцій; по-друге, зменшити обсягів ухилення від сплати податків підприємствами традиційних секторів економіки, що використовують венчурні фонди як інструмент зменшення оподаткування.

Вказані виклики потребують подальшого удосконалення податкового та правового законодавства, націленого на випереджаючий інноваційний розвиток країни які повинні забезпечити зростання конкурентоздатної інноваційної

продукції та послуг, прискореної комерціалізації інтелектуальної власності та реалізації науково-технічного потенціалу країни.

В розвинених країнах набув широкого поширення такий інструмент венчурного фінансування, як конвертована позика, що є найбільш поширеним інструментом брідж-фінансування. При наданні таких позик відбувається конвертації позичкових коштів в частку (акції) інноваційної компанії. Надання конвертованих позик дозволяє забезпечити швидке надходження грошових коштів, гарантує забезпечення прав інвесторів, а також дозволяє компенсувати тимчасову нестачу ліквідності. Для венчурного фонду головним інтересом надання конвертованих позик є не повернення коштів, а купівля акцій компанії, курс яких має значні перспективи зростання.

Необхідно зазначити, що укладання угод із конвертації позик характеризує високий рівень розвитку. Нині в Україні він використовується досить рідко. Однією із причин такого становища є законодавча невизначеність даного виду угод, а також особливості корпоративного законодавства. Зокрема, поширення такого виду угод потребує перш за все на законодавчому рівні посилення ступеня захищеності інвесторів, розробку законодавчих актів, що регулюють умови конвертації позики в капітал підприємства, забезпечення зобов'язань компанії перед інвесторами.

Розвиток сформованого в Україні інституту венчурного фінансування і необхідність подолання цілого ряду суттєвих недоліків потребує подальших цілеспрямованих заходів держави, спрямованих на прискорений розвиток інноваційної діяльності. Подальше удосконалення правової та податкової систем в значній мірі буде сприяти розвитку венчурного фінансування як одного із елементів інноваційної країни.

Важливим завданням венчурного фінансування в Україні повинно стати створення необхідних фінансових інструментів підтримки технологічного підприємництва, що здійснюється в пріоритетних напрямках. Венчурні фонди повинні надавати дуже важливу увагу співробітництву з академічною наукою, передусім з університетами. В університетських лабораторіях розробляються високорентабельні технічні проекти, які можуть бути привабливими для венчурного фінансування. На жаль, сьогодні практично не спостерігається активізації співробітництва венчурних фондів та вищої освіти. Обсяг НДР, виконаних вищою освітою для підприємницького сектору в 2019 р. становив лише 1,1 млрд грн, що становить близько 10 % від загального обсягу НДР.

Венчурний капітал ще не став ефективним механізмом фінансування інноваційного бізнесу в Україні. Розширене відтворення венчурного капіталу не спрямоване на розвиток національної інноваційно-технологічного підприємства України. Існує нагальна проблема переорієнтації венчурних фондів на фінансування інноваційних проєктів.

Висновки. Отже, в Україні за останні роки сформувався штучний розрив між двома сегментами одного (по суті) інвестиційного ринку, в результаті чого значні обсяги фінансових ресурсів фондів венчурного капіталу використовуються для уникнення оподаткування, диверсифікації ризиків,

отримання стійкого прибутку на вкладені кошти. Для зростання конкурентоздатності української економіки, стимулювання переходу її на інноваційний шлях розвитку доцільно удосконалити залучення венчурного капіталу, забезпечити переорієнтацію венчурного капіталу на фінансування інноваційної діяльності. З цією метою пропонуємо внести зміни до ст. 141.6 Податкового кодексу України та позбавити венчурні фонди преференціями щодо оподаткування податком на прибуток. Більш перспективним напрямом переорієнтації венчурного капіталу на фінансування інноваційних проєктів є встановлення додаткових податкових стимулів для венчурних інвесторів можуть виступати звільнення від оподаткування або зниження податкової бази на величину прибутку від реалізації інноваційних проєктів. Цей варіант є менш обтяжливим для бюджету з точки зору неотриманих надходжень, і в той же час буде сприяти мобілізації ресурсів для фінансування інноваційної діяльності.

Перелік посилань.

1. Бражник Л. В., Дорошенко О. О. Діяльність інститутів спільного інвестування в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 279-284.
2. Носова Є. А., Могге Д. Б. Сучасний стан та особливості функціонування венчурних інвестиційних фондів в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5491>. (дата звернення: 18.09.2021).
3. Третякова О. В., Харабара В. М., Грешко Р. І. Венчурне фінансування як ефективний інструмент інноваційного розвитку України. *Інвестиція: практика та досвід*. 2020. № 17-18. С. 18-23.
4. Кочура Т. О. Глобальні тренди розвитку венчурного капіталу та їх вплив на інвестування високотехнологічних проєктів. *Бізнес-інформ*. 2020. № 4. С. 118-126.
5. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 10.07.2019 р. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 18.09.2021).
6. Про інститути спільного інвестування: Закон України від 5 липня 2012 р. № 5080-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17#Text> (дата звернення: 18.09.2021).
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://sfs.gov.ua/nk>. (дата звернення 18.09.2021).
8. Діденко Л. В., Ватоян А. М., Єрьоміна М. А. Роль венчурних інститутів спільного інвестування в забезпеченні інноваційного розвитку України. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 143-151.
9. Стариченко О. Особливості та можливості венчурних інвестиційних фондів в Україні. URL: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/rzp/195.htm/ (дата звернення: 18.09.2021).
10. Мордань Є.Ю., Відменко Ю.В., Кобець Ж.О. Венчурне інвестування в Україні та світі: сучасні тенденції та особливості розвитку. *Гроші, фінанси і кредит*. № 17. 2018. С. 391 - 399.

References

1. Brazhny`k, L. V., Doroshenko, O. O. (2020). Activities of mutual investment institutions in Ukraine [Diyal`nist` insty`tutiv spil`nogo investuvannya v Ukrayiny]. *Market infrastructure*. № 42. P. 279-284.
2. Nosova, Ye. A., Mogge, D. B. (2017). Current state and features of venture investment funds in Ukraine [Suchasny`j stan ta osobly`vosti funkcionuvannya venchurny`x investy`cijny`x fondiv v Ukrayini]. *Efficient economy*. № 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5491> (last accessed 18.09.2021).
3. Tretyakova, O. V., Xarabara, V. M., Greshko, R. I. (2020). Venture financing as an effective tool for innovative development of Ukraine. [Venchurne finansuvannya yak efekty`vny`j instrument innovacijnogo rozvy`tku Ukrayiny]. *Investment: practice and experience*. № 17-18, P. 18-23.
4. Kochura, T. O. (2020). Global trends in venture capital development and their impact on investing in high-tech projects. [Global`ni trendy` rozvy`tku venchurnogo kapitalu ta yix vply`v na investuvannya vy`sokoteknologichny`x proyektiv]. *Business inform*. № 4, P. 118-126.
5. Strategy for the development of innovation in the period up to 2030: order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 10.07.2019 № 526-r. [Strategiya rozvy`tku sfery` innovacijnoyi diyal`nosti na period do 2030 roku: rozporядzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny` vid 10.07.2019. 526-r.], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text> (last accessed 18.09.2021).
6. On mutual investment institutions: Law of Ukraine of July 5, 2012 № 5080-VI [Pro insty`tuty` spil`nogo investuvannya]: Zakon Ukrayiny` vid 5 ly`pnya 2012. № 5080-VI, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17#Text> (last accessed 18.09.2021).
7. Tax Code of Ukraine 2.10.2010 № 2755-VI [Podatkovy`j kodeks Ukrayiny` vid 02.12.2010 r. № 2755-VI], available at: <http://sfs.gov.ua/nk> (last accessed 18.09.2021).
8. Didenko, L. V., Vatoyan, A. M., Yer`omina, M. A. (2018). The role of venture capital investment institutions in ensuring the innovative development of Ukraine [Rol` venchurny`x insty`tutiv spil`nogo investuvannya v zabezpechenni innovacijnogo rozvy`tku Ukrayiny`]. *Economy and society* № 19, P. 143-151.
9. Stary`chenko O. Features and capabilities of venture investment funds in Ukraine. [Osobly`vosti ta mozhly`vosti venchurny`x investy`cijny`x fondiv v Ukrayini], available at: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/rzp/195.htm (last accessed 18.09.2021).
10. Mordan, E.Yu., Vidmenko, Yu.V., Kobets, Zh.O. (2018). Venture investment in Ukraine and the world: current trends and features of development.[Venchurne investuvannya v Ukrayini ta sviti: suchasni tendenciyi ta osobly`vosti rozvy`tku]. *Money, finance and credit*. № 17. P. 391—399.

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 338.3; JEL Classification: M9

Непран А. В., Тимченко І. Є. ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ ТА ІННОВАЦІЇ

Мета – проаналізувати поточний стан розвитку венчурного капіталу в Україні і запропонувати механізми залучення венчурного капіталу для підвищення конкурентоздатності української економіки. *Методика дослідження.* Для досягнення поставленої мети у дослідженнях були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: методи узагальнення та абстрагування – для проведення аналізу тверджень законодавчого характеру щодо розвитку венчурного капіталу; відносні показники динаміки і структури. *Результати.* В сучасних умовах капітал венчурних фондів набув значних розмірів, що дозволяє його розглядати як важливий елемент інноваційної системи країни. Маються значні диспропорції: відмічається недостатній обсяг пропозиції венчурного капіталу для фінансування пріоритетних напрямів інноваційної діяльності. Встановлено, що значна частина капіталу венчурних фондів використовується для купівлі облігацій підприємств, державних та місцевих боргових цінних паперів, надання позики. Ці фінансові операції не пов’язані з інноваційною діяльністю, а використовуються як альтернатива банківському кредитуванню, а також для зниження податкового навантаження. Диспропорції, що сформувалися в національній системі фінансування інновацій не дозволяють повністю розкрити потенціал венчурного фінансування. Для стимулювання конвертованої позики як одного із поширених інструментів венчурного фінансування необхідно на законодавчому рівні посилити ступінь захисту прав інвесторів по відношенню до позичальників. *Наукова новизна.* Полягає у спростуванні твердження про недостатність фінансових ресурсів для венчурного фінансування, визначення напрямів стимулювання розвитку венчурного капіталу. *Практична значущість.* Завдяки впровадженню розроблених заходів в перспективі можна забезпечити переорієнтацію капіталу венчурних фондів на фінансування інноваційних проєктів, що забезпечить становлення інноваційних компаній та перетворення їх у конкурентоздатні підприємства.

Ключові слова: інвестування, венчурний капітал, інновації, інноваційні венчурні фонди, фінансовий ризик, венчурні підрозділи компаній.

УДК 338.3; JEL Classification: M9

Непран А. В., Тимченко И. Е. ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ И ИННОВАЦИИ

Цель — проанализировать текущее состояние развития венчурного капитала в Украине и предложить механизмы привлечения венчурного капитала для повышения конкурентоспособности украинской экономики. *Методика исследования.* Для достижения поставленной цели в исследованиях были использованы такие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: методы обобщения и абстрагирования — для проведения

анализа утверждений законодательного характера по развитию венчурного капитала; относительные показатели динамики и структуры. **Результаты.** В современных условиях капитал венчурных фондов приобрел внушительных размеров, что позволяет его рассматривать как важный элемент инновационной системы страны. Имеются значительные диспропорции: отмечается недостаточный объем предложения венчурного капитала для финансирования приоритетных направлений инновационной деятельности. Установлено, что значительная часть капитала венчурных фондов используется для покупки облигаций предприятий, государственных и местных долговых ценных бумаг, предоставление займа. Эти финансовые операции не связаны с инновационной деятельностью, а используются как альтернатива банковскому кредитованию, а также для снижения налоговой нагрузки. Диспропорции, сформировавшиеся в национальной системе финансирования инноваций не позволяют полностью раскрыть потенциал венчурного финансирования. Для стимулирования конвертируемой займа как одного из распространенных инструментов венчурного финансирования необходимо на законодательном уровне усилить степень защиты прав инвесторов по отношению к заемщикам. **Научная новизна.** Состоит в опровержении утверждения о недостаточности финансовых ресурсов для венчурного финансирования, определения направлений стимулирования развития венчурного капитала. **Практическая значимость.** Благодаря внедрению разработанных мероприятий в перспективе можно обеспечить переориентацию капитала венчурных фондов для финансирования инновационных проектов, обеспечит становление инновационных компаний и превращение их в конкурентоспособные предприятия.

Ключевые слова: инвестирование, венчурный капитал, инновации, инновационные венчурные фонды, финансовый риск, венчурные подразделения компаний.

UDK 338.3; JEL Classification: M9

Nepran AV, Timchenko IE VENTURE CAPITAL AND INNOVATION

Purpose — to analyze the current state of venture capital development in Ukraine and propose mechanisms to attract venture capital to increase the competitiveness of the Ukrainian economy. **Methodology of research.** To achieve this goal, the following general scientific and special research methods and techniques were used in the research: methods of generalization and abstraction — to analyze the allegations of a legislative nature for the development of venture capital; relative indicators of dynamics and structure. **Findings.** In modern conditions, the capital of venture funds has acquired an impressive size, which allows it to be considered as an important element of the country's innovation system. There are significant imbalances: there is an insufficient supply of venture capital to finance priority areas of innovation. It is established that a significant part of the capital of venture funds is used for the purchase of corporate bonds, government and local debt securities, the provision of loans. These financial transactions are not related to innovation, but are used as an alternative to bank lending, as well as to reduce the tax burden. The imbalances that have formed in the national system of financing

innovation do not allow the full potential of venture financing to be unleashed. To stimulate a convertible loan as one of the common instruments of venture financing, it is necessary at the legislative level to strengthen the degree of protection of the rights of investors in relation to borrowers. **Originality.** It consists in refuting the statement about the insufficiency of financial resources for venture financing, determining the directions of stimulating the development of venture capital. **Practical value.** Thanks to the implementation of the developed measures in the future it is possible to ensure the reorientation of the capital of venture funds to finance innovative projects, will ensure the formation of innovative companies and their transformation into competitive enterprises.

Key words: investment, venture capital, innovations, innovative venture funds, financial risk, venture divisions of companies.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Непран Андрій Володимирович – канд. екон. наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри економіки і підприємництва, м. Харків, Україна; e-mail: nepranxtei@gmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8329-7123>. Моб. 097-546-01-22.

Непран Андрей Владимирович – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры экономики и предпринимательства, г. Харьков, Украина.

Nepran Andrey – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv National Automobile and Highway University, Associate Professor, Department of Economics and Entrepreneurship, Kharkiv, Ukraine.

Тимченко Ірина Євгеніївна – канд. екон. наук, доцент, Харківський університет, доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту. м. Харків, Україна; e-mail: nepranxtei@gmail.com. Моб. 050-183-89-60.

Тимченко Ирина Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский университет, доцент кафедры финансов, учета и аудита, г. Харьков, Украина;

Timchenko Irina – Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Kharkiv University, Associate Professor, Department of Financial, Accounting and Auditing, Kharkiv, Ukraine.

РОЛЬ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ В ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ КРАЇНИ

*Хорошилова І.О., канд. екон. наук, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Постановка проблеми. Податок на прибуток підприємств на сьогодні є одним з найвагоміших із групи прямих податків у податковій системі України, ефективність механізму його нарахування та відповідно й результативність фіскальної політики держави має суттєвий вплив на фінансово економічну діяльність суб'єкту господарювання. Тому покращення його сучасного стану – це одна з найважливіших соціально-економічних проблем, від швидкого вирішення яких значною мірою залежить подальший розвиток малого та середнього бізнесу в Україні. Економіка України динамічно розвивається та постійно потребує приведення податкової системи та законодавства у відповідність до економічних умов сьогодення. Останні зміни у податковому законодавстві щодо гармонізації бухгалтерського обліку та податкових розрахунків дають підставу значно детальніше дослідити методику оприбуткування податку на прибуток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Податок на прибуток підприємства фактично є податком на фінансовий результат що формується в обліку за підсумками всіх господарських операцій суб'єкту виконаних ним у звітній період. Даним питанням переймаються не тільки науковці, а й законодавчі органи та податківці, й платники податку, й фінансисти, та навіть юристи. Серед вітчизняних вчених, які присвятили свої роботи дослідженню проблематики оподаткування прибутків слід відзначити В. Андрущенко, П. Герасименко, А. Крисоватий, М. Пасько, М. Проданчук, О. Сидорович, А. Ткаченко, Н. Ярошевич та інші. Узагальнюючі ці напрацювання можна стверджувати що нажаль стан та механізм оприбуткування даного податку, як суттєвої складової доходної частини бюджету України, не відповідають критеріям та вимогам що висуваються в розвинених країнах з стабільною економікою. Тому це питання є актуальним, має велику значимість, та потребує детального дослідження.

Невирішені складові загальної проблеми. Податок на прибуток – це прямий податок, який сплачують підприємства з прибутку, що є перевищенням суми доходів над собівартістю реалізованої продукції, а також над сумою інших витрат звітного періоду [3]. Згідно зі ст. 134 нової редакції Податкового Кодексу України [1], об'єктом оподаткування податку на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибуток або збиток), визначеного у фінансовій звітності

підприємства відповідно до НП(С)БО або МСФЗ, на різниці. Тобто ст. 134 узаконила новий підхід до формування об'єкта оподаткування, котрий тепер складається з двох частин: фінансового результату до оподаткування та різниць.

Відображення суми витрат з податку на прибуток на рахунках бухгалтерського обліку це один із завершальних етапів облікових процедур з обліку податку на прибуток. Йому передують складний комплекс робіт щодо визначення фінансового результату до оподаткування прибутку (збитку). Тобто прибуток підприємства в дійсності складається з доходів підприємства за вирахуванням витрат. І перш ніж бухгалтер перейде до визначення суми та облікового відображення податку на прибуток, необхідно достовірно визначити які доходи та витрати виникали у відповідному звітному періоді.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз сучасного стану податку на прибуток підприємств в державі та обґрунтування його ролі в формуванні доходної частини державного бюджету за для досягнення оптимальності співпадіння інтересів учасників податкових відносин.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки податок на прибуток підприємств є одним з чотирьох основних бюджетоутворюючих податків поряд з податком на додану вартість, податком на доходи фізичних осіб та акцизним податком. А основним призначенням його є регулювання господарської діяльності, стимулювання розвитку інвестицій та нарощення капіталу підприємства [4], але ми бачимо, що сучасний стан прибуткового оподаткування не відповідає покладеним на нього завданням. Про це свідчить зниження фіскальної ефективності податку на прибуток, тобто зниження його частки у ВВП, доходах бюджету та податкових надходженнях. По перше звернемо увагу на організацію та методику бухгалтерського обліку податку на прибуток на підприємстві, зображену на рис. 1.

Облік суми витрат з податку на прибуток ведеться на рахунку 98 «Податок на прибуток». За дебетом рахунку відображаються нараховані суми податку на прибуток, відрахувань до Державного бюджету України від доходів, від проведення державних грошових лотерей і податку на доходи від страхової діяльності, за кредитом – включення до фінансових результатів на рахунку 79 «Фінансові результати». До даного рахунку аналітика не передбачена, тому є необхідність введення нових субрахунків залежно від виду діяльності, від якого виникають такі витрати, або за ставками податку, якщо на підприємстві застосовується декілька таких. Дані рахунку 98 «Податок на прибуток» знаходять відображення в Журналі 5 (5А) та у формах річної фінансової звітності. Також на підприємстві можуть бути форми внутрішньої звітності про нарахування та сплату податку на прибуток для підвищення ефективності управління ним та податкової оптимізації [3].



Рис. 1. Організація і методика бухгалтерського обліку податку на прибуток

Джерело: адаптовано автором на основі [4]

Спільна риса обох видів обліку полягає в тому, що податкове та бухгалтерське законодавство має подібну мету та завдання: формування достовірної інформації про фінансові результати діяльності та для цілей контролю дотримання законодавства. З моменту прийняття Податкового кодексу України є низка принципів, властивих як бухгалтерському, так і податковому обліку, таких як періодичність, автономність, єдиний грошовий вимірник, безперервність, послідовність, відповідність доходів і витрат. Принцип відповідності доходів і витрат бухгалтерського обліку покладено в основу обчислення об'єкта оподаткування податком на прибуток підприємств.

Забезпечення справляння податку на прибуток підприємств є гармонізація податкового і бухгалтерського обліку. Принцип гармонізації передбачає в подальшому формування єдиного понятійного апарату для бухгалтерського обліку та податкової системи, що дасть змогу ліквідувати суперечності між ними. Однак навіть гармонізована система передбачає наявність тимчасових і постійних податкових різниць. Отже, податок на прибуток підприємств не зумовлює об'єктивної потреби у веденні автономного податкового обліку, адже це спричинить значні зміни як для підприємства, так і для держави [3].

Як ми вже зазначали, податок на прибуток – один з найпопулярніших податків у світі, в Україні ж він займає четверте місце за значущістю у доходах Державного бюджету України (рис.2.).

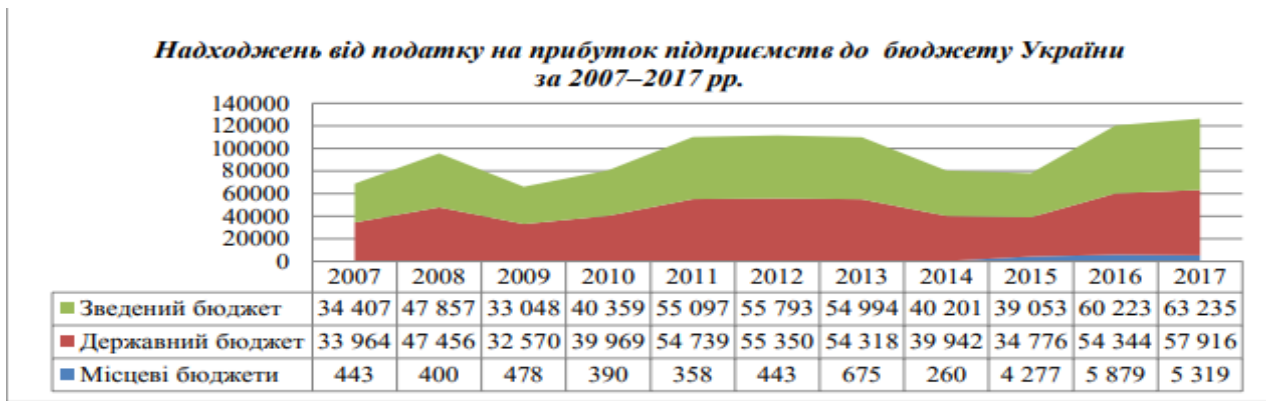


Рис. 2. Динаміка обсягу надходжень від податку на прибуток підприємств до бюджету України за 2007–2017 рр., млн. грн.

Джерело: сформовано автором за даними [2]

В структурі доходів зведеного та державного бюджетів України податок на прибуток поступає тільки податку на додану вартість та податку на доходи фізичних осіб. Податок на прибуток підприємств в Україні має багато спільних рис з податком на прибуток корпорацій в зарубіжних країнах. Його надходження в доходах бюджетів зарубіжних країн становлять незначну частину, однак, не дивлячись на це, податок на прибуток корпорацій виконує важливу роль економічного регулятора. Регулююча функція податку на прибуток проявляється в оптимізації податкових ставок та різного роду податкових пільгах, при чому ефективність останніх безпосередньо залежить від способу надання та відповідного контролю [5].

В нашій країні ми спостерігали поступове зменшення ставки податку на прибуток, в теперішній час поточна ставка податку на прибуток становить 18 %. Цей показник є меншим ніж у більшості країн Європи, що дає нам можливість залучати іноземні інвестиції. Зменшення ставки податку є загальноєвропейською тенденцією [3], але також звернемо увагу, що при незмінності інших умов подальше зниження може не дати очікуваного економічного ефекту, як приклад згадаємо податкові пільги, які, призводячи до значних втрат бюджету, не стали каталізатором економічного розвитку країни для цього потрібно провести значно глибші реформи. Потрібно й надалі впроваджувати конструктивні кроки в напрямі гармонізації податкового та бухгалтерського обліку з податку у напрямі скорочення кількості розбіжностей між ними; переглянути пільги з метою ліквідації тих, що не дали адекватного економічного з часу їх запровадження; посилити підтримку інвестиційно–інноваційної діяльності.

На наш погляд це в сукупності з напрямками Програми економічних реформ є актуальними кроками, що здатні створити сприятливі умови для ведення ділової активності та покращення фінансово-економічного стану підприємствами України без шкоди для показників державного бюджету.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сучасний облік податку на прибуток має свої недоліки. Необхідно гармонізувати правила ведення бухгалтерського фінансового обліку на законодавчому рівні. Щодо частки податку на прибуток підприємства в надходженнях України, то він посідає четверте місце, що свідчить про зменшення частки цього податку в надходженнях до бюджету. Все це пояснюється тим, що країна переходить від суто фіскальної до стимулюючої системи оподаткування підприємств. Цей процес виявився дуже складним та болючим, бо реформування відбувається в умовах економічної кризи спричиненої пандемією, що породжує дефіцит державних фінансових ресурсів. То ж ми спостерігаємо суттєве зниження фіскальної значимості податку на прибуток, який утратив статус основного бюджетоформуючого податку. Але не варто очікувати що зміни окремих елементів податку підвищать його фіскальну ефективність та спрощують процедуру обчислення податкового зобов'язання і формування податкової звітності. Тому необхідні кардинальні зміни насамперед до підходу оподаткування прибутку підприємств.

Перелік посилань

1. Податковий кодекс України: прийнятий Верховною Радою України 2 грудня 2010 р. № 2755-VII, змін. станом на 01.01.2017: URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page23> (дата звернення: 27.08.2021).
2. Податкові надходження: веб-сайт. URL: <http://cost.ua/budget/revenue/> (дата звернення 27.08.2021).
3. Проданчук М. А. Шляхи вдосконалення відображення інформації про результати діяльності у фінансовій звітності *Фінанси України*. 2014. № 7. С. 99-113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2014_7_10 (дата звернення: 16.09.2021).
4. Герасименко П. Податок на прибуток – чинник стимулювання економіки. URL: <http://zaxid.net/home/show> (дата звернення: 28.08.2021).
5. Дубовик О.Ю., Генна Л.О. Реалізація регулюючої функції податку на прибуток в Україні. *Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців*. Науки: економіка, політологія, історія. 2015. № 3(223). С. 65–77.
6. Державна фіскальна служба України: веб-сайт. URL: <http://sfs.gov.ua/> (дата звернення: 17.09.2021).
7. Хомутенко В.П., Хомутенко А.В. Фрагментарний аналіз механізму дії регулюючої функції податку на прибуток підприємств в Україні. *Evropský časopis ekonomiku a managementu*. 2017. № 1. С. 230.
8. Гороховська Ю. І., Чигрин В. В. Податок на прибуток підприємств як інструмент наповнення бюджету. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 5. С. 4-8.
9. Деєва Н. М., Редіна Н. І. Оподаткування в Україні: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 544 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/190860> . (дата звернення: 16.09.2021).

10. Непочатенко О. О., Боровик П. М., Щепелюк Б. Р. Оподаткування прибутку підприємств в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2015. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_28 (дата звернення: 28.08.2021).

11. Офіційний сайт Державної казначейської служби України: веб-сайт. URL: <http://www.treasury.gov.ua> (дата звернення: 17.09.2021).

References

1. Tax Code of Ukraine: adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine on December 2, 2010 № 2755-VII, amendments. as of 01.01.2017: [Podatkovy`j kodeks Ukrayiny` : pry`jnyaty`j Verhovnoyu Radoyu Ukrayiny` 2 grudnya 2010 r. # 2755-VII, zmin. stanom na 01.01.2017], available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page23> (last accessed 27.08.2021).

2. Tax revenues. [Podatkovy nadkhodzhennya]: website, available at: <http://cost.ua/budget/revenue/> (last accessed 27.08.2021).

3. Prodanchuk M.A. (2014). Ways to improve the reflection of information about the results of activities in the financial statements Finance of Ukraine. [Shlyaxy` vdoskonalennya vidobrazhennya informaciyi pro rezul`taty` diyal`nosti u finansovij zvitnosti] *Finance of Ukraine*, available at: No 7, P. 99–113. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2014_7_10 (last accessed 16.09.2021).

4. Gerasimenko, P. Income tax - a factor stimulating the economy. [Podatok na pry`butok pidpry`yemstv yak instrument napovnennya byudzhetu], available at: <http://zaxid.net/home/show> (last accessed 28.08.2021).

5. Dubovyk, O. Iu., Henna, L. O. (2015). Implementation of the regulatory function of income tax in Ukraine [Realizatsiia rehuliuchoi funktsii podatku na prybutok v Ukraini]. *Scientific Bulletin. Odessa State Economic University. All-Ukrainian Association of Young Scientists. Sciences: economics, political science, history*, No 3(223), P. 65–77.

6. State Fiscal Service of Ukraine. [Derzhavna fiskal`na sluzhba Ukrayiny], available at: <http://sfs.gov.ua/> (last accessed: 17.09.2021).

7. Khomutenko, V.P, Khomutenko A.V. (2017). Fragmentary analysis of the mechanism of action of the regulatory function of corporate income tax in Ukraine. [Fragmentarny`j analiz mexanizmu diyi regulyuyuchoyi funkciyi podatku na pry`butok pidpry`yemstv v Ukrayini]. *Evropsky` časopis ekonomiky a managementu*. No 1, 230 p.

8. Horokhovska, Yu. I. & Chyhryn, V. V. (2015). Corporate income tax as a tool for filling the budget [Podatok na prybutok pidpryemstv yak instrument napovnennia biudzhetu]. *Global and national problems of the economy*, 5, P.4-8

9. Dieieva, N. M. & Redina, N. I. (2010). Taxation in Ukraine [Opodatkuvannia v Ukraini]. *Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury*. 544p., available at: <https://www.twirpx.com/file/190860/> (last accessed 16.09.2021).

10. Nepochatenko, O. O., Borovyk, P. M. & Shchepeliuk, R. B. (2015). Taxation of corporate profits in Ukraine [Opodatkuvannia prybutku pidpryemstv v Ukraini]. *Economy. Management. Innovations*, 1, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_28 (last accessed 28.08.2021).

11. Official site of the State Treasury Service of Ukraine [Ofitsiynyi sait Derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy]: website, available at: <http://www.treasury.gov.ua>. (last accessed 17.09.2021).

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 336.2.026; JEL Classification: M48

Хорошилова І.О. РОЛЬ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ В ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ КРАЇНИ

Мета дослідження є аналіз сучасного стану податку на прибуток підприємств в державі та обґрунтування його ролі в формуванні державного бюджету. *Методика дослідження:* для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: порівняльний аналіз наукової літератури та інформаційних джерел на основі методів порівняння, систематизації та узагальнення; узагальнення результатів аналізу і логічна генерація висновків. *Результати дослідження:* результатом наукової роботи є теоретичне узагальнення і практичні рекомендації щодо обліку та оприбуткування податку на прибуток підприємств. Сучасний облік податку на прибуток має свої недоліки. Необхідно гармонізувати правила ведення бухгалтерського фінансового обліку на законодавчому рівні. *Наукова новизна:* полягає в комплексному дослідженні проблем, пов'язаних з обліком оприбуткування податку на прибуток підприємств. Запропоновано й надалі впроваджувати конструктивні кроки в напрямі гармонізації податкового та бухгалтерського обліку з податку у напрямі скорочення кількості розбіжностей між ними. Все це зумовлено переходом від суто фіскальної до стимулюючої системи оподаткування підприємств, в умовах економічної кризи спричиненої пандемією, що породжує дефіцит державних фінансових ресурсів. *Практична значущість* полягає в тому, що з впровадженням актуальних кроків в системі оподаткування та законотворенні виникнуть сприятливі умови для ведення ділової активності та покращення фінансово-економічного стану підприємствами України без шкоди для показників державного бюджету.

Ключові слова: податок; податкова система; облік; бюджет; ефективність підприємства.

УДК 336.2.026; JEL Classification: M48

Хорошилова И.А. РОЛЬ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТА СТРАНЫ

Целью исследования является анализ современного состояния налога на прибыль предприятий в стране и обоснование его роли в формировании государственного бюджета. *Методика исследования:* для достижения поставленной цели в работе были использованы такие общенаучные и

специальные методы и приемы исследования: сравнительный анализ научной литературы и информационных источников на основе методов сравнения, систематизации и обобщения; обобщение результатов анализа и логическая генерация выводов. **Результаты исследования:** результатом научной работы является теоретическое обобщение и практические рекомендации по учету и оприходованию налога на прибыль предприятий. Современный учет налога на прибыль имеет свои недостатки. Необходимо гармонизировать правила ведения бухгалтерского финансового учета на законодательном уровне. **Научная новизна:** заключается в комплексном исследовании проблем, связанных с учетом оприходования налога на прибыль предприятий. Предложено и в дальнейшем внедрять конструктивные шаги в направлении гармонизации налогового и бухгалтерского учета в направлении сокращения количества разногласий между ними. Все это обусловлено переходом от сугубо фискальной к стимулирующей системе налогообложения предприятий, в условиях кризиса экономики чему способствовала пандемия, что порождает дефицит государственных финансовых ресурсов. **Практическая значимость** заключается в том, что с внедрением актуальных шагов в системе налогообложения возникнут благоприятные условия для ведения деловой активности и улучшение финансово-экономического состояния предприятиями Украины без ущерба для показателей государственного бюджета.

Ключевые слова: налог; налоговая система; учет; бюджет; эффективность предприятия.

UDK 336.2.026; JEL Classification: M48

Khoroshylova I.O. THE ROLE OF THE INCOME TAX IN THE FORMATION OF THE COUNTRY BUDGET

Purpose the study analyzes the current state of corporate income tax in the state and substantiates its role in the formation of the state budget. **Methodology of research:** to achieve this goal in the work were used the following general and special research methods and techniques: comparative analysis of scientific literature and information sources based on methods of comparison, systematization and generalization; generalization of analysis results and logical generation of conclusions. **Findings:** the result of scientific work is a theoretical generalization and practical recommendations for accounting and accounting for corporate income tax. Modern income tax accounting has its drawbacks. It is necessary to harmonize the rules of financial accounting at the legislative level. **Originality:** is a comprehensive study of the problems associated with the accounting of income tax. It is proposed to continue to implement constructive steps towards the harmonization of tax and tax accounting in the direction of reducing the number of differences between them. All this is due to the transition from a purely fiscal to a stimulating system of corporate taxation, in the economic crisis caused by the pandemic, which creates a shortage of public financial resources. **Practical value:** is that with the introduction of relevant steps in the system of taxation and legislation will create favorable conditions for

doing business and improving the financial and economic condition of Ukrainian enterprises without compromising the state budget.

Key words: tax; the tax system; accounting; budget; efficiency of the enterprise.

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Хорошилова Ірина Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку і оподаткування, м. Харків, Україна; e-mail: hia23@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5343-5161>. Моб. 050-307-97-03.

Хорошилова Ирина Александровна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета и налогообложения, г. Харьков, Украина.

Khoroshylova Iryna Oleksandrovna – Candidate of Sciences (Economics), Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of account, taxation, Kharkiv, Ukraine.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Збірник наукових праць

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

№ 2 (27) – 2021

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації

КВ№23528-13368ПП від 02.08.2018 р.,

видане Державною реєстраційною службою України

Відповідальна за випуск

Дмитрієва О.І.

В авторській редакції