

**DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY
Faculty «Economic and Business»**

Scientific papers
**OF DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY
(ECONOMIC SCIENCES)**

№ 1 (47)

Zaporizhzhia
2023



Засновник

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Факультет економіки та бізнесу

УДК 631.1(06)

Збірник наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки) / За ред. Т.І. Яворської – Запоріжжя:
Друкарня ТДАТУ, 2023. - № 1(47.) – 234 с.

Голова редакційної колегії (науковий редактор):

Яворська Т.І. – д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу

Відповідальні за випуск збірника:

Яворська Т.І. – д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу
Колокольчикова І.В., д.е.н., професор – декан факультету
економіки і бізнесу
Завадських Г.М. – к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу

Комп'ютерна верстка: Завадських Г.М.

Збірник наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки) включений до Переліку наукових фахових
видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути
опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ
МОН №1328 від 21.12.2015 р.).

Відповідно до Порядку формування Переліку наукових
фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня
2018 року № 32) присвоєно категорію «Б», що затверджено
наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020
№ 886.

Друкуються за рішенням Вченої ради Таврійського державного
агротехнологічного університету (протокол №10 від 30.05.2023
р.).

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ №24284-14124 ПР від 24.12.2019 р.

ISSN 2519-884X

Index Copernicus Value (ICV) 2016: 47.1
Index Copernicus Value (ICV) 2017: 55.32
Index Copernicus Value (ICV) 2018: 55.94
Index Copernicus Value (ICV)

2019: 56.52 Digital Object Identifier

System (DOI)

Матеріали друкуються мовами оригіналів – українською,
російською та англійською.
Погляди редколегії не завжди збігаються з позицією авторів.

Адреса редакційно-видавничого відділу:

Юридична:
пр. Б. Хмельницького 18,
м. Мелітополь, Запорізька обл.
72312 Україна

Фактична:
вул. Жуковського, 66,
м. Запоріжжя, Запорізька обл.
69600, Україна
Підписано до друку 16.06.2023 р.
Друкарня ТДАТУ

© Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)

№ 1 (47), 2023

ЗМІСТ

МЕНЕДЖМЕНТ

Єременко Л.В., Ісакова О. І.
ПСИХОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ПРОФЕСІЙНОГО ЗДОРОВ'Я ЯК
СОЦІАЛЬНА КАТЕГОРІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....8

Нехай В.В., Волкова С.О.
МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ
МАШИНОБУДУВАННЯ.....22

ЕКОНОМІКА

Белов О. В., Бутенко Т. В.
МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ РІВНЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НАУКОВЦІВ ТА
ЇЇ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
УКРАЇНИ.....33

Васильченко О.О.
СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ
ПОСЛУГ.....53

Гурська І.С., Герчанівська С.В.
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
АГРАРНОПІДПРИЄМСТВА.....69

Жибак М.М., Літвінов В.І.
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ І МАТЕРІАЛЬНОГО
СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....78

Морозов Д.М., Домашенко С.В., Гнєздоський О.В.
ЕВОЛЮЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....92

Пристемський О.С., Гривківська О.В., Сакун А.Ж.
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ
БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....106

Савіцький А.В.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ОБОРОННО-
ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ
УКРАЇНИ.....116

Старостенко Д.Ф., Макаренко П.М.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ФІНАНСОВО-
ПРОМИСЛОВИХ КОМПАНІЙ.....129

Шумінська О.Б.
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....142

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Трусова Н.В., Чкан І.О.
КІБЕРЗАХИСТ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....151

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Пристемський О.С., Сагун А.Ж.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ
ОБЛІКУ ТОВАРНИХ ОПЕРАЦІЙ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ.....164

Сахно Л.А.
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ
НА ОБЛІКОВУ ПОЛІТИКУ І АУДИТ ЗЕМЕЛЬНИХ
РЕСУРСІВ.....176

МАРКЕТИНГ

Буднікевич І.М., Тафій Н.В.
МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ДУМОК І ВРАЖЕНЬ
КЛІЄНТІВ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО
ПІДХОДУ В МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ
ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ.....190

Нікульча В.А., Венгер Є.І.
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ.....208

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Трусова Н.В., Кукіна Н.В.
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ДОМІНАНТА
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ
ТЕРИТОРІЯХ.....220

**Вимоги щодо розміщення статей у Збірнику
наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного
університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки)230**

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-8-21

УДК 159.923.2:331.44

Єременко Л. В.

Кандидат психологічних наук, доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук
Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
kenaz21kof@gmail.com

Ісакова О. І.

Кандидат філософських наук, доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук
Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
0969300659@ukr.net

ПСИХОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ ПРОФЕСІЙНОГО ЗДОРОВ'Я ЯК СОЦІАЛЬНА КАТЕГОРІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. У статті зосереджено увагу на найбільш значущих теоріях та концепціях психології професійного здоров'я. Узагальнено важливі концепції професійного здоров'я і наявні, щільно пов'язані з цією сферою, теорії. Зокрема, детальніше висвітлюється поняття «занурення в роботу». Наші наукові пошуки охопили як вітчизняні концепції і терміни, так і дослідження зарубіжних авторів.

У роботі наведено наявні в науковій літературі визначення професійного здоров'я. Логічним продовженням у статті є розгляд теорій зарубіжних авторів у контексті психології професійного здоров'я: концепція психологічного капіталу (PsyCap); концепція занурення в роботу А. Ваккер (яка вважається деякими авторами як синонім професійного здоров'я, а також як протилежність концепції професійного вигорання); концепція холістичного здоров'я (holistic health) (М. Фрідман, Р. Розенман), яка визначає професійне здоров'я як складову інтегративного здоров'я.

Дослідження цієї проблеми еволюціонують і представляють як практичну, так і теоретичну значимість для психології професійного здоров'я. На сучасному етапі ми бачимо звернення до позитивного розуміння психології здоров'я і все більш широке звернення до вивчення його додатних феноменів, а також питань профілактики і збереження.

Ключові слова: психологія професійного здоров'я, гідна праці, занурення в роботу, професійне здоров'я, ставлення до здоров'я

JEL code classification: J28, O15, M12

Yeremenko L. V.

PhD in psychology, Associate Professor at the Department of social science and humanites,
Dmytro Motornyi Tavria state agrotechnological university
kenaz21kof@gmail.com

Isakova O. I.

PhD in philosophy, Associate Professor at the Department of social science and humanites,
Dmytro Motornyi Tavria state agrotechnological university
0969300659@ukr.net

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF OCCUPATIONAL HEALTH AS A SOCIAL CATEGORY OF INNOVATIVE ECONOMY

Abstract. In this article, we focus on the most important theories and concepts of psychology of professional health. We summarize important concepts of occupational health and various closely related theories. In particular, we attend at the concept of «work engagement» in more detail. Our interests include both domestic concepts and terms, as well as research by foreign authors. In the article there are authors who research professional health.

A continuation of the article is the review of foreign authors theories in the context of occupational health psychology: the concept of psychological capital (PsyCap); the concept of involvement by Bakker A. (considered by

some authors as a synonym for professional health, as well as the opposite of the concept of professional burnout); the concept of holistic health (M. Friedman, R. Rosenman), which defines occupational health as a component of integrative health.

The studies in the psychology of occupational health are evolving and have both practical and theoretical implications for occupational health psychology. Today we see an appeal to a positive understanding of the psychology of health and an increasing appeal to the study of positive phenomena, as well as issues of prevention and preservation of health.

Keywords: *occupational health psychology, occupational health, work engagement, professional health, attitude to health*

Постановка проблеми. Дослідження проблематики здоров'я є одним з пріоритетних напрямків зарубіжної та вітчизняної психології і становить підґрунтя самостійної психологічної дисципліни, що отримала назву психологія здоров'я, в межах якої інтерес до проблеми професійного здоров'я з кожним роком стає все більш помітним. Психологія професійного здоров'я - галузь знань, яка набуває сьогодні великої популярності і стає все більш затребуваною в багатьох найрізноманітніших сферах. Незважаючи на досить широкий спектр теоретичних підходів, змістовно пов'язаних з вивченням феномена професійного здоров'я фахівця, ця проблема поки що не отримала цілісного і систематичного наукового аналізу в психології. Вагомий внесок у дослідження названої проблеми може внести психологія професійного здоров'я (occupational health psychology) як новий науково-практичний напрям, який розвивається на межі з'єднання таких прикладних дисциплін як психологія здоров'я, організаційна психологія, психологія управління та психологія праці. Психологія здоров'я не завжди була самостійною наукою. Прийнято вважати початком її становлення другу половину 20-го століття. Разом з розширенням теоретичних і експериментальних досліджень триває процес конкретизації власне предметної сфери психології здоров'я, переліку тих завдань, які безпосередньо складають галузь її інтересів.

Психологія професійного здоров'я вивчає психологічні, соціальні та організаційні аспекти складної динамічної взаємодії між здоров'ям людини та роботою. Гуманістичний характер нового науково-практичного напрямку пов'язаний із забезпеченням безпеки і надійності професійної діяльності, підвищенням її ефективності, створенням здорового робочого середовища,

підвищенням якості професійного життя, а також забезпеченням професійного довголіття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи концепції професійного здоров'я, можна виявити безліч тлумачень і визначень поняття «професійне здоров'я». У вітчизняному науковому полі психологія професійного здоров'я почала розвиватися нещодавно. Проте існують концепції вітчизняних авторів по даній темі, що заслуговують на увагу.

Дослідники професійного здоров'я вважають, що під цим поняттям можна розуміти здатність організму зберігати необхідні компенсаторні і захисні механізми, що впливають на професійну надійність і працездатність за різних умов професійної діяльності [1, с. 38-46]

Концепція В.А. Пономаренко стосується охорони здоров'я людини. Автором було створено уявлення про механізм збереження здоров'я через контроль за ресурсами здорової людини. Здоров'я розглядається в системі цінностей професійної діяльності як засіб забезпечення працездатності. Профілактика спрямовується на оцінку ресурсів можливостей організму, обставини робочого середовища, які загрожують здоров'ю.

Професійне здоров'я, щодо нашого розуміння, це система характеристик людини, що дозволяють їй впоратися з професійними завданнями і вимогами. Це багатогранна властивість організму, яка забезпечує гарну працездатність людини в різноманітних умовах професійної діяльності. Психологічні фактори професійного здоров'я досліджуються як структура, що об'єднує три елементи: когнітивний, емоційний та поведінковий блоки. До них належать: стрес-фактори професійної діяльності (як прояви зовнішнього середовища, в якому здійснюється діяльність людини) і індивідуально-психологічні особливості особистості професіонала (як відображення внутрішнього середовища, що визначає когнітивні, емоційні та поведінкові блоки).

Беручи до уваги визначення здоров'я, яке було запропоновано Всесвітньою організацією охорони здоров'я, ми виявили критерії професійного здоров'я на трьох рівнях — фізичному, психічному та соціальному.

Аналізуючи наукові пошуки у проблемі професійного здоров'я західних науковців, ми можемо виділити європейський і північноамериканський підходи. У країнах Європейського Союзу психологія професійного здоров'я визначається як внесок прикладної психології у розв'язання питань професійного здоров'я, вивчення психологічних, соціальних та організаційних аспектів динамічного взаємозв'язку професійної діяльності та здоров'я. [2, с. 12].

У північноамериканському підході психологія професійного здоров'я вивчається як науково-практичний напрям, в який вкладено міждисциплінарне співробітництво з метою підвищення якості професійного життя, поліпшення безпеки праці, розвитку здоров'я та психологічного гаразду фахівців різних видів професійної діяльності.

У 2009 році М. Мейсик-Фрей (М. Macik-Frey) з колегами так схарактеризував напрями майбутнього розвитку психології професійного здоров'я: «дослідження позитивних факторів професійного здоров'я; дослідження впливу нових форм лідерства на здоров'я співробітників; визначення ролі емоцій у збереженні професійного здоров'я; вирішення питання розвитку, реалізації та оцінки ефективності програм втручання в організаціях» [2, с. 14].

У літературі в наявності безліч концепцій, що вказують на психологічну обумовленість здоров'я. Однією з найвідоміших є теорія «хвороб цивілізації» і соціальної дезадаптації, яку було оприлюднено в 50-х роках ХХ століття французькими медиками Е.Гюаном і А. Дюссером в роботі «хвороби нашого суспільства». Автори визначають наступні:

- «Хвороби забруднення (техногенна активність індустріальних цивілізацій: отруєння ґрунту, води, атмосфери).

- Хвороби виснаження (результат фізичного і нервово-психічного перевтомлення людини).

- Хвороби споживання (збій в режимі і структурі харчування, вживання речовин, що сприяють хімічним залежностям, зловживання лікарськими препаратами).

- Хвороби зворотної інадаптації (ті, що спровоковані неузгодженістю біологічних і соціальних ритмів життєдіяльності людини)» [3, с. 92-96].

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є аналіз сучасних концепцій психології професійного здоров'я; підходів щодо розуміння нагального стану проблеми феноменів занурення в роботу, суб'єктивних і об'єктивних причин й механізмів його розвитку, системи діагностики та можливих способів сприяння залученості в роботу співробітників організацій.

Виклад основного матеріалу. У зарубіжній науці дослідження професійного здоров'я має довгу історію і значний науковий доробок. На сьогодні сучасні концепції психології праці, організаційної психології, які стосуються професійного здоров'я, мають безліч аспектів.

Певну історію має *концепція інтегративного (холістичного) здоров'я (holistic health)*. Вона визначає професійне здоров'я як складову інтегративного здоров'я.

Так звана біопсихосоціальна модель здоров'я вперше визначена в роботах американського лікаря Д. Енджела [4, с. 60-65]. Хвороба, згідно з цією теорією, може бути викликана: біологічними, психологічними (уявлення, поведінка, емоції), соціальними (соціальні норми, робота, етнос, соціально-економічні умови) причинами.

Відповідальним за перебіг і розвиток хвороби є сам суб'єкт. Суб'єкт відповідальний як за появу захворювання, так і за те, щоб зайняти активну позицію і стати суб'єктом зцілюючого процесу. Працювати з хворобою треба цілісно, беручи до уваги тіло, психіку і стан душі. Психіка і тіло являють собою різні прояви єдиного цілого — суб'єкта.

Концепція психологічного капіталу (PsyCap). Психологічний капітал містить в собі:

- впевненість в собі, здатність і готовність прикладати зусилля для успішного виконання складних завдань (self-efficacy);
- оптимізм, позитивний атрибутивний стиль щодо успішності поточної та майбутньої діяльності (optimism);
- бачення перспективи, цілеспрямованість у побудові діяльності (hope);
- життєстійкість, здатність долати труднощі, розв'язувати проблеми в процесі досягнення поставленої мети (resilience).

У цій статті ми розглядаємо найважливіші теорії психології професійного здоров'я, беручи до уваги як вітчизняних авторів, так і зарубіжних. Окрему увагу ми приділимо поняттю «занурення в роботу».

Поняття «занурення в роботу» першим визначив Кан (Kahn, 1990). Під цим феноменом розуміється спрямована і організована участь, коли працівники занурені в робочий процес, вони починають самовиражатися фізично, когнітивно, емоційно і подумки. [5, с. 189-206]

В. А. Кан використовував підхід для концептуалізації занурення: «занурені в роботу працівники психологічно, фізично включені у виконання своїх робочих ролей. Таким чином, такі працівники віддають багато роботи, тому що ідентифікуються з нею» [6, с. 698]. За ідеєю Кана, можливі динамічний і діалектичний зв'язки між людиною, яка має владу над своєю енергією (фізичною, когнітивною, емоційною) виступаючи як працівник, з одного боку, і робочою роллю, яка дозволяє виразити себе, з іншого боку. [6, с. 692-724]

Натхненний роботою Кана, Н. П. Ротбард (Rothbard N. P.) визначив занурення, як двовимірну мотиваційну структуру, яка вміщує увагу («когнітивна доступність і кількість часу, який людина витрачає на роздуми про роль») і абсорбцію («інтенсивність концентрації уваги на ролі») [7, с. 655-684]. Важливо зазначити, що ключовим орієнтиром занурення для Кана є роль роботи, тоді як для тих, хто вважає занурення позитивною антитезою вигоряння, це трудова діяльність працівника або сама праця. [6, с. 692-724]

Якщо занурення в роботу часто виступає як позитивна модель робочої поведінки, то її антогоніст – вигоряння, носить негативний характер.

Наприклад, Шауфелі (Schaufeli) зі своїми колегами розглядають занурення до роботи як позитивний, афективно-мотиваційний стан, пов'язаний з ефективністю праці, який може розглядатися як протилежний до вигорання (Schaufeli & Bakker, 2004). [8, с. 293-315]

За даними М.П. Лейтер і К. Маслач, занурення характеризується енергійністю, ефективністю, зацікавленістю — трьома станами, що є протилежними вигоранню. Саме вигорання є основним джерелом руйнування занурення в роботу. Вони доводять це тим, що при вигоранні енергія перетворюється на виснаження, захопленість — на цинізм, ефективність — на безрезультатність і марність. Таким чином, занурення в роботу характеризується протилежним патерном оцінок за трьома категоріями МВІ (методика вимірювання вигорання К. Маслач): низькими оцінками за виснаженням і цинізмом, високими - за професійною ефективністю [9, с. 82].

У дослідженнях професійного здоров'я Г. С. Никіфорова переконливо доведено, що вигоранню успішно чинять опір такі професіонали, що сприймають свою працю як місію, високо цінують сенси професійної діяльності. Це свідчить про те, що занурення в роботу виявляється близьким до елементів професійної самосвідомості, вищих рівнів розвитку людини як особистості і як професіонала. [10, с. 260-265]

Феномен занурення в роботу містить три компоненти: енергійність, залучення і професійну ефективність. Енергійність передбачає цілеспрямованість і психологічну стійкість в процесі виконання роботи, прояв наполегливості, незважаючи на труднощі, що виникають, забезпечує налаштування робітника на успішне досягнення поставленої мети, підтримуючи його прагнення отримати результат. Професійна ефективність розуміється як почуття власної значущості, ентузіазм та відчуття гордості [5, с. 189-206]. Залучення характеризується такими якостями як повна концентрація на роботі, що виконується, в результаті чого час плине швидко і непомітно, а з закінченням роботи фахівець може зазнавати труднощів у зв'язку з припиненням діяльності, що пояснюється явищем яке отримало назву «потік».

Це поняття у наукове використання було введено М. Чіксентміхайі (Csikszentmihalyi, 1990) [11, с. 64]. «Занурення в роботу» стає одним із феноменів, що характеризують мотиваційні процеси в трудовій діяльності [12, с. 170].

Концепція занурення А. Б. Беккера (вбачається деякими авторами як синонім професійного здоров'я). Залучення, мотивація та енергетичні ресурси працівника пов'язані між собою в моделі РТР А. Беккера, яка визначає два незалежні процеси: мотиваційний процес (захоплення) та процес виснаження енергії (стрес). Система ресурсів і вимог і роботи (РТР), розроблена голландськими організаційними психологами А. Беккером і Е. Демероуті (Bakker & Demerouti, 2007), пояснює специфіку взаємодії вимог, ресурсів, роботи і вказує на механізми їх сукупного ефекту [13, с. 209-223].

Ця система показує, що занурення в роботу є феноменом протилежним вигорянню, оскільки позначає собою процес нарощування ресурсів, а вигоряння — навпаки, їх виснаження.

Між робочими вимогами, що призводять до стресу в моделі РТР висвітлюються такі: брак часу, понаднормова робота, надмірна завантаженість.

Можна виділити наступні організаційні ресурси, за допомогою яких професіонал може подолати стрес: соціальна підтримка колег, автономія, конструктивний зворотній зв'язок, хороші відносини з керівництвом, можливість професійно розвиватися. Ресурси особистісні: самоефективність, оптимізм, життєстійкість, здатність до відновлення (резилентність).

Досить поширеним в сучасних психологічних дослідженнях [12, с. 170] є пояснення феномена занурення в роботу за допомогою моделі «Вимоги роботи - ресурси» (рис. 1).

У цій моделі занурення в роботу і вигоряння розглядаються як два повністю незалежні конструкти, що об'єднані концепцією розуміння ефективності працюючої людини як системи відповідності вимог навколишнього середовища і умов праці до її наявних ресурсів. По суті, занурення в роботу вбачається як кінцевий результат процесу виконання

діяльності, що має мотиваційну природу. Виходячи з такого бачення, прийнято розрізняти два види ресурсів: 1) робочі і 2) особистісні ресурси. Під робочими ресурсами розуміють відповідність робочих вимог можливостям працівника. Сюди відносять, серед іншого, продуктивне виконання посадових обов'язків, прагнення до кар'єрного зростання, організаційний стрес, загроза скорочень на роботі. До особистісних ресурсів прийнято відносити: самоефективність, перфекціонізм, вміння вчасно відмовити у виконанні чужих посадових обов'язків, емоційна стійкість і оптимізм. При позитивній взаємодії особистісних і робочих ресурсів, за умови, що ресурси співробітника відповідають вимогам, що висуваються роботою, він буде занурений в роботу. При негативній взаємодії або невідповідності ресурсів і вимог у людини розвиваються професійні деформації, типовою формою яких є вигоряння. Продуктивність професійної діяльності працівника залежить від ступеня його занурення в роботу і від відповідності його наявних ресурсів вимогам цієї роботи.

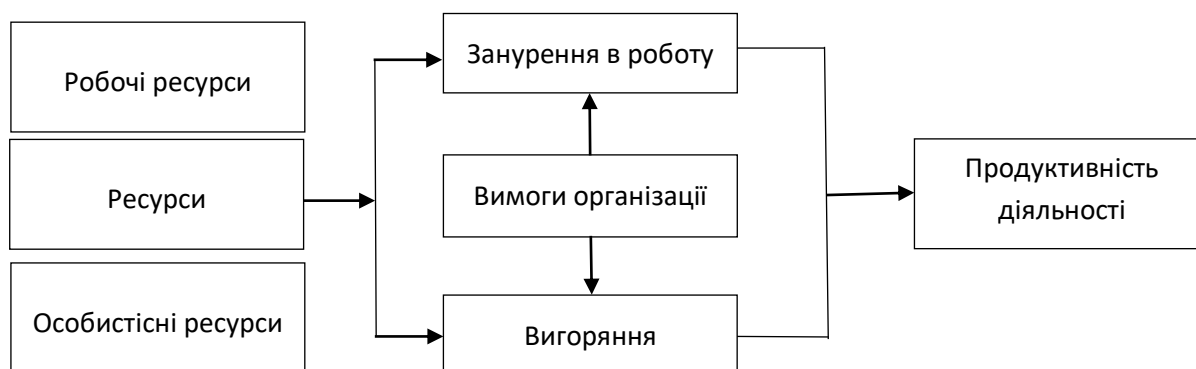


Рис. 1. Модель «Вимоги роботи - ресурси»

Важливо враховувати, що робочі ресурси відіграють важливу внутрішню мотиваційну роль для розвитку співробітників, і зовнішню мотиваційну для досягнення цілей. Робочі ресурси поступово акумулюються і активізуються, коли людина стикається з підвищеними вимогами робочого середовища. А. Беккер зі співавторами (Bakker, Nakanen, Demerouti, Xanthopoulou, 2007), досліджуючи рівень занурення в роботу у фінських вчителів, зробили висновок, що робочі ресурси впливають на занурення в роботу, коли вчителі стикаються з низьким рівнем дисципліни в учнів [13, с. 209-223].

Маккей і Шнайдер (Massey & Schneider, 2008) виокремили різні типи занурення в роботу: ситуативне, особистісне і поведінкове. Ситуативне занурення забезпечується індивідуальною мотивацією людини на роботу, її особистим ентузіазмом, наполегливістю і готовністю долати будь-які труднощі, що підтримують високий рівень залучення в роботу. Формуванню даного типу занурення в роботу може сприяти задоволеність своєю професійною діяльністю, що приносить позитивні емоції. Розвитку особистісного занурення людини сприяють такі індивідуальні риси як відповідальність, накопичений позитивний особистий досвід роботи і емоційність. Поведінкове занурення породжують умови праці, в яких людина здійснює професійну діяльність, і її звична соціальна роль. Зазначені типи занурення в роботу відрізняються за ступенем ситуативності формування цього позитивного патерну поведінки. Якщо в разі поведінкового занурення позитивний тренд робочої поведінки, що заснований на суто зовнішніх характеристиках, легко змінюється зі зміною роботи, то особистісне занурення гарантуватиме стабільну зацікавленість і залученість співробітника, його закоханість саме в свою справу, а не, наприклад, у звичне офісне приміщення. Відтак, саме поняття «занурення в роботу» є досить специфічним, чітко визначеним психологічним поняттям, яке широко використовується і відкрито не тільки для теоретичного, а й емпіричного дослідження [14, с. 1-30].

Й. Хеллевіг трактує занурення як власне ставлення працівника до організації, її керівництва, до вимог і трудового середовища, при якому він висловлює справжню повагу до досягнень організації і хоче виконувати свої обов'язки, перевищуючи встановлені стандарти. Можна позначити занурення в роботу як те, в якій мірі людина ідентифікує себе зі своєю роботою.

Й. Хеллевіг поділяє фактори занурення на три основні групи: що пов'язані з особистістю керівника, з брендом організації, а також з індивідуальними умовами праці та соціально-психологічним кліматом на робочому місці. Згідно з цією моделлю, підгрунтя занурення співробітників складають: прихильність до організації; атмосфера, яка сприяє продуктивній

праці і поліпшенню (зростанню) робочих показників, а також індивідуальні умови праці: робоча атмосфера, соціальні умови і емоційний клімат в колективі [15, с. 71-92].

Занурення щільно пов'язане і з мотивацією, і з задоволеністю: чим сильніше працівник захоплений діяльністю, тим більше він задоволений своєю позицією в компанії. Занурення включає в себе потребу людини багато працювати і застосовувати зусилля більше тих, що вимагають від звичайного співробітника [16, с. 146-149].

Дослідники з Британії Девід Маклеод і Ніта Кларк (MacLeod, Clarke, 2006) зауважують на чотири ключові фактори занурення співробітників: лідерство (leadership), керівники, що надихають (engaging managers), право голосу (voice) і дотримання принципів ділової етики (integrity).

Аналізуючи наукові роботи у сфері вивчення занурення працівників, дослідники розмірковують про найрізноманітніші його визначення і вважають, що багато робіт побудовані на вивченні окремого компонента занурення (емоційного, когнітивного або поведінкового). У зв'язку з цим, в тестах на визначення занурення працівників немає стандартизованих критеріїв оцінки результатів діяльності: є такі, що оцінюють тривалість роботи в організації, інші – якість роботи, треті – збільшення прибутку для організації. У деяких роботах увага приділяється умовам, в інших – занурення обговорюється на різних рівнях: робоча група, організація [2, с. 17].

Якщо брати до уваги психологічну вдоволеність, то багато авторів поділяють концепцію вдоволеності на два підходи: гедоністичний (від грец. hedone «насолада, раювання») і евдемоністическій (від грец. eudaimonia – «щастя, захоплення»). В межах евдемоністичного підходу К. Ріфф створила багатовимірну модель психологічної вдоволеності, яка містить в собі шість основних складових: наявність життєвої мети, позитивні взаємини з іншими, особистісне зростання, можливість впливати на оточення, самоприйняття і автономію [17, с. 192-195].

Інший напрямок теоретичного розуміння занурення в роботу - використання механізмів концепції соціального обміну. Сакс, Кропанзано, Мітчел (Saks, Cropanzano, Mitchell, 2013) вважають, що потужне теоретичне обґрунтування розуміння занурення працівників ми можемо виявити в концепції суспільного обміну (SET). Фундаментом концепції суспільного обміну є те, що спілкування працівника і робочої структури поступово еволюціонують в чесні, стійкі обопільні вимоги допоки сторони згодні з так званими «умовами» обміну. Занурення, в поняттях цієї концепції, розуміється як здатність працівника вкладати власні інтелектуальні та емоційні ресурси в діяльність організації, обмінюючи свої внески на можливості, які спроможна надати організація [18, с. 96-114].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Нами проаналізовано головні концепції психології професійного здоров'я та теорії занурення в роботу. У наш огляд потрапили як вітчизняні автори і поняття, так і роботи зарубіжних фахівців. Розвиток обраної проблематики постійно стимулюється як українськими, так і зарубіжними дослідженнями, які на сьогоднішній день продовжують еволюціонувати і мають як теоретичну так і практичну значимість для психології професійного здоров'я. Сьогодні ми спостерігаємо звернення до позитивного розуміння психології здоров'я і зростаючий потужний інтерес до дослідження його корисних феноменів, а також питань профілактики і збереження.

На сучасному етапі запит на підготовку відповідних фахівців, що обумовлений практичними потребами, буде зростати. Перед фахівцями, що здобули кваліфікацію, відкривається можливість застосовувати отримані знання і розв'язувати відповідні професійні завдання в установах освіти, в сфері управління, виробництва і бізнесу.

Відзначимо, що розвиток сучасної західної психології здоров'я супроводжується високою видавничою активністю, що відображається в опублікуванні підручників і монографій, інтенсивності відповідних публікацій в провідних англійськомовних журналах. В університетах здійснюється фахова

підготовка практичних психологів з цього напрямку, які знаходять застосування своїм знанням в актуальних дослідницьких проектах. І в цьому сенсі ми можемо говорити про поки ще недостатньо розкритий, перш за все, в організаційному плані, потенціал розвитку цієї нової галузі знання в нашій країні.

Список використаних джерел

1. Пономаренко В. О. Екстремальність і проблема ставлення до професійної діяльності у професійній життєдіяльності. *Світ психології*. 2006. №. 4. С. 38–46.
2. Березовська Р. А. Психологія професійного здоров'я: сучасний стан і перспективи розвитку. *Психологічні дослідження*. 2012. Т. 5, №. 26. С. 12.
3. Lynn R. *Dysgenics: Genetic deterioration in modern populations*. Westport, CT: Praeger, 1996. VOL. 1 (4). P. 182.
4. Фролова Ю. Г. Біопсихосоціальна модель як концептуальна основа психології здоров'я. *Філософія і соціальні науки*. 2008. № 4. С. 60–65.
5. Bakker A.B., Bal P.M. Weekly work engagement and performance: A study among starting teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 2010 b. Vol. 83. P. 189-206.
6. Kahn W. A. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*. 1990. Vol. 33 (4). P. 692–724.
7. Rothbard N. P. Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative science quarterly*. 2001. Vol. 46 (4). P. 655–684.
8. Schaufeli W.B, Bakker A.B. Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of organizational Behavior*. 2004. Vol. 25, Is. 3. P. 293-315.
9. Maslach C., Jackson S. E., Leiter M. P. MBI: Maslach burnout inventory. Sunnyvale (CA): CPP, Incorporated. 1996. P. 82
10. Нікіфоров Г. С., Августова Л.І. Психологія професійного здоров'я . Психологічне забезпечення професійної діяльності: теорія і практика : монографія. Львів, 2010. 416 с.
11. Csikszentmihalyi M. *Flow: The psychology of optimal experience*. New York: Harper, 1990. 368 p.
12. Bakker A.B., Leiter M.P. *Work engagement: a handbook of essential theory and research*. Psychology press. 2010a. 237 p.
13. Bakker A. B., Demerouti E. Towards a model of work engagement. *Career development international*. 2008. Vol. 13 (3). P. 209–223.
14. Maccey W.H. & Schneider B. The Meaning of Employee Engagement. *Industrial and Organizational Psychology*. 2008. Vol.1. No. 3. P. 30.
15. Khellevig Y. The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*. 2002. Vol. 3(1).P. 71–92.
16. Єременко Л. В. Фактори задоволеності працею і мотивації професійної діяльності. *Теорія і практика сучасної психології*. 2018. № 1. С. 146-149.
17. Піффа К. Моделі залучення персоналу. *Інноваційна економіка*. 2014. № 5. С. 192-195.
18. Saks W., Cromptano C., Mitchell K., Delbridge R., Shantz A., Soane E. What is engagement? *Employee Engagement in Theory and Practice*. London: Routledge. 2013. Ch. 1. P. 96-114.

References

1. Ponomarenko V. O. (2006). Ekstremaljnistj i problema stavlennja do profesijnoji dijajlnosti u profesijnij zhjyttjedijajlnosti. *Svit psykhologhiji*, 4, 38–46 [in Ukrainian].
2. Berezovsjka R. A. (2012). Psykhologhija profesijnogho zdorov'ja: suchasnyj stan i perspektyvy rozvytku. *Psykhologhichni doslidzhennja*, 5, 26, 12 [in Ukrainian].
3. Lynn R. (1996). *Dysgenics: Genetic deterioration in modern populations*. Westport, CT: Praeger, 1(4), 182.
4. Frolova Ju. Gh. (2008). Biopsykhosocialjna modelj jak konceptualjna osnova psykhologhiji zdorov'ja. *Filosofija i socyaljni nauky: naukovyj zhurnal*, 4, 60–65 [in Ukrainian].
5. Bakker A. B., Bal P. M. (2010). Weekly work engagement and performance: A study among starting teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 189-206.
6. Kahn W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33 (4), 692–724.
7. Rothbard N. P. (2001). Enriching or depleting? The dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative science quarterly*, 46 (4), 655–684.
8. Schaufeli W. B, Bakker A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of organizational Behavior*, 25, 3, 293-315.

9. Maslach C., Jackson S. E., Leiter M. P. (1996). MBI: Maslach burnout inventory. Sunnyvale (CA): CPP, Incorporated.
10. Nykiforov Gh. S., Avghustova L. I. (2010). Psykhologhija profesijnogho zdorov'ja . Psykhologhichne zabezpechennja profesijnoji dijalnosti: teorija i praktyka : monohrafija. Ljviv [in Ukrainian].
11. Csikszentmihalyi M. (1990). Flow: The psychology of optimal experience. New York: Harper.
12. Bakker A. B., Leiter M. P. (2010). Work engagement: a handbook of essential theory and research. Psychology press.
13. Bakker A. B., Demerouti E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career development international*, 13(3), 209–223.
14. Macey W. H. & Schneider B. (2008). The Meaning of Employee Engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1, 3, 30.
15. Khellevig Y. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92.
16. Yeremenko L. V. (2018). Faktory zadovolnosti praceju i motyvaciji profesijnoji dijalnosti. *Teorija i praktyka suchasnoji psykhologhiji*, 1, 146-149 [in Ukrainian].
17. Riff K. (2014). Modeli zaluchennia personal. *Innovatsiina ekonomika*, 5, 192-195 [in Ukrainian].
18. Saks W., Cropanzano C., Mitchell K., Delbridge R., Shantz A., Soane E. (2013). What is engagement? Employee Engagement in Theory and Practice. London: Routledge. Ch. 1.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-22-32

УДК 339.1

*Нехай В. В., доктор економічних наук,
доцент, професорка кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Таврійського державного агротехнологічного
університету ім. Дмитра Моторного, viktorija24023@ukr.net*

*Волкова С. О., магістрантка,
Таврійський державний агротехнологічний
університет ім. Дмитра Моторного, nsa20145@gmail.com*

МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАШИНОБУДУВАННЯ

Анотація. Стаття торкається питань впровадження та організації маркетингу підприємствами машинобудування. Метою статті є узагальнення наукових доробок та досвіду впровадження та організації маркетингу на машинобудівних підприємствах для розв'язання пріоритетних завдань удосконалення управління підприємствами та розвитку економіки України.

Набуло подальшого розвитку обґрунтування доцільності використання інноваційного підходу до розв'язання проблем запровадження маркетингу.

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинг, машинобудування, ринкові відносини, трейдер, управління.

JEL Classification: M0, L2

*Nekhai Viktoriia, Doctor of Economics Sciences,
Associate Professor, Dmytro Motorny Tavriya State Agrotechnological University,
Professor at the Department of Management and Public Administration,
viktorija24023@ukr.net
Volkova Sofia, graduate student,
Dmytro Motorny Tavriya State Agrotechnological University, nsa20145@gmail.com*

MARKETING IN THE MANAGEMENT OF ENGINEERING ENTERPRISES

Abstract. The article deals with the implementation and organization of marketing by machine-building enterprises.

The purpose of the article is to generalize scientific developments and experience in the implementation and organization of marketing at machine-building enterprises to solve an important scientific problem - the development of theoretical and methodological principles and methodological tools for improving economic activity.

As a result of the conducted empirical research and logical generalization, patterns and principles of marketing activity were revealed, and new scientific knowledge regarding the marketing paradigm was formed.

It has been proven that domestic science has formed a conceptual vision of a fundamentally new course of modernization transformations in Ukraine and specific mechanisms for their implementation. The imperfection of management technologies is indicated, which negatively affects the development of domestic machine-building enterprises;

The concept of marketing was improved, which was embodied in the justification of the feasibility of using such forms of marketing as indirect (through cooperation with traders) and direct (organization of departments, departments, bureaus) with the aim of establishing the marketing of a machine-building enterprise, which should become, at the same time, both practical and scientific complex activity to solve economic problems. As a result of the conducted empirical research and logical generalization, regularities and principles of marketing activities at enterprises for the production of industrial goods were revealed, and new scientific knowledge regarding the marketing paradigm was formed.

It is promising to further research individual aspects of the introduction of marketing at enterprises of various branches of the economy of our country, to study the experience of solving this problem at domestic and foreign

enterprises in order to develop the newest forms of introducing the marketing concept into the activities of modern enterprises.

Keywords: competitiveness, marketing, market relations, mechanical engineering, management, trader.

Постановка проблеми. Цілі збільшення прибутку й зайняття більшої частки ринку продукцією є і будуть завжди пріоритетними для підприємств за ринкової економіки. Перша з цілей є основною метою будь-якої господарської діяльності, друга – метою маркетингової діяльності, яка знаходить шляхи для розширення можливостей розвитку та підтримки підприємства на стійких позиціях. Ці цілі є взаємозалежними та доповнюють одна одну. Маркетинг, як наука та вид діяльності, має сприяти реалізації цих цілей. Однак низька якість форм впровадження маркетингу та несприйняття його на підприємствах як ефективну концепцію викликає стурбованість.

Необхідність наукового підходу до розв'язання проблем впровадження маркетингу на підприємствах машинобудування пояснюється тим, що характерним для маркетингу принципом є постійний пошук нових форм й інструментів для підвищення ефективності виробництва, стимулювання творчої ініціативи працівників, спрямованої на утворення необхідних умов для широкого впровадження нововведень, підвищення якості продукції, скорочення витрат виробництва, що спрямовує на розв'язання важливої наукової проблеми – розроблення теоретико-методологічних засад та методичного інструментарію вдосконалення господарської діяльності. Виходячи зі знання проблем, можна зробити висновок про актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розв'язання проблеми вдосконалення управління підприємством зробили закордонні та вітчизняні вчені Ф. Котлер [4], С. Дуглас [5], С. Гаркавенко [2] та багато інших науковців. У працях цих авторів обґрунтована необхідність вивчення принципів маркетингу, впровадження його на підприємствах. Роботи таких авторів, як В. Войтюк, А. Демко, С. Демко [1], І. Акімова [2], П. Г. Перерва [2], С. Гаркавенко [3], В. Нехай [6-10] безпосередньо стосуються наукового обґрунтування необхідності маркетингу на промислових й, зокрема, машинобудівних підприємствах.

Зазначені розробки є базою для узагальнення теоретичних основ впровадження маркетингу на промисловому підприємстві. Але багато питань, зокрема, наукового підходу до запровадження маркетингу, тісного сполучення цілей служб маркетингу і усього підприємства залишаються недостатньо вивченими та опрацьованими. Цей факт підтверджує актуальність обраної теми статті.

Метою статті є узагальнення наукових доробок та досвіду впровадження та організації маркетингу на машинобудівних підприємствах для розв'язання пріоритетних завдань удосконалення управління підприємствами та розвитку економіки України.

Для досягнення вказаної мети намічено та вирішено завдання:

- узагальнення надбання науковців та практиків щодо маркетингового управління підприємствами;
- обґрунтування доцільності використання досвіду запровадження маркетингу, який напрацьовано на машинобудівних підприємствах.

Методологія дослідження. У процесі роботи над статтею використано такі наукові методи та підходи: аналізу та синтезу – при дослідженні досвіду запровадження маркетингу на вітчизняних підприємствах, системний підхід – при узагальненні результатів досліджень, абстрактний підхід – у процесі проєкції набутого підприємствами досвіду запровадження маркетингу на управлінську діяльність підприємства машинобудування тощо.

Виклад основного матеріалу. Філософія маркетингу зрозуміла для будь-якого економіста: виробник повинен випускати таку продукцію, якій заздалегідь забезпечений збут, і одержання підприємством наміченого рівня рентабельності й величини прибутку. В цьому доволі зрозумілому твердженні основний сенс маркетингового підходу до розв'язання будь-яких проблем підприємства.

Як комплексний механізм підтримки внутрішньофірмового планування, маркетинг ставить завдання забезпечення високоефективної взаємодії на різних рівнях управління таких його функцій, як планування, контроль, організація,

управління. Директивна система планування не використовувала цього механізму, обмежувалась прийняттям рішень згідно команд від керуючої організації.

У сучасній системі внутрішньофірмового управління всі функції маркетингу тісно пов'язані між собою і він виступає як передпланова діяльність, є початковим пунктом планування, спрямованого на створення умов для максимального використання виробничих ресурсів і випуск продукції із раніше заданими економічними й технічними параметрами. Саме з такою націленістю маркетингова діяльність необхідна сучасному машинобудуванню.

Так вбачається очевидним, що в процесі реформування аграрного виробництва України необхідно створити повноцінний ринок техніки й послуг з її обслуговування. Провідна роль у цьому належить машинобудівним заводам. Менеджмент таких підприємств для досягнення найповнішого задоволення запитів споживачів (головної мети маркетингу) співвіднести виробництво і попит, створити мережу ринкових структур: регіональні торговельно - технічні центри, дилерські підприємства, фірмові магазини із продажу сільськогосподарської техніки й запасних частин для неї. Цей аспект діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування розглядається В. Войтюк, А. Демко й С. Демко (Національний аграрний університет). Автори цілком раціонально підходять до проблеми - варто підсилити роботу з маркетингового забезпечення сільськогосподарських машин і механізмів на рівні підприємства виробника: «...для успішного застосування ефективних методів управління виробництвом і рухом товарів на підприємствах машинобудування, необхідно, у першу чергу, освоєння управлінським персоналом теорії й практики маркетингу, у своїй діяльності опиратися на чітко окреслені принципи маркетингу» [1].

Наведемо приклад вдалого запровадження та використання маркетингу на вітчизняних машинобудівних підприємствах. Попередньо слід зазначити, що практично все наведене з досягнутого підприємством, є здобутком саме служби маркетингу і це у свій час було відзначене керівництвом.

Для служби маркетингу й збуту машинобудівного підприємства ЗАТ «Мелітопольпродмашсервіс» основними напрямками діяльності є маркетингова, постачально-збутова, консультаційна й тоговельно-закупівельна діяльність.

У відділі маркетингу робота із продажу продукції організована за регіонами: Україна (2 регіони, по 12 областей у кожному регіоні), республіки Прибалтики, Молдова, Казахстан, Середня Азія, Закавказзя. Найбільший обсяг продажів припадає на Східну й Центральну України, усталено відносини з Литвою, Латвією, Туркменією й Узбекистаном.

Замовниками ЗАТ «Мелітопольпродмашсервіс» є підприємства-лідери України й інших країн. Серед них - ТОВ «Пивобезалкогольний комбінат «Славутич», ТОВ «Миколаївський пивзавод «Янтар», Група компаній «Союз-Віктан», Асоціація харчової промисловості Туркменістану, ТОВ «Латвія – Балзамс». Всі ці налагоджені зв'язки є здобутком саме служби маркетингу. Ще у далекому 2003 році, коли підприємство мало лише бюро з маркетингу з трьох співробітників, які займались виключно підбіркою інтернет-інформації, рентабельність виробництва була майже у двічі більш низькою.

З практичних методів відділу маркетингу: із використанням наукових методів дослідження здійснено комплексний порівняльний аналіз попиту та цін на устаткування, яке випускає ЗАТ «Мелітопольпродмашсервіс» протягом 15 років. Було використано дані про ціни на продукцію підприємства й на аналогічне устаткування інших фірм, що надходить на український і інші ринки, проаналізовано тенденції ціноутворення, вплив зовнішніх для фірм та країн факторів. За конкурентну ціну обиралась мінімальна ціна одного з постачальників аналогічного устаткування.

На підставі даних досліджень маркетологи обґрунтували пропозицію про зняття з виробництва такого продукту, як «Машина видувна БЗ-ВВП-2». Ця машина при надто високій ціні має низьку продуктивність, велику габаритність, є морально застарілою.

Крім зазначеного, у процесі досліджень та аналізу маркетологами зроблено висновки про те визначення рівня конкурентноздатності устаткування ЗАТ «Мелітопольпродмашсервіс» лише за ознакою «ціна» не дають точної та остаточної інформації для прийняття управлінських рішень. Потрібно знати не лише технологічні, а й конструкторські особливості устаткування. Саме цей нюанс, як один з результатів досліджень й дозволив зробити висновок про неконкурентність машини БЗ-ВВП-2.

Для вивчення потенційних споживачів, конкурентів і суміжників менеджери з маркетингу підприємства відвідують профільні виставки і ярмарки. Маркетологи беруть участь у спеціалізованих виставках в Україні, Казахстані, Молдові, Латвії, Іраку, Азербайджані та інших країнах.

Далі представимо основні особливості ринку товарів виробничого призначення, які слід беззаперечно враховувати маркетологам машинобудівних підприємств у процесі досліджень ринку та формування масиву інформації для прийняття рішень.

Загальновідомим є те, що для покупки товарів промислового призначення (продукція машинобудівного виробництва є такою) залучаються професійно підготовлені агенти. Чим складніше характер закупівлі для потреб виробництва, тим більшою є ймовірність участі в процесі закупівлі цілого ряду осіб, об'єднаних у комісію із закупівлі, що включає представників керівництва підприємством, експертів. Підприємства, що пропонують такі товари, також мають залучати досвідчених фахівців із просування товарів. У цьому випадку продажі найчастіше здійснюються безпосередньо виробниками з залученням маркетологів [2,3].

Попит на товари промислового призначення змінюється швидше, ніж на товари широкого вжитку. «Приріст попиту на споживчі товари спричиняє приріст попиту на встаткування й машини, які використовуються для виробництва цих самих товарів широкого вжитку» [4]. Існує зворотний зв'язок - приріст попиту на товари промислового призначення може призвести до збільшення випуску товарів повсякденного попиту.

Продавці товарів виробничого призначення використовують технології, устаткування, капітал і персонал, щоб створити найкращу ринкову пропозицію. Сильна позиція фірми на ринку збільшує ймовірність успіху нової ринкової пропозиції.

Аподиктично, що всі зазначені вище обставини перебування на ринку товарів виробничого призначення вимагають компетентних комплексних маркетингових заходів для учасників.

Існує безліч різних форм впровадження маркетингу на підприємствах, які виробляють товари виробничого призначення. Одна з форм – звернення до послуг маркетингової фірми або створення такої.

Як приклад розглянемо роботу ВАТ «Гідросила МЗТГ», що виробляє тракторні гідроагрегати. Тракторні заводи колишнього СРСР на 95 % комплектувались гідравлікою цього заводу. Основними споживачами продукції ВАТ «Гідросила МЗТГ» і зараз є Кишинівський (Молдова), Харківський, Мінський (Білорусь) тракторні, Херсонський, Дніпропетровський комбайнові заводи, Південний машинобудівний завод і багато інших [5].

Багато років у реалізації продукції підприємству допомагав ТОВ «Торговий Дім Гідравліка», що здійснював 100% зовнішньоекономічних поставок ВАТ «Гідросила МЗТГ» [5] та забезпечував маркетингову функцію у господарській діяльності заводу. ТОВ «Торговий Дім Гідравліка» функціонував у формі трейдера, тобто фірми, яка веде справи своїм коштом і самостійно приймає рішення стосовно реалізації продукції згідно контракту. Його винагородою є отриманий в результаті діяльності прибуток. Трейдер бере на себе весь ризик втрат у випадку банкрутства його підприємства. Перевагами трейдера для принципала є те, що часто контрагенти досяжні для співпраці лише йому, отже він може швидко реагувати на зміни їхніх потреб і смаків.

Трейдеру властиві гнучкість, можливість оперативного ухвалення рішення, є стимул для ефективної роботи, тому що прибуток його залежить від оперативності діяльності. Недоліками є обмеженість фінансових ресурсів й обмеженість обсягу бізнесу рамками капіталу, низька конкурентоспроможність,

відсутність перспективи досягнення великих обсягів виробництва. Основними функціями трейдера є управління часткою процесів підприємства, маркетинг, матеріально-технічне забезпечення й кадрові питання у випадку наймання додаткової робочої сили [6].

Основним видом діяльності трейдера ТОВ «Торговий Дім Гідравліка» за часів співпраці з ВАТ «Гідросила МЗТГ» були визначені маркетингові дослідження ринку товарів виробничого призначення, допоміжний вид діяльності – знаходження та постачання заводу матеріально-технічних ресурсів, зокрема, імпорт товаро-матеріальних цінностей для потреб заводу.

Сутність маркетингових досліджень, які регулярно здійснювала означена фірма-трейдер – організація комплексного вивчення й аналізу вітчизняних і закордонних ринків, перспектив їхнього розвитку з метою одержання інформації для співвідношення попиту та пропозицій, розробка поточних і перспективних планів зовнішньоекономічної діяльності.

Функціональними завданнями підприємства було визначення сегментів ринку з метою вибору варіантів орієнтації у виробничо-збутовій політиці, уточнення характеру й диференціації попиту, впровадження нових методів для максимально швидкого й ефективного збуту нової продукції або продукції, отриманої за допомогою нових технологій, а також: координувати роботу із проведення експортно-імпортних операцій, забезпечувати безперебійний рух товару від виробника до споживача з метою одержання максимального прибутку, організувати роботу з вивчення кон'юнктури цін і форм взаємин (контрактна, двостороння основа, одноразова закупівля тощо), готувати матеріал для контрактів із західними фірмами, організувати реєстрацію зовнішньоекономічних договорів в органах реєстрації, забезпечувати одержання ліцензій у випадках, передбачених законодавством, організувати підготовку, облік і аналіз річних контрактів і разових договорів з іноземними фірмами, забезпечувати складання й надання необхідної статистичної звітності про зовнішньоекономічну діяльність підприємства [6-8].

Найвпливовішим в організаційній структурі ВАТ «Торговий дім «Гідравліка» став відділ маркетингу, що займався просуванням продукції, що випускалась заводом, на внутрішніх «основному» і «додатковому» ринках, пошуком нових клієнтів, веденням переговорів з ними, проведенням маркетингових досліджень, розробкою коротких, середніх і довгострокових стратегій маркетингової діяльності, орієнтація проєктувальників і виробництва на виконання вимог споживачів до продукції, виробленої підприємством, організація дослідження споживчого попиту на продукцію й динаміки споживчого попиту на продукцію підприємства, ринкової кон'юнктури, розробка рекомендацій щодо удосконалення асортименту і якості продукції, визначення стратегії й тактики збуту продукції, організація роботи з аналізу ефективності використання каналів збуту, більш ефективних форм і методів реалізації продукції, послуг посередників, забезпечення контролю за обсягом реалізації продукції, номенклатурою, комплектністю і якістю, за кількістю запасів готової продукції на складі.

Спектр функцій, які, фактично є функціями принципала, вочевидь широкий.

Після десяти років співробітництва заводу із трейдером можна з упевненістю заявити про те, що воно успішне: виробництво стало прибутковим, обсяги випуску гідророзподільників не покривають обсяги заявок, що надходять на завод. Після припинення існування трейдера 30 співробітників фірми стали співробітниками створеного управління з маркетингу ВАТ «Гідросила МЗТГ» [9, 10].

Висновки. На підставі матеріалів, викладених у статті можна зробити такі висновки:

- в наш час прослідковується тенденція до удосконалення управління окремими функціональними ланками діяльності машинобудівного підприємства з метою підвищення ефективності його функціонування;

- доведено, що у вітчизняній науці сформовано концептуальне бачення принципово нового курсу модернізаційних перетворень в Україні та

конкретних механізмів їх реалізації. Вказано на недосконалість технологій управління, що негативно впливає на розвиток вітчизняних підприємств машинобудування;

- набуло подальшого розвитку обґрунтування твердження, що маркетингова діяльність машинобудівних підприємств спрямована на те, щоб спираючись на запити ринку, встановлювати конкретні поточні й стратегічні цілі, визначати конкретні шляхи їх досягнень й реальні джерела ресурсів для цього;

- удосконалено концепцію маркетингу, що знайшло втілення у обґрунтуванні доцільності використання таких форм маркетингу, як непрямий (шляхом співпраці з трейдерами) та прямий (організація управлінь, відділів, бюро) з метою усталення маркетингу машинобудівного підприємства, який має стати, одночасно, і практичною і науковою комплексною діяльністю для розв'язання господарських проблем;

- у результаті проведеного емпіричного дослідження та логічного узагальнення виявлені закономірності та принципи маркетингової діяльності на підприємствах з виробництва товарів виробничого призначення, сформоване нове наукове знання щодо парадигми маркетингу.

Перспективним є подальше дослідження індивідуальних аспектів запровадження маркетингу на підприємствах різних галузей економіки нашої країни, вивчення досвіду вирішення цієї проблеми на вітчизняних та закордонних підприємствах для розробки новітніх форм впровадження маркетингової концепції в діяльність сучасних підприємств та розвитку теорії маркетингу.

Список використаних джерел

1. Войтюк В., Демко А., Демко С. Технічний сервіс як засіб розв'язання проблем надійності сільськогосподарської техніки. *Техніка АПК*. 2004. № 6. С. 37-39
2. Акімова І.М., Перерва П. Г. Промисловий маркетинг. Київ: Знання, 2001. 294 с.
3. Аграрне інформаційне агентство. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukraine-v-2015-majze-vdvici-skorotila-eksport-silgospstehniki> (дата звернення 19.02.2023)..
4. Котлер Ф. Основи маркетингу / пер. з англ. В.Б. Боброва. Київ, 2016. 704 с.
5. Viktoriia Nekhai, Iryna Kolokolchukova, Svitlana Rozumenko, Tetiana Nikitina. Anti-crisis Management of Socio-economic Systems Development in the Global Competitive Environment. *Review of Economics and Finance*. 2022. Vol. 20. P. 363-377
6. Douglas, Susan P. & Craig, C.Samuel. Global Marketing Strategy, New York: McGraw-Hill, 2015. 454 p.

7. Нехай В. В. Метод «маневру» у стратегічному управлінні та створенні ринкових переваг підприємств на ринку засобів виробництва. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2022. Вип. 1(80). С. 169-176.
8. Нехай Вікторія. Планування збуту продукції виробничого призначення за умови нульового та негативного попиту. *Сталий розвиток аграрної сфери: інженерно-економічне забезпечення: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (20 жовтня 2022 року)*. Березжани: ФОП Однорог Т. В., 2022. С. 104-107
9. Нехай В. В. Стратегічні напрямки розвитку підприємств сільськогосподарського машинобудування України. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (14 – 15 квітня 2022 р.). Полтава, 2022. С. 509-513
10. Viktoriia Nekhai, Svetlana Nesterenko, Oksana Marchenko, Svetlana Suprunenko, Tetiana Khrystova. Restorative and productive methods of environmental management in the implementation of environmental policy. *Cuestiones Políticas*. 2021. Vol. 39 (71). P. 871-883.

References

1. Voytiuk V., Demko A. & Demko S. (2004) Technical service as a means of solving problems of reliability of agricultural machinery. *Agricultural machinery*. № 6. S. 37-39 [in Ukrainian].
2. Akimova I.M. & Pererva P. G. (2001) Industrial Marketing. Kyiv [in Ukrainian].
3. Ahrarne informatsiine ahentstvo. (2015). URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/ukraina-v-2015-majze-vidvici-skorotila-eksport-silgospstehniki> [in Ukrainian].
4. Kotler F. (2016) Fundamentals of marketing / trans. from English V.B. Bobrov. Kyiv [in Ukrainian].
5. Viktoriia Nekhai, Iryna Kolokolchikova, Svitlana Rozumenko, Tetiana Nikitina. (2022). Anti-crisis Management of Socio-economic Systems Development in the Global Competitive Environment. *Review of Economics and Finance*, 20, 363-377 [in Ukrainian].
6. Douglas, Susan P. & Craig, C.Samuel (2015) Global Marketing Strategy. New York: McGraw-Hill.
7. Nekhai V. V. (2022). Метод «маневру» у стратегічному управлінні та створенні ринкових переваг підприємств на ринку засобів виробництва. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 1(80), 169-176 [in Ukrainian].
8. Nekhai Viktoriia. (2022). Planuvannya zbutu produktsii vyrobnychoho pryznachennia za umovy nulovoho ta nehatyvnoho popytu. *Stalyi rozvytok ahrarnoi sfery: inzhenerno-ekonomichne zabezpechennia: materialy V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Berezhany: FOP «Odnoroh T.V.», 104-107 [in Ukrainian].
9. Nekhai V.V. (2022) Stratehichni napriamky rozvytku pidpriemstv silskohospodarskoho mashynobuduvannia Ukrainy. *Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku obliku, analizu ta kontroliu v sotsialno-orientovani systemi upravlinnia pidpriemstvom* : Materialy V vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Poltava, 509-513 [in Ukrainian].
10. Viktoriia Nekhai, Svetlana Nesterenko, Oksana Marchenko, Svetlana Suprunenko & Tetiana Khrystova (2021). Restorative and productive methods of environmental management in the implementation of environmental policy. *Cuestiones Políticas*, 39 (71), 871-883.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-33-52

УДК 001:62-057.4(477):331.215:167.1

Бєлов О. В., к.е.н.

Полтавський державний аграрний університет
rdnaxel@gmail.com

Бутенко Т. В.

директор департаменту організаційного розвитку та управління персоналом
АТ «АКБ «Конкорд»,
Аспірант кафедри економіки та бізнесу Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ РІВНЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НАУКОВЦІВ ТА ЇЇ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК НАУКОВО- ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Анотація. Досліджено динаміку чисельності науковців, які виконували НДР в цілому по Україні і окремо по регіонах з 1995 року, визначено темпи росту, регіональну структуру, її динаміку і побудовано моделі для прогнозування виявлених тенденцій. Здійснено аналіз динаміки матеріального стимулювання науковців, які виконували НДР. Побудовано моделі для його прогнозування. Показано, що неухильне зменшення величини даного показника, яке спостерігається у переважній більшості регіонів України є індикатором посилення негативної динаміки їх науково-технічних потенціалів, і згортання науково-технічного і, відповідно, інноваційного розвитку в країні.

Ключові слова: науково-технічний потенціал, стратегічний розвиток, інновації, НДР, науково-технічний персонал.

JEL code classification: O10, O33, O18

Belov Alexandr, Ph.D.

*Poltava State Agrarian University
rdnaxel@gmail.com*

Butenko Tamila,

Director of the organizational development and personnel management department

AKB Concord JSC,

Post-graduate student

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

t.butenko@concord.net.ua.

MODELING THE RESEARCHERS' REMUNERATION DYNAMIC AND ITS INFLUENCE ON THE R&D CAPACITY ADVANCEMENT IN UKRAINE

Abstract. Science is the main production force of the knowledge economy, which is formed in the postindustrial society of the developed countries of the EU. The level of competitiveness of the country depends on its state and development. Over the past decade, the EU has been increasing its funding for R & D, increasing the number of academics and improving the prestige of a scientist's profession. In Ukraine, during all years of independence, there are reverse trends in the development of science, which can become a significant obstacle not only for the country's accession to the EU, which it has been pursuing in recent times, but also for ensuring its socio-economic development in the medium and long run.

The object of the article's research is the scientific and technical capacity of Ukrainian regions. The subject of the research is the dynamics of the number of scientific and technical personnel of Ukrainian regions of Ukraine. The purpose of the article is To model the researchers' remuneration dynamic's level and to determine its influence on the dynamics of the personnel component of the R&D capacity advancement in Ukraine.

The dynamics of the number of scientists who carried out research and development in general in Ukraine and separately in its regions from 1995 has been studied, the growth rates, regional structure and dynamics have been identified, models for forecasting the revealed tendencies has been created. The analysis of the dynamics of labor remuneration of scientists, who did R & D, has been done. The " researchers' remuneration dynamic's level" is calculated, which is equal to the ratio of the average monthly salary of scholars to the average monthly wage for a certain region. Models for its forecasting have been created. It is shown that the steady reduction of this indicator, which is observed in the vast majority of regions of Ukraine, leads to an increase in the negative dynamics of their scientific and technical capacity and it is an indicator of the curtailment of scientific and technological and, accordingly, innovation development in the country.

Keywords: *scientific and technical capacity, strategic development, innovations, R&D, scientific and technical personnel.*

Актуальність і постановка проблеми. Науково-технічний розвиток це основа інноваційної, конкурентоздатної економіки сьогодення. Він має базуватися на сильному науково-технічному потенціалі країні, який в першу чергу складається з його кадрового потенціалу. У всьому світі відбуваються процеси збільшення чисельності науковців, задіяних у науково-дослідних роботах національних економік. Це стосується не тільки розвинених країн західної Європи, США, Японії. До цього розуміння дійшли і країни, що розвиваються – КНР, Індія, Бразилія, Туреччина, Іран, Малайзія тощо. Усі вони збільшують обсяги фінансування власної науки, нарощують чисельність науковців, створюють для них відповідні умови праці. В Україні ж спостерігаються зворотні тенденції (рис.1). За рівнем щільності дослідників на 1 млн населення вона відстає від середнього рівня по Європі у 3 рази, від розвинених країн Європи у 5-7 разів. Це дуже важлива проблема, невирішення якої може стати значною перешкодою для побудови розвиненої конкурентоздатної сучасної економіки, і, забезпечення стратегічного розвитку країни.

Мета статті. Здійснити моделювання динаміки рівня оплати праці науковців та визначити який вона має вплив на динаміку кадрової складової науково-технічного потенціалу України.

Для досягнення поставленої мети буде виконано наступні завдання: визначення сутності науково-технічного потенціалу, побудова економетричних моделей динаміки кадрової складової, визначення поняття рівень оплати праці науковців та розрахунок його динаміки за регіонами України, побудова економетричних моделей що визначають залежність динаміки чисельності науковців від рівня оплати праці і статистична оцінка отриманих моделей.

Аналіз попередніх досліджень. Проблемам розвитку української науки присвячено багато публікацій. Більшість авторів зазначають, що зменшення обсягів фінансування науки і зокрема НАНУ – є недоцільним, несвідомим і неефективним рішенням сучасних органів влади.

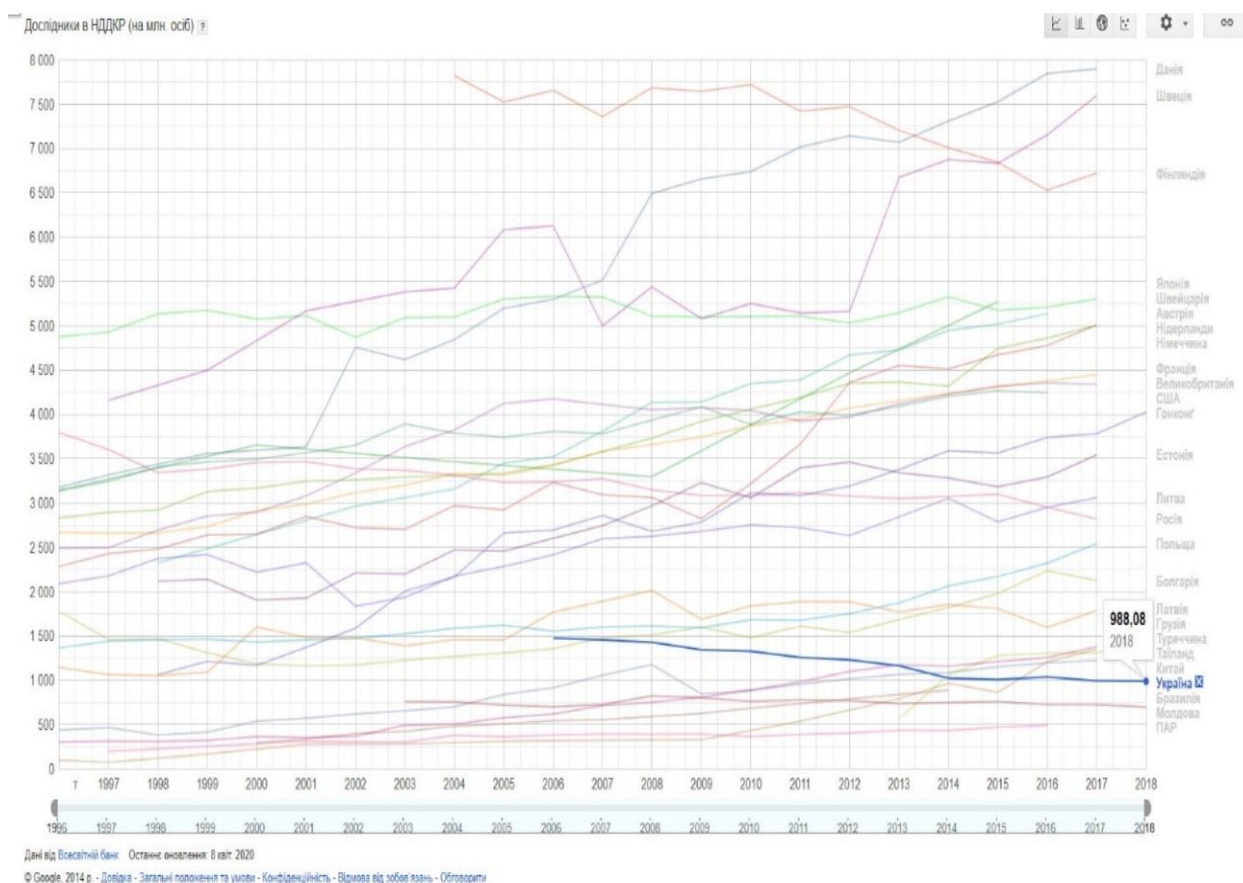


Рис. 1 Динаміка кількості дослідників на 1 млн осіб населення за даними Світового банку [1]

Серед іноземних публікацій можна відмітити праці С. Дамрича [2], щодо розвитку суспільної і приватної науки, Дж. Ю. Ліна [3] щодо впливу

людського капіталу у науці на виробництво країни, М. Джемала [4] та Х. Баррена-Мартинеса [5] щодо нової технологічної революції і ролі у неї інтелектуального капіталу. Серед останніх можна відмітити роботи О. Мазура [6], О. Поповича [7], І. Булкіна [8]. В них розглядаються різні аспекти фінансування і розвитку науки в цілому по Україні. Але питання динаміки чисельності науковців та оцінки рівня плати їх праці у регіональному розрізі потребують додаткового вивчення.

Виклад основного матеріалу. Науково-технічний потенціал, починаючи із зародження науково-технічної революції і до сьогодення, займає важливе місце у здійсненні економічного розвитку як розвинутих країн, так і країн, що розвиваються і є визначаючим фактором, що впливає на їх економічну конкурентоздатність. Науково-технічний потенціал являє собою складну економічну категорію, яка, на наш погляд, має визначатися як сукупність науково-технічних ресурсів (спроможностей) і умов їх реалізації (можливостей). Можливості представляються в двох різновидах: 1) можливості першого роду - механізм, що забезпечує використання даних засобів для досягнення визначених цілей; 2) можливості другого роду - це ті напрямки, що відкриті для економічної системи з даним науково-технічним потенціалом, тобто в міру нагромадження потенціалу перед даною економічною системою відкриваються нові шляхи для його подальшого розвитку на більш високому рівні. Відповідно структуру кожної складової представлено на рис. 2.

Виділяють дві головні ролі науково-технічного потенціалу у суспільстві і державі – економічна та освітня [5].

Економічна роль науки складається з наступних напрямів:

1. Обслуговування наукомісткого виробництва.
2. Експорт наукового продукту.
3. Наукова експертиза.

Освітня роль науки. Організація науки в країні - це цілий комплекс. Необхідно щоб в країні були представлено одночасно багато напрямів, а

також налаштовано взаємодію між ними. Якщо, наприклад, країна буде інвестувати виключно в розробки в області електрозварювання, то інші вчені або перестануть бути такими, або емігрують в інші країни. Тоді, по-перше, нові покоління вчених зможуть отримати сильно обмежену, у порівнянні до своїх попередників освіту і будуть мати значно менший потенціал навіть у власній вузькій області. По-друге, багато ідей народжуються з контакту зі спеціалістами у суміжних галузях, і якщо в країні їх не залишиться, дослідження у області, що збереглися, знову ж таки сильно втратять у якості.

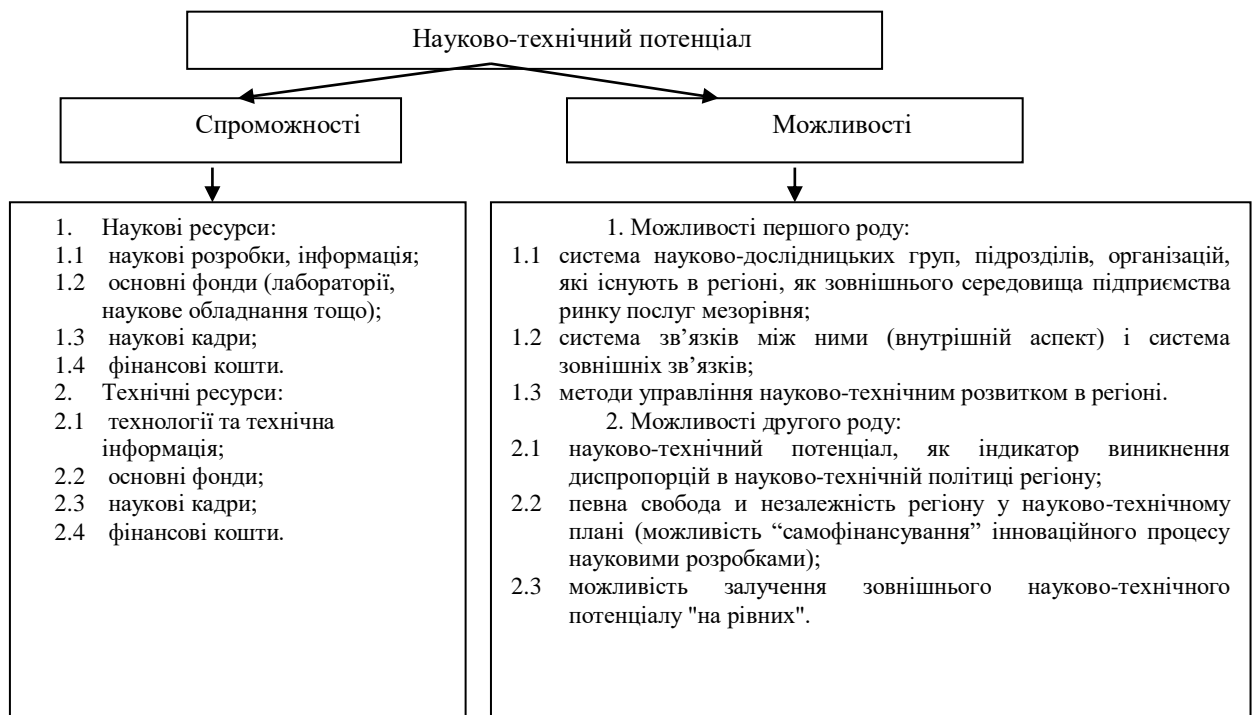


Рис. 2 Структура науково-технічного потенціалу економічної системи
Джерело: авторська розробка

Головним елементом науково-технічного потенціалу виступають науково-технічні кадри. Саме їх динаміка і буде детальніше розглянуто далі.

Дослідження буде складатися з наступних етапів:

1-й етап – аналіз динаміки чисельності науковців, які виконували НДР в цілому по Україні і окремо по регіонах з 1995 року по 2017, темпів росту, структури по регіонах, динаміку цієї структури і побудова моделей для прогнозування виявлених тенденцій.

2-й етап – аналіз динаміки оплати праці науковців, які виконували НДР, за схемою, наведеною на першому етапі.

3-й етап. Розрахунок показника "рівень оплати праці", який дорівнює відношенню середньомісячної оплати праці науковців до середньомісячної заробітної плати для певного регіону, в цілому по Україні, окремо за регіонами з 1995 по 2017 роки, його темпи росту, і побудова моделей для прогнозування.

Починаємо з 1-го етапу, розгляду динаміки чисельності працівників задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок (табл. 1).

У таблиці 1 представлено динаміку чисельності працівників, які виконували наукові дослідження і розробки за регіонами і здійснено ранжування останніх за цим показником на 2017 рік. Загальна чисельність науковців знизилась по Україні з 293121 до 94274 осіб, у 3,1 рази по відношенню до 1995 року, майже у 2 рази по відношенню до 2000 року і у 1,4 рази до 2013 року.

Якщо проаналізувати цей показник по регіонах України, їх умовно можна поділити на три групи за логарифмічною шкалою. Так, до першої групи будуть входити регіони із кількістю науковців, яка перевищує 10 000 осіб, до другої - більше 1 000 осіб і до третьої - більше 100 осіб. У 1995 році до 1-ї групи входили м. Київ, Харківська, Донецька, Дніпропетровська, Запорізька і Одеська області. До них наближалася Миколаївська область з 9 532 вченими. У 2000 році із 6 залишились регіони: м. Київ, Харківська, Донецька, Дніпропетровська області; у 2010 – три: м. Київ, Харківська, Дніпропетровська області, у 2017 всього два - м. Київ та Харківська область.

Друга група, чисельність виконавців НДР в яких перевищує 1 000 осіб, також мала аналогічні зміни: у 1995 р до неї можна було віднести 19 регіонів, у 2000 – 16, а у 2017 тільки 8 регіонів з Дніпропетровської до Полтавської області (див. табл. 1), Загальна чисельність науковців 2-ї групи у 2017 р. у 2.1 рази менше, ніж у першій: 28 188 проти 56 438 осіб. У 3-й групі залишаються 15 регіонів, в яких загальна чисельність складає 7648 осіб у 2017 році, що у 3,7 разів менше, ніж у другій групі і у 7,64 разів менше, ніж у 1-й.

Таблиця 1.

Ранжування регіонів за кількістю працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, осіб

	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Група 1995	Група 2000	Група 2017
Україна	293121	187980	170579	141086	134741	129945	123219	109636	101598	97912	94274			
м. Київ	86247	63430	63954	56681	55120	54025	52612	51170	48078	43734	43587	1	1	1
Харківська	52167	32156	27152	22408	21762	21073	19863	18531	17127	16474	14851			
Дніпропетровська	21778	13821	13708	11231	10778	10897	10411	9949	9604	9675	8954			
Львівська	17571	9724	7690	6131	5644	5623	5177	4783	4274	4648	4680			
Запорізька	12985	8144	7145	5755	5419	5263	4862	4400	4194	4203	4216			
Одеська	10299	6844	5328	4207	3874	3677	3487	3333	3066	3384	3003			
Миколаївська	9532	5852	3587	3231	2726	2169	2092	2002	2212	2150	2268			
Сумська	6276	4396	5041	2309	2698	2141	2021	1834	1801	2857	2081			
Київська	4913	3210	3773	3538	2937	2856	2453	2358	2199	1833	1805			
Полтавська	2590	1868	1337	1360	1191	1096	1063	997	951	1302	1181			
Чернівецька	1744	1209	1109	1245	881	688	628	578	545	837	809	2	2	
Херсонська	2496	1443	1299	1041	856	913	794	796	574	683	732			
Черкаська	4133	2241	1594	1493	1278	1051	979	986	871	780	705			
Чернігівська	2113	1463	962	758	636	597	763	746	665	723	699			
Вінницька	3201	1709	1558	1051	956	709	581	623	484	704	627			
Івано-Франківська	1786	1090	1157	985	971	899	440	424	402	524	580			
Закарпатська	1509	813	1106	894	811	828	757	681	617	678	562			
Кіровоградська	1529	703	610	544	480	512	455	458	441	480	503			
Житомирська	1528	574	618	424	366	359	354	346	266	368	410			
Хмельницька	942	297	140	136	109	155	162	201	175	321	380			
Рівненська	1195	693	638	312	275	268	257	234	190	327	378	3	3	
Тернопільська	1760	762	638	385	336	312	284	267	221	383	361			
Луганська	8137	4665	3315	2014	1957	1872	1344	452	319	369	350			
Волинська	1360	910	701	352	327	290	263	170	188	258	314			
Донецька	23824	13575	10677	7856	8074	7699	7220	3317	2134	217	238			
АР Крим	6212	4040	3823	3038	2662	2431	2363			
м. Севастополь	5294	2348	1919	1707	1617	1542	1534			

Джерело: розраховано авторами за [6] [7] [8] [9] [10] [11] [12]

Якщо у 1995 році питома вага м. Києва за кількістю науковців у загальній їх кількості складала 29,4 % , то протягом досліджуваного періоду вона поступово зростала і в 2017 році складала вже 46,2 %. Відповідно питома вага всіх інших регіонів неухильно зменшувалася. Так, у Харківській області вона зменшилася з 17,8% до 15,8%, у Донецькій з 8,1% до 0,3%. Крім м. Києва, питома вага чисельності науковців у їх загальній кількості по країні зросла у таких регіонах, як Дніпропетровська область на 1,9 пункти (з 7,4 до 9,5%), Полтавська на 0,4 пункти (з 0,9 до 1,3 %), Чернівецька на 0,3 пункти (з 0,6 до 0,9%), Київська на 0,2 пункти (з 1,7 до 1,9%), 0,1 пункти -

Запорізька, Сумська, Закарпатська і Хмельницька області. Не змінилися Чернігівська, Рівненська, Івано-Франківська та Кіровоградська області. В решті регіонів відбулися зменшення як абсолютної кількості виконавців НДР, так і їх питомої ваги в загальній кількості науковців в країні.

Однією з важливих функцій науки є не тільки здійснення досліджень, а й обслуговування наукоємних підприємств. Отже зазначені тенденції зменшення кількості науковців в регіонах свідчать не тільки про зменшення наукових досліджень, а й про зменшення наукоємних підприємств в регіонах, для яких вони були б корисні та необхідні [13].

Дослідимо тенденції динаміки показників. На рис. 3. та рис. 4. представлено результати розрахунків темпів зміни чисельності науковців, які виконували НДР до 1995 року (рис. 3) і до 2000 року (рис. 4) Здійснено розрахунки регресійних моделей типу $y=a+bx$ для регіонів, які склали 80% науково-технічного потенціалу України на 1995 рік. Як бачимо, всі моделі мають доволі високі значення коефіцієнту детермінації – від 0,65 до 0,80, що свідчить про їх адекватність існуючим тенденціям, і можливість робити за їх допомогою прогнозування. Так, моделі по усім 7 регіонам мають від'ємні коефіцієнти b , при x , що визначає їх спадаючий характер. Результати прогнозу свідчать, що через п'ять років науково-технічний потенціал України буде складати 10% від його рівня 1995 року, найбільшим він залишиться у Києві – близько 40% від рівня 1995 року, а у більшості регіонах буде прямувати до 0%.

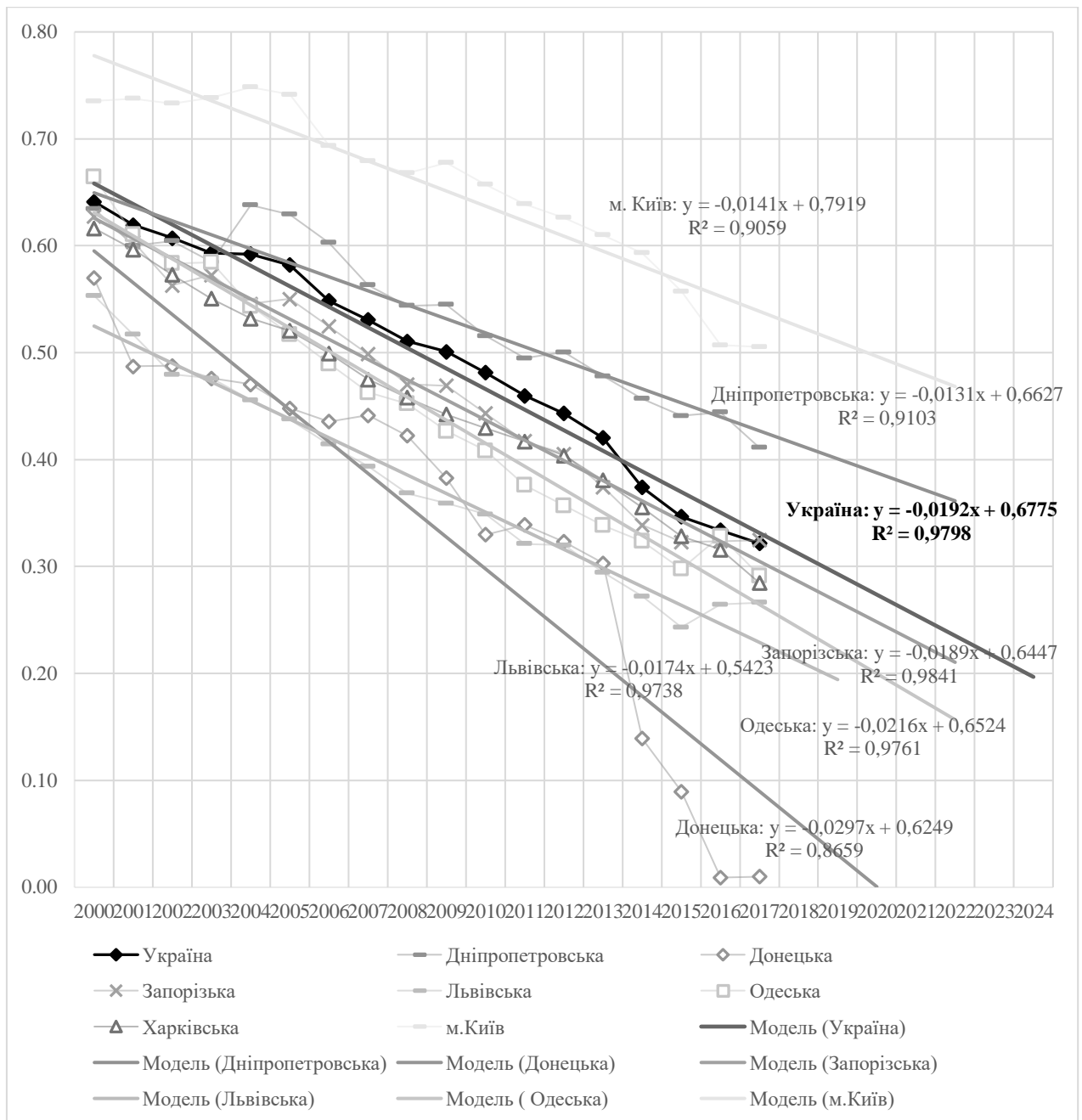


Рис. 3 Прогнозування динаміки базових темпів (до 1995 року) зміни чисельності науковців, які виконують НДР в цілому по Україні і по основним регіонам, на 5 років

Джерело: складено авторами

Якщо ж порівнювати тенденції з 2000 роком (елімінуючи процеси, що відбувалися у 90-роки з їх складним характером і перехідним станом економіки), то дані моделювання показують ще більшу швидкість зменшення чисельності

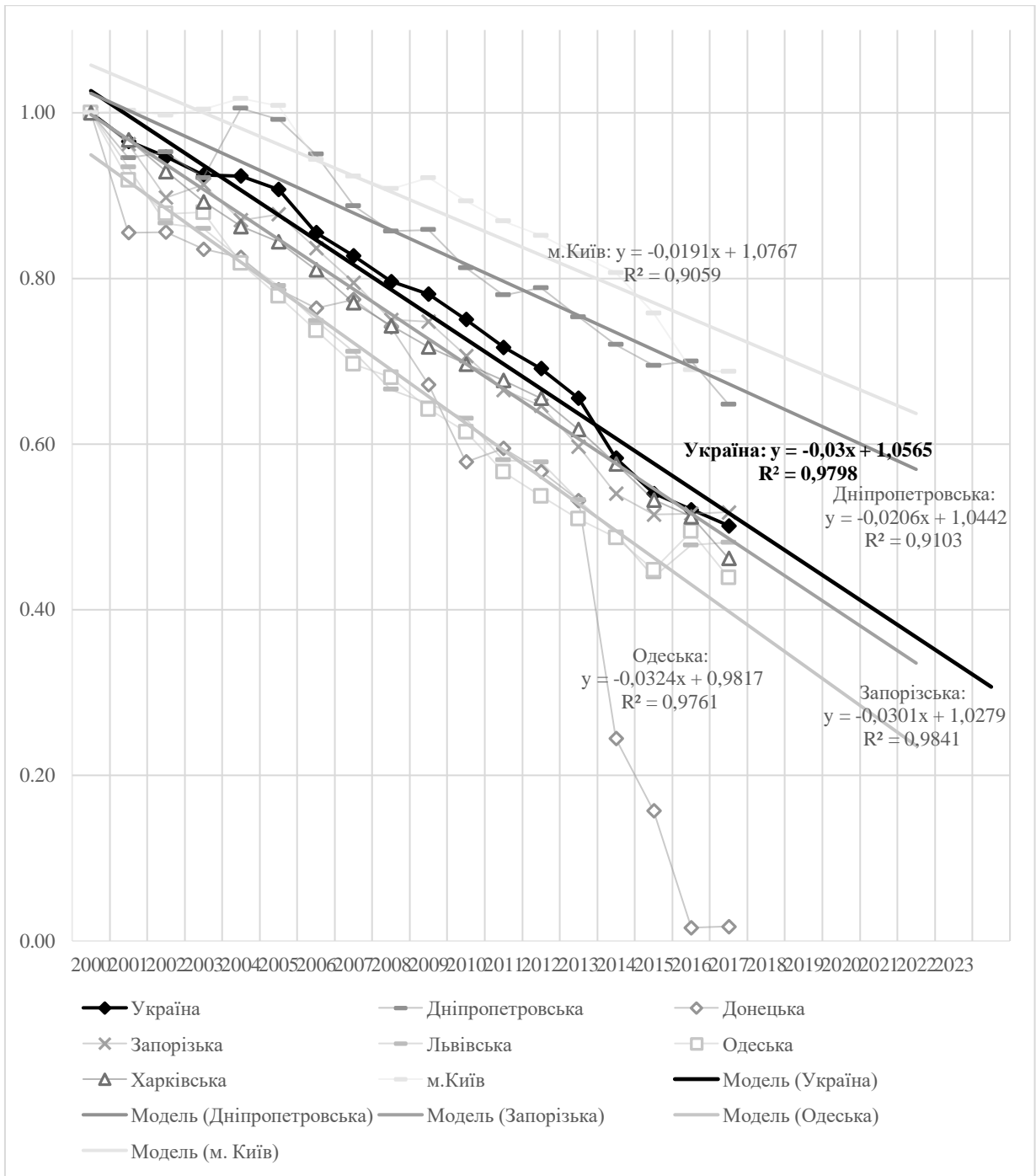


Рис. 4. Прогнозування динаміки базових темпів (до 2000 року) зміни чисельності науковців, які виконують НДР в цілому по Україні і по основним регіонам, на 5 років

Джерело: складено авторами

науковців (параметр b при x на рис.2 за усіма моделями більший за абсолютним значенням ніж на рис.1., але, як і там має всюди від'ємний знак).

2й етап. Як можна розрахувати оплату праці науковців? У збірниках "Наука та інновації в Україні" наводяться дані з валових витрат на виконання

наукових досліджень і розробок за видами витрат за регіонами по рокам, які складаються з:

- внутрішніх витрат, які в свою чергу складаються з внутрішніх поточних витрат, з яких виділяють окремо витрати на оплату та праці та інші поточні витрати, і капітальних витрат, з яких виділяють окремо витрати на устаткування;
- витрат на наукові дослідження і розробки, виконані співвиконавцями, які відносяться до зовнішніх витрат.

В нашому дослідженні будемо використовувати показник витрат на оплату праці у внутрішніх витратах, оскільки це оплата праці штатних дослідників (табл. 2). Щодо витрат на наукові дослідження і розробки, які виконані співвиконавцями – ці витрати можна вважати по-перше, як аутсорсингові послуги, по-друге, неможливо визначити точно, звідки і хто були ці співвиконавці (з яких країн, галузей, регіонів, тощо), по-третє, навіть, якщо співвиконавцями виступали науковці з інших наукових установ даного регіону, для них ці витрати будуть додатковим доходом, а не основним, що означає – недостатність основного доходу, оскільки їм приходится виконувати додаткові роботи, які відволікають від основних завдань і досліджень, що зменшує ефективність їх роботи взагалі.

Також, слід враховувати факт нерівномірного розподілу коштів на оплату праці серед працівників наукових установ. Так, у [14] наведено доходи керівного персоналу 20 топових ЗВО України, місячна заробітна плата яких у 2016 перевищувала середню оплату праці науковців в їхніх університетах у 10-20 разів. Це штучно підвищує середню оплату праці науковців, приховуючи те, що більшість з них отримують значно менші середні суми. Скоріше, така ситуація характерна для більшості регіонів країни. Це означає, що потрібно робити поправку на коефіцієнт, який має враховувати таку ситуацію, і реальні значення будуть дещо нижчі, ніж розраховані.

Таблиця 2

**Витрати на оплату праці науковцям, які, виконували НДР, номінальні,
млн. грн**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Україна	1646,4	2141,2	2480,0	3068,5	4045,2	4061,8	4606,1	4814,7	5351,3	5413,0	5010,6	5483,0	5751,0	7152,9
м. Київ	694,8	886,0	1025,6	1291,8	1734,1	1777,6	1957,2	2087,1	2375,7	2416,2	2388,9	2629,2	2639,6	3227,5
Харківська	246,9	322,7	378,6	464,5	610,3	617,4	699,0	755,5	832,2	861,0	851,0	905,3	936,7	1179,3
Дніпропетровська	131,2	170,7	212,5	262,1	315,9	328,9	381,4	419,5	478,7	490,5	556,8	683,5	845,5	1065,2
Запорізька	80,8	106,6	114,7	144,7	196,2	222,3	229,1	222,7	241,9	226,5	213,2	244,2	366,3	458,7
Львівська	61,7	82,4	96,2	122,9	151,4	140,9	157,6	163,6	174,7	181,6	175,8	176,5	168,8	219,8
Одеська	41,6	52,7	62,8	77,2	101,8	100,0	106,9	115,4	124,9	129,9	121,6	125,2	127,8	174,9
Київська	29,8	41,8	56,6	67,9	93,4	106,3	122,4	139,1	148,5	105,8	103,1	116,0	135,5	172,1
Миколаївська	33,3	43,2	48,4	55,6	72,9	72,7	73,7	86,5	71,6	120,8	84,4	113,2	131,3	150,1
Сумська	27,8	40,3	47,7	57,0	76,3	62,4	61,4	66,0	76,7	76,4	70,7	73,7	87,9	104,3
Кіровоградська	3,4	6,7	6,1	8,8	13,2	15,2	16,4	18,4	19,0	18,6	21,9	32,3	42,5	58,7
Полтавська	12,7	16,0	19,4	22,2	29,6	27,7	34,6	38,5	42,2	40,8	36,5	34,4	37,1	47,2
Херсонська	7,4	10,5	13,3	16,1	21,4	19,2	23,5	25,6	26,3	26,3	25,4	18,7	25,5	39,0
Черкаська	10,9	14,4	15,7	21,1	29,1	26,2	26,2	26,7	28,2	29,3	27,0	29,0	30,7	36,9
Чернівецька	7,3	10,0	8,6	12,0	14,8	16,1	18,0	17,5	18,4	19,9	18,3	19,0	23,6	33,4
Закарпатська	7,0	10,0	10,8	11,0	14,7	14,3	18,4	21,1	23,5	24,3	21,1	23,1	27,2	32,0
Вінницька	12,0	15,7	13,0	18,0	23,5	20,3	22,6	24,4	23,0	20,1	22,3	20,7	23,4	28,7
Чернігівська	7,7	10,5	11,6	15,2	19,4	20,1	18,6	16,4	16,5	29,5	18,4	20,9	20,5	25,1
Івано-Франківська	12,4	16,1	18,5	21,8	33,9	33,9	37,4	41,8	37,6	21,9	23,3	22,9	15,2	19,9
Житомирська	4,4	6,2	5,7	8,0	11,4	8,8	9,9	11,0	11,6	13,2	12,0	9,2	11,8	15,0
Тернопільська	4,2	6,9	5,7	6,1	7,7	7,8	8,6	8,6	8,9	8,2	8,0	7,6	9,4	14,3
Луганська	24,0	33,0	33,0	36,1	55,2	44,1	48,0	61,8	69,1	55,3	12,4	13,3	12,6	12,9
Волинська	4,0	6,3	7,4	6,8	8,5	9,1	9,5	11,6	10,8	10,6	7,8	9,4	7,4	10,4
Хмельницька	1,7	1,9	2,4	3,5	4,2	3,6	3,7	4,1	8,5	7,9	9,0	8,6	6,9	10,0
Рівненська	3,5	5,2	6,2	6,5	8,4	6,4	7,0	7,7	7,7	8,7	7,5	6,8	6,6	8,9
Донецька	127,0	156,5	176,7	204,9	270,1	232,8	380,8	285,4	308,7	307,5	174,2	140,2	11,3	8,7
АР Крим	29,5	39,8	45,8	60,5	70,7	67,8	71,9	74,4	81,1	73,7
м. Севастополь	19,4	28,9	37,0	46,2	57,1	59,9	62,1	64,3	85,3	88,7

Джерело: розраховано авторами за [6] [7] [8] [9] [10] [11] [12]

Загальний обсяг витрат на оплату праці номінально зростає протягом останніх 14 років, з 1,64 млрд грн до 7,15 млрд грн, тобто у 4,3 рази. Якщо ж врахувати рівень інфляції за цей період, який складає 636% до початку 2004 року, тоді реальний обсяг не тільки не збільшувався, а навпаки, зменшився у 1,46 рази, або склав 68,3% від рівня 2004 року. Порівнюючи з кількістю науковців, які виконували НДР, можна бачити, що їх чисельність зменшилася

за цей період у 1,84 рази і склала 54,3% від рівня 2004 року. Чисельність науковців зменшилася за 14 років більшими темпами (на 26%), ніж обсяг оплати їх праці. Можна припустити, що обсяг витрат на оплату праці зменшувався внаслідок скорочення чисельності науковців, які виконували НДР.

Тепер детальніше розрахуємо місячну оплату праці науковців за виконані НДР (табл. 3). Середньомісячна оплата праці також номінально збільшувалася за досліджуваний період з 790,2 грн до 6322,8 грн тобто у 8 разів, в той час, при врахуванні офіційного рівня інфляції, спостерігаємо збільшення у 6,36 рази. Тобто, середня оплата праці зросла у 1,3 разів. На ті ж самі 26%, на які темп зменшення чисельності науковців був більшим, ніж темп зменшення обсягів оплати їх праці.

Розглядаючи цю динаміку за регіонами, можна констатувати, що середній рівень оплати праці за НДР у 2017 році перевищували 5 регіонів – Дніпропетровська, Кіровоградська, Запорізька, Київська і Харківська області. Перевищення відносно середнього рівня по Україні в цій групі регіонів починалось від 1,57 разів. У 2010 – таких регіонів було 7, з перевищенням від середнього в 1,48 разів, у 2004 році – 5 регіонів, що перевищували середнє значення і 4 що не дотягували всього 5-6% до цього значення, з 1,2 разів перевищення над середнім значенням і перевищення середнього значення над мінімальним склало 1,78 разів. Відбуваються наступні процеси: по-перше, зменшується число регіонів, в яких середня оплата праці науковців перевищує середню по Україні, по-друге, посилюється розрив між мінімальним і середніми її значеннями. Водночас розрив між максимальним і середнім значенням залишається відносно постійним, що також співпадає з динамікою чисельності науковців за регіонами.

Таблиця 3.

Ранжування регіонів за середньомісячним рівнем номінальної оплати праці на одного виконавця НДР (місце в рейтингу серед усіх регіонів для кожного року)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Дніпропетровська	7	8	7	5	10	7	7	5	6	5	1	2	2	1
Кіровоградська	20	13	13	8	6	4	10	6	12	13	5	1	1	2
Запорізька	1	2	5	3	2	1	2	3	4	6	4	4	3	3
Київська	14	12	10	12	11	6	5	1	3	10	11	9	4	4
Харківська	10	11	11	10	12	9	9	12	10	9	7	8	8	5
Україна	6	7	9	6	8	8	8	9	8	8	9	7	7	6
м. Київ	3	5	3	4	5	5	6	8	5	7	6	6	6	7
Миколаївська	9	9	12	15	14	17	21	14	18	2	12	10	5	8
Одеська	17	21	16	18	21	15	16	18	16	19	16	17	12	9
Закарпатська	23	23	24	28	27	27	26	22	24	24	22	18	10	10
Херсонська	24	27	25	23	23	24	22	17	23	23	19	25	13	11
Черкаська	22	22	23	25	25	26	27	27	27	27	25	24	11	12
Сумська	28	28	20	22	16	14	13	26	15	17	13	16	18	13
Львівська	16	16	14	14	15	16	14	19	21	20	14	15	14	14
Вінницька	11	18	27	21	24	23	25	25	19	21	17	13	16	15
Чернівецька	21	24	28	27	28	28	28	28	28	25	21	21	23	16
Полтавська	8	10	8	13	17	18	15	13	11	16	15	19	21	17
Тернопільська	27	15	21	24	26	25	24	24	25	28	23	23	24	18
Луганська	18	20	22	26	20	20	18	15	14	12	24	14	15	19
Донецька	2	3	4	7	9	13	1	11	9	11	3	3	9	20
Житомирська	19	19	19	20	19	22	20	16	20	18	18	22	17	21
Чернігівська	12	14	17	17	13	12	17	23	26	15	26	26	22	22
Івано-Франківська	4	4	6	9	3	2	3	2	7	3	2	5	19	23
Волинська	25	25	26	11	7	11	12	10	13	14	8	11	20	24
Хмельницька	15	6	2	2	1	10	11	7	2	4	10	12	25	25
Рівненська	26	26	15	16	18	21	23	21	22	22	20	20	26	26
АР Крим	13	17	18	19	22	19	19	20	17	26				
м. Севастополь	5	1	1	1	4	3	4	4	1	1				

Джерело: розраховано авторами

3й етап. Розраховуємо рівень оплати праці науковців відносно середньої заробітної плати по регіонам і ранжуємо регіони у порядку його (рівня) зменшення у таблиці 4. Рівень оплати праці дорівнює:

$$Роп_{ij} = \frac{Оп_{ij}}{ЗП_{ij}}$$

Де, $Роп_{ij}$ – Рівень оплати праці науковців, які виконували НДР у i -му регіоні у j -му році;

$Оп_{ij}$ – оплата праці науковців, які виконували НДР у i -му регіоні у j -му році;

$ЗП_{ij}$ – середня заробітна плата у i -му регіоні у j -му році.

Таблиця 4

Порівняння середньої місячної оплати праці науковців з середньомісячною заробітною платою по регіону, у %

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кіровоградська	128	147	141	152	173	173	138	151	127	131	143	186	186	168
Дніпропетровська	118	114	118	122	118	118	119	116	117	118	128	136	143	143
Запорізька	142	145	129	134	148	165	152	131	131	124	118	116	143	132
Київська	111	114	116	112	116	121	126	143	137	107	104	106	118	111
Харківська	130	131	124	125	127	124	126	120	120	121	122	119	107	106
Україна	134	130	123	122	125	121	122	113	113	112	109	107	94	89
Миколаївська	134	135	121	118	122	103	90	108	97	156	105	107	104	82
Херсонська	112	108	111	115	121	107	109	126	106	112	102	87	77	76
Закарпатська	111	113	103	84	91	82	93	105	101	105	94	92	78	75
Одеська	109	107	107	110	112	106	103	104	105	105	97	87	65	74
Черкаська	115	117	107	99	109	94	80	81	89	93	81	82	79	72
Сумська	88	101	113	109	132	127	119	94	119	117	112	99	62	70
Вінницька	156	141	107	121	115	105	101	102	111	109	106	105	66	62
Львівська	123	125	119	125	124	112	110	108	100	105	103	94	66	61
Чернівецька	131	121	78	87	75	74	68	83	96	106	102	95	61	61
Тернопільська	111	162	133	123	115	108	112	115	108	102	99	96	55	59
м. Київ	93	88	83	80	82	80	84	79	80	76	72	68	58	55
Луганська	100	103	92	80	103	92	87	96	100	103	68	101	61	53
Чернігівська	151	151	130	135	150	149	120	109	100	128	76	80	59	53
Житомирська	137	139	124	120	132	112	109	121	114	121	104	88	67	52
Полтавська	138	132	134	120	117	105	101	109	113	107	96	80	51	51
Волинська	118	126	112	153	169	153	134	148	132	130	140	127	59	47
Івано-Франківська	172	162	148	133	167	177	164	162	137	155	159	139	57	47
Донецька	133	127	118	106	111	101	158	96	96	95	113	110	73	39
Хмельницька	154	195	184	187	195	145	127	152	189	153	130	121	44	37
Рівненська	87	100	121	122	122	106	95	105	94	99	87	83	39	33
АР Крим	121	119	104	109	106	104	99	102	105	91				
м. Севастополь	141	156	164	154	146	146	140	134	160	155				

Джерело: розраховано авторами

Розраховані на рис. 5 моделі динаміки рівня оплати праці по основним регіонам дають уявлення щодо їх тенденцій, а саме наближення праці найкваліфікованіших працівників країни до мінімального рівня, тобто праці

некваліфікованого персоналу, що і обумовлює відтік наукових кадрів як з науково-технічного сектору, так і з країни взагалі.

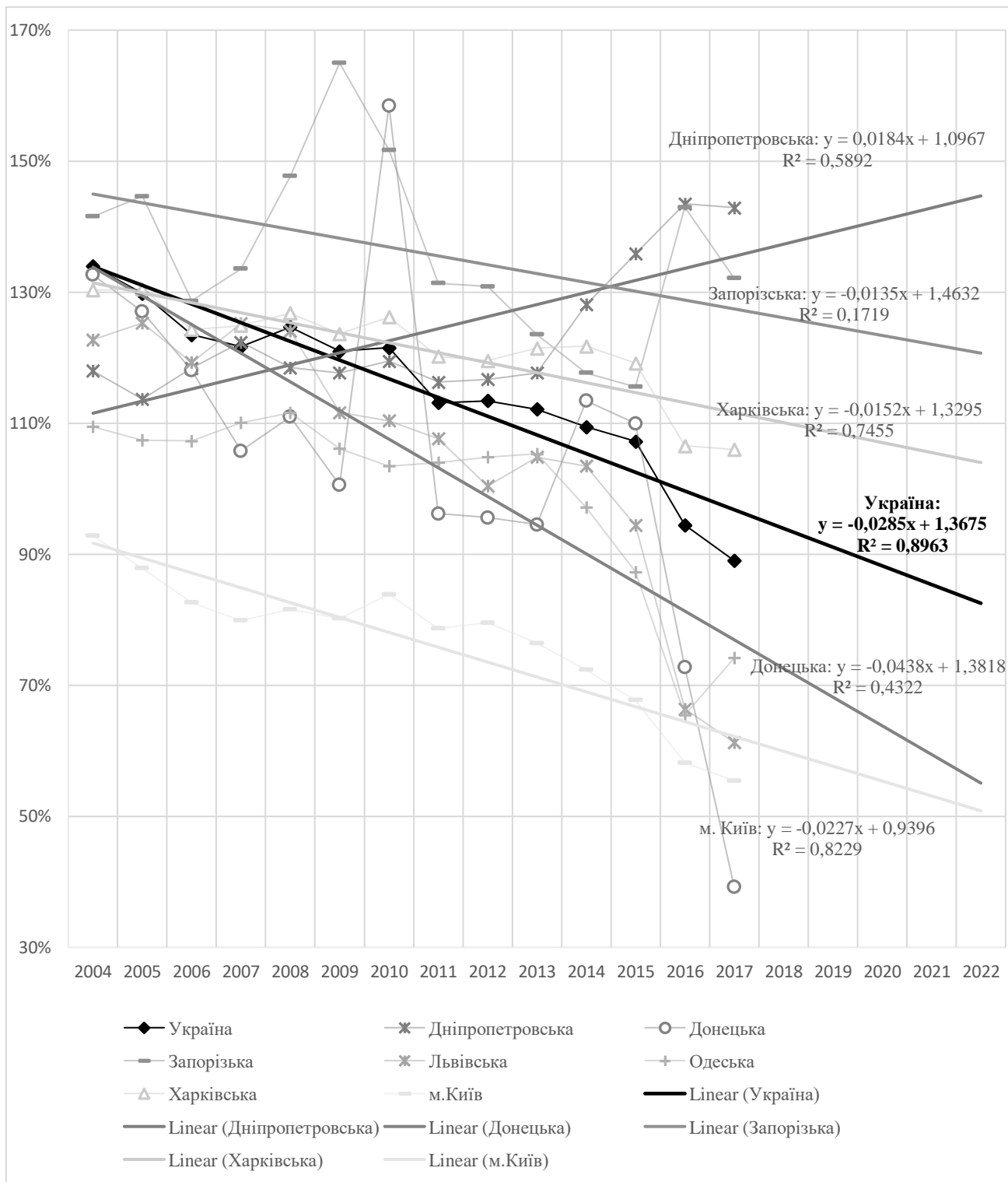


Рис. 5 Прогнозування динаміки зміни рівня оплати праці науковців, які виконували НДР на 5 років

Джерело: складено авторами

У таблиці 5 наведені розраховані моделі та їх статистичні оцінки у вигляді коефіцієнтів детермінації за всіма регіонами і за чотирма ситуаціями.

Таблиця 5

Моделі динаміки

	Модель динаміки базових темпів (до 1995 року) зміни чисельності науковців, які виконували НДР		Модель динаміки базових темпів (до 2000 року) зміни чисельності науковців, які виконували НДР		Модель динаміки базових темпів (до 2000 року) зміни оплати праці науковців, які виконували НДР		Модель залежності базових темпів росту (до 1995 року) чисельності науковців, які виконували НДР від рівня оплати їх праці	
	Рівняння	R ²	Рівняння	R ²	Рівняння	R ²	Рівняння	R ²
Україна	$-0,02t+0,68$	0,980	$-0,03t+1,06$	0,980	$-0,03t+1,37$	0,896	$0,68x+0,33$	0,897
Харківська	$-0,02t+0,63$	0,995	$-0,03t+1,02$	0,995	$-0,02t+1,33$	0,745	$0,92x+0,7$	0,767
Запорізька	$-0,02t+0,64$	0,984	$-0,03t+1,03$	0,984	$-0,01t+1,46$	0,172	$0,29x+0,03$	0,226
Одеська	$-0,02t+0,65$	0,976	$-0,03t+0,98$	0,976	$-0,03t+1,2$	0,640	$0,41x+0$	0,477
Львівська	$-0,02t+0,54$	0,974	$-0,03t+0,98$	0,974	$-0,04t+1,38$	0,790	$0,27x+0,06$	0,628
Луганська	$-0,03t+0,61$	0,972	$-0,06t+1,07$	0,972	$-0,02t+1,06$	0,339	$0,48x+0,2$	0,352
Вінницька	$-0,02t+0,57$	0,937	$-0,04t+1,07$	0,937	$-0,05t+1,44$	0,691	$0,31x+0,03$	0,472
Херсонська	$-0,02t+0,59$	0,931	$-0,03t+1,03$	0,931	$-0,03t+1,24$	0,493	$0,37x+0$	0,372
м. Севастополь	$-0,01t+0,44$	0,925	$-0,02t+0,99$	0,925	$0t+1,51$	0,008	$0,02x+0,31$	0,002
Дніпропетровська	$-0,01t+0,66$	0,910	$-0,02t+1,04$	0,910	$0,02t+1,1$	0,589	$-0,52x+1,16$	0,527
м. Київ	$-0,01t+0,79$	0,906	$-0,02t+1,08$	0,906	$-0,02t+0,94$	0,823	$0,7x+0,1$	0,935
Черкаська	$-0,02t+0,5$	0,897	$-0,03t+0,93$	0,897	$-0,03t+1,16$	0,794	$0,44x+0,1$	0,582
Донецька	$-0,03t+0,62$	0,866	$-0,05t+1,1$	0,866	$-0,04t+1,38$	0,432	$0,37x+0,09$	0,392
Волинська	$-0,03t+0,68$	0,835	$-0,05t+1,01$	0,835	$-0,04t+1,55$	0,253	$-0,02x+0,3$	0,002
АР Крим	$-0,02t+0,7$	0,827	$-0,03t+1,08$	0,827	$-0,02t+1,2$	0,726	$0,75x+0,28$	0,496
Миколаївська	$-0,02t+0,54$	0,820	$-0,03t+0,88$	0,820	$-0,02t+1,3$	0,249	$0,09x+0,19$	0,072
Чернігівська	$-0,02t+0,62$	0,781	$-0,03t+0,9$	0,781	$-0,08t+1,7$	0,814	$0,11x+0,25$	0,410
Рівненська	$-0,03t+0,64$	0,778	$-0,05t+1,1$	0,778	$-0,05t+1,27$	0,505	$0,05x+0,26$	0,012
Тернопільська	$-0,02t+0,53$	0,768	$-0,06t+1,22$	0,768	$-0,05t+1,47$	0,688	$0,15x+0,08$	0,197
Сумська	$-0,03t+0,84$	0,761	$-0,05t+1,2$	0,761	$-0,02t+1,19$	0,163	$-0,1x+0,58$	0,011
Житомирська	$-0,01t+0,41$	0,749	$-0,03t+1,08$	0,749	$-0,05t+1,49$	0,738	$0,16x+0,11$	0,337
Полтавська	$-0,02t+0,65$	0,703	$-0,02t+0,91$	0,703	$-0,06t+1,48$	0,827	$0,06x+0,41$	0,091
Івано-Франківська	$-0,02t+0,74$	0,667	$-0,04t+1,21$	0,667	$-0,06t+1,88$	0,428	$0,19x+0,2$	0,207
Київська	$-0,02t+0,85$	0,643	$-0,03t+1,3$	0,643	$0t+1,19$	0,004	$0,24x+0,34$	0,029
Чернівецька	$-0,02t+0,75$	0,579	$-0,03t+1,08$	0,579	$-0,02t+1,06$	0,206	$-0,13x+0,65$	0,039
Закарпатська	$-0,01t+0,68$	0,436	$-0,02t+1,27$	0,436	$-0,02t+1,07$	0,314	$0,51x+0,08$	0,286
Кіровоградська	$0t+0,35$	0,090	$-0,01t+0,76$	0,090	$0,02t+1,37$	0,183	$-0,04x+0,38$	0,066
Хмельницька	$0t+0,24$	0,010	$-0,01t+0,75$	0,010	$-0,09t+2,13$	0,582	$-0,14x+0,4$	0,747

Джерело: розраховано авторами

З таблиці 4 чітко видно, що протягом останніх 14 років рівень оплати праці науковців поступово, але неухильно зменшувався, не зважаючи на номінальні і «реальні, відносно рівня інфляції» зростання. За цей період він впав на 45 пунктів, або, майже, у 1,5 рази.

Можна спостерігати досить високі значення коефіцієнту детермінації, що наближаються до одиниці, за багатьма моделями. Це свідчить про значний ступінь їх адекватності реальним даним. Це також підтверджується реальними даними за 2018-2020 роки.

Висновки. Отже за результатами дослідження встановлено, що рівень оплати праці досить сильно корелює з динамікою чисельності науковців в країні у регіонах з високою концентрацією науково-технічного потенціалу – м. Київ, Харківська, Львівська області і відповідно по Україні в цілому; і має низький рівень кореляції у таких регіонах як Сумська, Кіровоградська, Чернівецька, Миколаївська, Волинська області. Все це супроводжується негативною динамікою чисельності науковців в країні протягом всього періоду незалежності держави.

Для виводу науки з кризи, головне, що потрібно зробити, на наш погляд, це забезпечити виконання Законів України, в першу чергу положення Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [15], згідно якого 1) необхідно підняти рівень фінансування науки до 1,7% від ВВП; 2) встановити рівень оплати праці молодшого наукового співробітника як 200 % від середньої заробітної плати по промисловості. В іншому випадку виявлені нами тенденції неухильно призведуть до знищення науково-технічного потенціалу України у найближчому майбутньому, що, в свою чергу, призведе до зниження конкурентоспроможності економіки, стратегічному колапсу і стане значною перешкодою до інтегрування до цивілізаційного світу.

Перспективи подальших дослідження полягають у аналізі динаміки матеріально-технічної і інформаційної складових науково-технічного потенціалу України.

Список використаних джерел.

1. World Development Indicators. URL: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators> (дата звернення 01.03.2023).
2. Damrich S., Kealey T., Ricketts M. Crowding in and crowding out within a contribution good model of research. *Res. Policy*. 2022. Vol. 51, № 1. P. 104400.
3. Lin J.-Y. Effects on diversity of R&D sources and human capital on industrial performance. *Technol. Forecast. Soc. Change*. 2014. Vol. 85. P. 168–184
4. Jemala M. Long-term research on technology innovation in the form of new technology patents. *Int. J. Innov. Stud.* 2021. Vol. 5, № 4. P. 148–160

5. Barrena-Martínez J. et al. Joint forces: Towards an integration of intellectual capital theory and the open innovation paradigm. *J. Bus. Res.* 2020. Vol. 112. P. 261–270
6. Мазур А. А., Любовная Л. Б., Бровченко Н. С., Тольба В. В. Наука Украины. Цифры, факты, проблемы. Киев: Институт электросварки им. Е. О. Патона НАН Украины, 2012. 47 с.
7. Попович О. Так що ж треба реформувати в науково-технологічній сфері України? *Commons*. 2017. 27 листопада. URL: <https://commons.com.ua/uk/tak-sho-zh-treba-reformuvati-v-naukovo-tehnologichnij-sferi-ukrayini/> (дата звернення 07.03.2023).
8. Булкин И. Кто и как финансирует науку в Украине в XXI веке. *Commons*. 2017. 25 сентября. URL: <https://commons.com.ua/uk/kto-i-kak-finansiruet-nauku-v-ukraine-v-xxi-veke/> (дата звернення 28.02.2023).
9. Семенякин М., Герасименко Я. Наука в Украине и её реформа. 2016. 20 января. URL: <https://commons.com.ua/uk/nauka-v-ukraine-i-eyo-reforma/> (дата звернення 28.02.2023).
10. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держкомстат України. Київ, 2004. 345 с.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держкомстат України. Київ, 2008. 361 с.
12. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держкомстат України. Київ, 2010. 347 с.
13. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держкомстат України. Київ, 2012. 305 с.
14. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держкомстат України. Київ, 2014. 314 с.
15. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держкомстат України. Київ, 2016. 257 с.
16. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. / Держстат України. Київ, 2018. 178 с.
17. Гирак Г., Колесников С., Кингсман И. Что осталось от страны заводов и фабрик: 25 лет с начала приватизации. *Аргументы и Факты*. 2017. № 25. URL: http://www.aif.ua/politic/ukraine/chto_ostalos_ot_strany_zavodov_i_fabrik_25_let_s_nachala_privatizacii (дата звернення 22.02.2023).
18. Скільки заробляють на освіті: Доходи ректорів ТОП-20 українських вузів (інфографіка). 2017. 03 мая. URL: <https://ukranews.com/publication/2071-dokhody-rektorov-top-20-ukraynskykh-vuzov> (дата звернення 22.02.2023).
19. Закон України “Про наукову і науково-технічну діяльність”. *Відомості Верховної Ради України*. 2016. № 3. С. 25. URL: <https://zakon.help/law/848-VIII/> (дата звернення 10.03.2023).

References

1. World Development Indicators. Retrieved from URL: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators>.
2. Damrich S., Kealey T., Ricketts M. (2022) Crowding in and crowding out within a contribution good model of research. *Res. Policy*, 51, 1, 104400.
3. Lin J.-Y. (2014). Effects on diversity of R&D sources and human capital on industrial performance. *Technol. Forecast. Soc. Change*, 85, 168–184
4. Jemala M. (2021). Long-term research on technology innovation in the form of new technology patents. *Int. J. Innov. Stud*, 5, 4, 148–160.
5. Barrena-Martínez J. et al. (2020). Joint forces: Towards an integration of intellectual capital theory and the open innovation paradigm. *J. Bus. Res.*, 112, 261–270.
6. Mazur, A. A., Ljubovnaja, L. B., Brovchenko, N. S., Tol'ba, V. V. (2012). Science of Ukraine. Figures, facts, problems. Kiev: Institut jelektrosvarki im. E. O. Patona NAN Ukrainy [in Russian].
7. Popovych, O. (2017, November 27). So what needs to be reformed in the scientific and technological sphere of Ukraine? *Commons*. Retrieved from URL: <https://commons.com.ua/uk/tak-sho-zh-treba-reformuvati-v-naukovo-tehnologichnij-sferi-ukrayini/> [in Ukrainian].
8. Bulkin, I. (2017, September 25). Who and how finances science in Ukraine in the XXI century. *Commons*. Retrieved from URL: <https://commons.com.ua/uk/kto-i-kak-finansiruet-nauku-v-ukraine-v-xxi-veke/> [in Russian].
9. Semenjakin, M., Gerasimenko, Ja. (2016, January 20). Science in Ukraine and its reform. Retrieved From URL: <https://commons.com.ua/uk/nauka-v-ukraine-i-eyo-reforma/> [in Russian].
10. State Statistics Committee of Ukraine. (2004). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
11. State Statistics Committee of Ukraine. (2008). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
12. State Statistics Committee of Ukraine. (2010). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
13. State Statistics Committee of Ukraine. (2012). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
14. State Statistics Committee of Ukraine. (2014). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
15. State Statistics Committee of Ukraine. (2016). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
16. Gosstat of Ukraine. (2018). Scientific and innovative activity in Ukraine [in Ukrainian].
17. Girak, G., Kolesnikov, S., Kingsman, I. (2017). What remains of the country of factories and factories: 25 years since the beginning of privatization. *Argumenty i Fakty - Arguments and Facts*, 25. URL: http://www.aif.ua/politic/ukraine/chto_ostalos_ot_strany_zavodov_i_fabrik_25_let_s_nachala_privatizacii [in Russian].

18. How much they earn on education: Incomes of the rectors of the TOP-20 Ukrainian universities (infographics). (2017, May 3). URL: <https://ukranews.com/publication/2071-dokhody-rektorov-top-20-ukraynskykh-vuzov> [in Russian].
19. Law of Ukraine “On Science and Science-Technical Activity”. (2016). *Vidomosti Verhovnoi' Rady Ukrainy - Information from the Verkhovna Rada of Ukraine*, 3. Retrieved from URL: <https://zakon.help/law/848-VIII/> [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-53-68

УДК: 338.46:330.101

*Васильченко О. О., старший викладач
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
olena.vasylichenko@tsatu.edu.ua*

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

***Анотація.** У статті зроблено акцент на актуальність впливу макросередовища на діяльність підприємств сфери послуг. Наголошено на важливості функціонування сфери послуг в економіці країн світу та України. Охарактеризовано структуру сфери послуг. Здійснено аналіз різноманітних підходів до тлумачення економічної категорії “макросередовище”. Охарактеризовано основні фактори макросередовища.*

***Ключові слова:** сфера послуг, структура сфери послуг, середовище організації, макросередовище, фактори макросередовища підприємства: політико-правові, економічні, природно-екологічні, демографічні, соціокультурні, науково-технологічні, міжнародні.*

JEL code classification: O40

*Vasylichenko Olena, Senior Lecturer,
Dmytro Motornyi Tavrria State Agrotechnological University
olena.vasylichenko@tsatu.edu.ua*

SYSTEM ANALYSIS OF THE MACRO-ENVIRONMENT OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF SERVICES

***Objectives.** In today's conditions, the service sector actually provides all the processes occurring in the macro environment, creating the basis for its successful functioning. However, in turn, she works within this environment, which makes her dependent on its factors, which have both positive and negative effects on her. From this, it becomes clear that both the macro-environment and the sphere of services cannot exist in isolation, and the change of any component in one of these spheres inevitably causes a reaction from the other. It is this symbiosis that determines the need to study the influence of the macro-environment on the processes taking place in the service sector. **Conclusions.** The sphere of services is a sector of the economy that occupies a leading role in the economy of all countries of the world, it is with its help that the largest part of GDP is formed. The main feature of this sphere is that it is not related to the direct production of material values, but provides all types of activities that contribute to this process. Studying the opinions of scientists regarding the macroenvironment, it became clear that there is currently no single interpretation of this concept. Each of the scientists sees the macroenvironment differently, but some of the concepts described by them have common features. By systematizing them in this way, you can see the idea that appears in each separate vision of this concept, namely that the macro-environment is a system of external factors over which each individual business entity has no leverage, and therefore must fully adapt to their changes for its successful functioning. **Conclusions.** An enterprise operating in the service sector must take into account not only the factors that it can influence independently, but also the factors of the macro environment in which it operates. Without timely adaptation to changes in these factors, the company can lose its positions, and, on the contrary, when correcting its activities taking them into account, it can achieve stability and significant competitive advantages.*

***Keywords:** the sphere of services, the structure of the sphere of services, the environment of the organization, the macro-environment, the factors of the macro-environment of the enterprise: political-legal, economic, natural-ecological, demographic, socio-cultural, scientific-technological, international.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах неможливо уявити своє життя без сфери послуг. Вона є важливою складовою економічних систем усіх країн світу, становить основну частку валового внутрішнього продукту і залучає більшість працездатного населення. Сфера послуг забезпечує всі процеси, що

відбуваються в макросередовищі, створюючи основу для його успішного функціонування. Однак вона також залежить від факторів цього середовища, які можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на неї. У зв'язку з постійними змінами у макросередовищі, питання його впливу на діяльність економічних суб'єктів залишається актуальним у будь-який період часу, що обумовлює вибір даної теми для дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Через важливість питання впливу макросередовища на сферу послуг, ця проблематика постійно привертає увагу вітчизняних і зарубіжних фахівців різних профілів. Дослідження в цій області проводяться такими вченими, як О. Красовська [8], В. Лопатовський [9], М. Мельник [10], В. Савельєв В. [11], Г. Швець [12], Л. Андерсон [13], К. Грьонрос [14], Ф. Котлер [15], С. Славик [16] та інших.

Мета статті. Здійснити оцінку впливу макросередовища на функціонування підприємства, виявити ключові фактори, що впливають на його успішність і стійкість; визначити поведінкові орієнтири сталого розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Сфера послуг в економіці представляє сектор, що включає діяльність господарських суб'єктів, яка не пов'язана з безпосереднім виробництвом матеріальних товарів [1].

У розвинених економіках сфера послуг, зазвичай, займає найбільшу частку у внутрішньому валовому продукті порівняно з іншими видами діяльності. Решта економіки займається прямим виробництвом та сільським господарством. Працівників, які займаються діяльністю в сфері послуг, часто називають обслуговуючим персоналом.

На рисунку 1 представлено середню питому вагу сфери послуг у ВВП країн світу та України протягом 10-річного періоду.

Рис. 1 показує, що протягом 2012-2021 років питома вага сфери послуг у ВВП країн світу та України є найвищою і становить відповідно 67,06% та 70,75%.

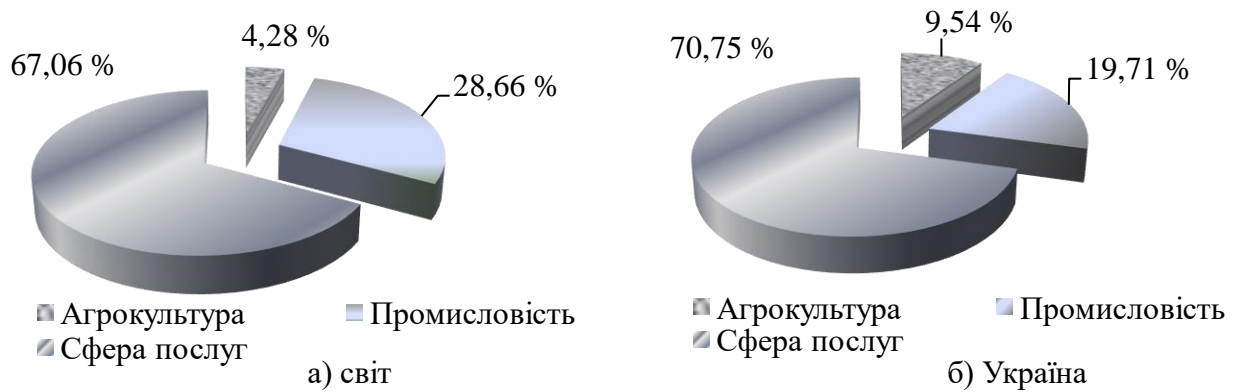


Рис. 1. Структура валового внутрішнього продукту країн світу та України за основними сферами діяльності в середньому за 2012-2021 рр.*

* побудовано автором на основі: [2], [3]

З розвитком суспільства сфера послуг стала активно розширюватися з ряду об'єктивних причин, таких як науково-технічний прогрес і автоматизація фізичної праці. Вона стала ключовим сектором економіки будь-якої країни. У постіндустріальній економіці сфера послуг має пріоритетне значення, оскільки заміщення фізичної праці механізмами ставить питання організації робочих процесів (управління персоналом) та розподілу готової продукції (супровід товару від задуму до передачі клієнту та отримання прибутку) у центр уваги. Інтелектуальна праця набуває все більшого значення [4].

Розподіл праці та продукції призводить до зростання кількості професій і робочих місць, які вимагають висококваліфікованих кадрів з високим ступенем інтеграції спільних зусиль (робота над проєктами). Ці тенденції переважно відносяться до сфери послуг та управління, що призводить до швидкого росту цього сектору. Ще одним важливим фактором, що сприяє прискоренню розвитку, є великий обсяг прибутку, який перевищує прибуток будь-якої іншої сфери економіки [4].

На рис. 2 представлено складові сфери послуг.

Отже, послуги можна розглядати як специфічний товар, який хоча і не має фізичної форми, проте може бути оцінений у грошовому еквіваленті.

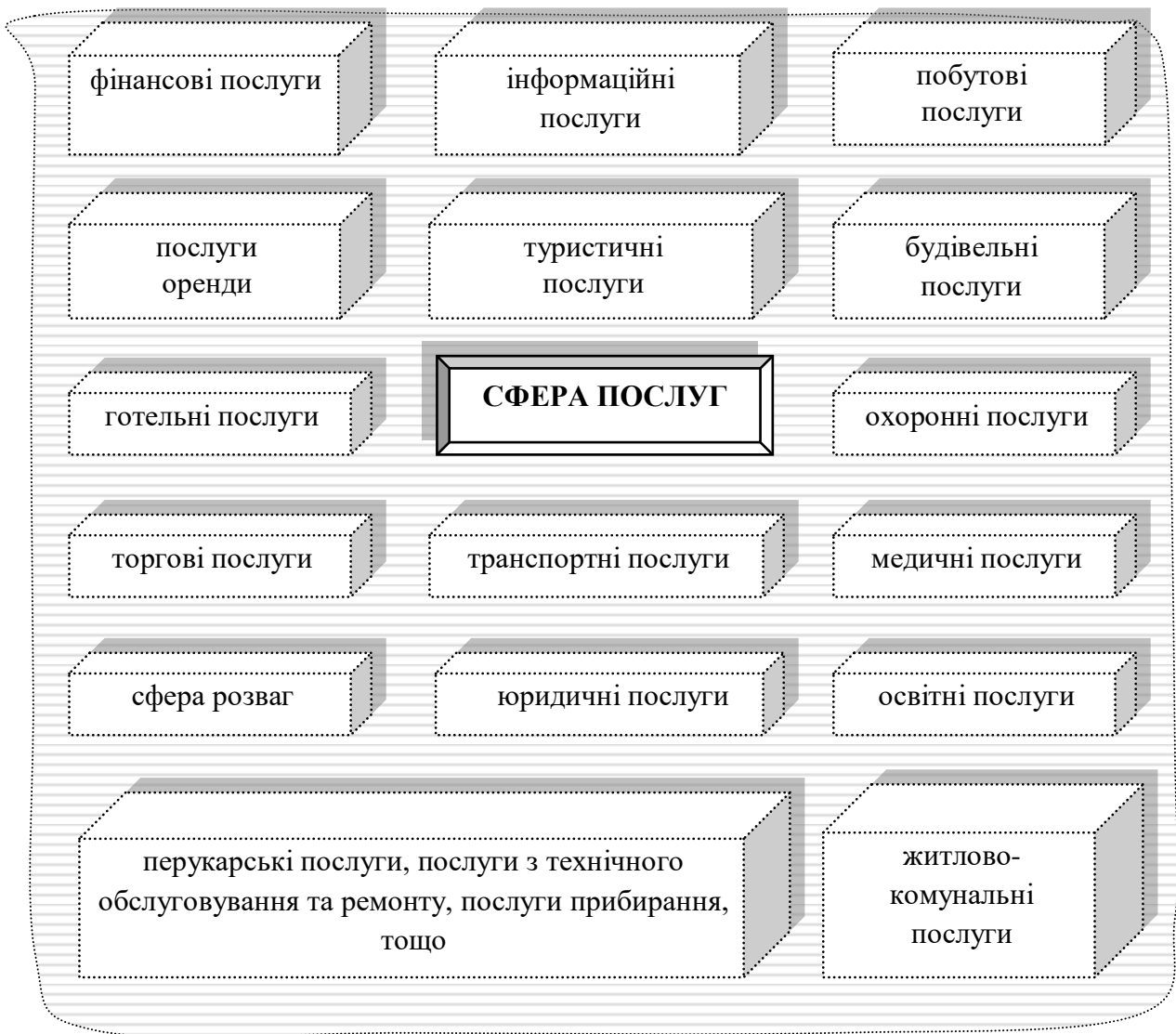


Рис. 2. Структура сфери послуг*

* систематизовано та запропоновано автором на основі [5], [6]

Це стає можливим завдяки використанню людських працездатних ресурсів та інтелектуального потенціалу для надання та реалізації послуг. Важливу роль у визначенні цінності послуг відіграє також науково-технічний прогрес, оскільки досвід та унікальні навички людей стають більш цінними, ніж виробництво, яке може бути замінене обладнанням та технологіями.

Макросередовище і сфера послуг не можуть існувати ізольовано, і зміна в одній з цих сфер обов'язково викликає реакцію в іншій. Такий симбіоз вимагає дослідження впливу макросередовища на процеси, що відбуваються в сфері послуг.

Під макросередовищем підприємства в економічному контексті

розуміють сукупність сил та осіб, які впливають на розвиток і підтримку сприятливих взаємовідносин підприємства зі споживачами, і які не належать до самого підприємства [7]. Макросередовище є основним джерелом ресурсів, необхідних для функціонування підприємства, оскільки відбувається постійний обмін інформацією, ресурсами та товарами між організаціями та зовнішнім середовищем. Вплив макросередовища визначає правила поведінки та стратегію, яку обирає підприємство у своїй діяльності.

Багато вітчизняних авторів та зарубіжних вчених досліджували питання макросередовища в своїх працях.

Незважаючи на різноманітність поглядів, більшість вчених вважає, що середовище будь-якої організації складається з двох сфер : внутрішньої – “мікросередовище” та зовнішньої – “макросередовище”. Поширеною думкою є те, що макросередовище складають фактори, на які підприємство не може впливати, тоді як мікросередовище включає фактори, які у певній мірі підлягають контролю з боку підприємства.

Трактування поняття макросередовища вітчизняними та зарубіжними науковцями систематизуємо у таблиці 1.

Таблиця 1

Трактування поняття “макросередовище”

Автор	Трактування
1	2
М. Бейкер, І. Вагнер	Макросередовище організації, з огляду на її маркетингову орієнтацію, можна описати як зовнішні фактори, що впливають на діяльність фірми, а також фактори, на які вона сама може впливати в рамках свого мікросередовища.
Л. Андерсон, Ф. Котлер, Г. Амстронг, О. Виханський, К. Грьонрос, С. Посилкіна, Т. Загорна та ін.	Макросередовище організації, без урахування її маркетингової орієнтації, включає зовнішні фактори, в межах яких функціонує фірма і які впливають на її діяльність. Ці фактори визначаються як демографічні, природні, політичні, культурні та економічні.
Р. Акбердін, Т. Косянчук, В. Лук'янова, І. Майорова, Н. Саломатін, В. Швил та ін.	Макросередовище організації є сукупністю елементів, що перебувають поза межами підприємства і не знаходяться у безпосередньому контакті з управлінням підприємства. Воно поділяється на середовище прямого і непрямого впливу.

Продовження табл. 1

1	2
Б. Бергман, В. Грузинов, І. Дуданов, Красовська О. Ю. С. Славів, В. Стаханов, та ін.	Макросередовище розділяється на внутрішнє і зовнішнє середовище, які формують суб'єкти господарювання, що взаємодіють з ним. Цей розподіл відповідає стану одного об'єкта відносно іншого і відображає специфіку їх діяльності.
М. Альберт, М. Мескон, Ф. Хедурі,	Макросередовище є цілісною відкритою системою, що включає велику кількість взаємопов'язаних елементів, які активно взаємодіють з зовнішнім середовищем, а також взаємозалежність внутрішніх змінних підприємства та його організації. Ці фактори включають людей, технології, структуру, цілі та задачі.
Г. Багієв	Макросередовище – це сукупність факторів демографічного, економічного, політичного, технологічного, правового, науково-технічного, національного та географічного середовища, які впливають на діяльність організації, не обмежуючись окремими об'єктами, а складаючи загальну систему ринкового механізму.
Б. Горфинкель, Г. Поляк, В. Швандар,	Макросередовище є відкритою економічною системою, яка включає підприємства, процеси, що відбуваються в них, а також функції управління та організації цих процесів.
В. Кейлер, В. Лопатовський, Г. Швець	Макросередовище є цілісною системою, де основні елементи включають комплекс виробничих ресурсів, що характеризуються технологічною єдністю та придатністю для виробництва конкретного товару або надання певної послуги.
А. Азриліяна, В. Савельєв	Макросередовище є сукупністю елементів, які стосуються організації та її здатності задовольняти потреби клієнтів. У складі цих елементів виділяються структура підприємства та вхідні ресурси.
М. Мельник, Е. Стрелков,	Предметом аналізу макросередовища є об'єкти господарської діяльності, до яких відносяться філософія підприємства, ресурси, результативність діяльності, організаційна структура підприємства, а також товари та послуги, що пропонуються на ринку.
П. Зав'ялов, А. Кредісов,	Макросередовище підприємства поділяється на п'ять складових: контрольовані та неконтрольовані фактори, рівень задоволеності компанії в досягненні своїх цілей, зв'язки та адаптація.

Джерело: складено автором на основі [7]-[16]

Таким чином, відмічаємо, що кожен з наведених у таблиці 1 науковців має свій власний погляд щодо трактування поняття “макросередовище”, що свідчить про різні підходи щодо розгляду даної економічної категорії.

На нашу думку, макросередовище відноситься до зовнішнього

середовища організації, що опосередковано впливає на її функціонування. Одним з головних аспектів макросередовища є його незалежність від окремих суб'єктів ринку, проте воно може бути змінене шляхом спільної діяльності всіх учасників ринку.

Отже, будь-яке підприємство, включаючи організації, що надають послуги, піддається впливу зовнішнього середовища, яке може відкривати нові можливості або негативно впливати на їх результативність. Деякі сили зовнішнього середовища, що називаються “макросередовище” не піддаються контролю з боку підприємства, однак компанії можуть і повинні враховувати їх дію і адаптуватися під них.

Головною особливістю макросередовища є те, що жоден окремий суб'єкт ринку не може прямо впливати на нього, але воно може бути змінене через спільну діяльність всіх учасників ринку.

На рисунку 3 представлені основні фактори макросередовища.



Рис. 3. Фактори макросередовища підприємства*

*систематизовано та запропоновано автором на основі [7]-[12]

Охарактеризуємо фактори макросередовища підприємства, наведені на рис. 3.

I. Політичні фактори включають політичну систему країни, рівень політичної стабільності, баланс політичних сил, громадські рухи та ступінь політизації

суспільства (рис.4).



Рис. 4. Основні компоненти політико-правового середовища*

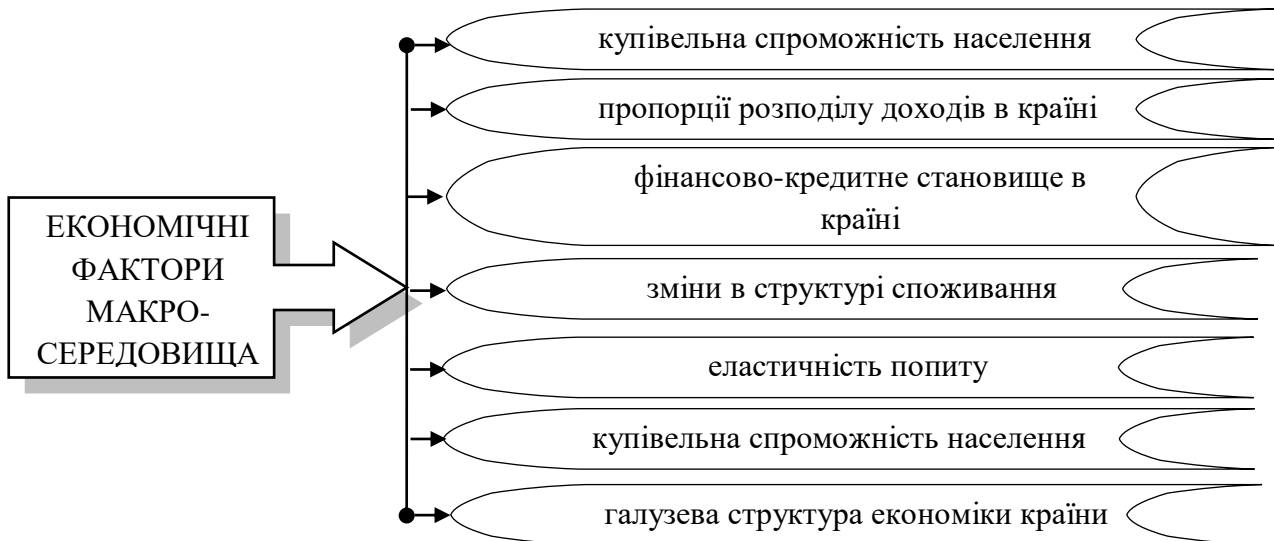
*систематизовано та запропоновано автором на основі [7]

Елементи політико-правового середовища включають законодавство, а також безпосередній вплив уряду та окремих груп населення на діяльність підприємств [7]. Податкова система, митна політика, закони та нормативні акти уряду, а також політичний стан в країні мають прямий вплив на активність підприємств на ринку. Також зростає роль окремих споживчих об'єднань, екологічних та інших громадських організацій у прийнятті рішень щодо закриття підприємств, чия діяльність суперечить екологічним, культурним, регіональним та іншим важливим інтересам суспільства.

Особливу увагу, на нашу думку, слід приділити податковій системі країни. Варто зауважити, що податки повинні виконувати не лише фіскальну функцію, але й стимулювати підприємницьку діяльність. Тим самим вони повинні сприяти не тільки виконанню державними органами їхніх функцій, але й зацікавленості всіх суб'єктів господарювання в їх активності.

Серед найбільш негативних факторів, що належать до цієї групи, є корупція. Корупційні дії як з боку окремих осіб, так і з боку інститутів загалом, становлять додаткове джерело фінансових та організаційних збитків для підприємств, що працюють у будь-яких сферах.

II. Економічні фактори визначають рівень економічного розвитку, ринкові відносини та конкуренцію в країні (рис.5).



*Рис. 5. Економічні фактори макросередовища**

*систематизовано та запропоновано автором на основі [8]

Головними характеристиками цих факторів є валовий національний продукт, податки, темпи інфляції, рівень безробіття, розмір та структура бюджету країни і таке інше. Зміни в цих параметрах мають прямий вплив на діяльність підприємств, зокрема на кадрову та облікову політику, а також на рівень життя населення та його платоспроможність [8].

При аналізі економічних факторів макросередовища можна виділити певні підгрупи.

1) Купівельна спроможність. Вона визначає кількість товарів та послуг, які можна придбати за одиницю грошових коштів, що, у свою чергу, залежить від рівня цін. Купівельна спроможність відображає рівень життя населення, і при зростанні вона може сприяти збільшенню загального рівня споживання, що має позитивний вплив на виробників товарів та послуг [9].

2) Пропорції розподілу доходів в країні визначають частки від загального обсягу ВВП, які припадають на конкретну галузь, сферу діяльності або групу населення [9].

Зазвичай для аналізу розподілу доходів населення використовують два основних підходи: функціональний підхід (заснований на розподілі за чинниками виробництва) та родинний підхід (що орієнтується на розподіл

доходів серед домогосподарств).

3) Фінансово-кредитне становище країни є наслідком впливу різноманітних методів, форм, прийомів, інструментів та регуляторів на її соціально-економічний розвиток, тобто фінансово-кредитного механізму [9].

Основними складовими цього механізму є фінансове забезпечення та фінансове регулювання. Фінансове забезпечення виконує функцію розподілу конкретних сум грошових коштів для виконання певних завдань. Фінансове регулювання здійснює вплив у двох напрямках: встановлює пропорції розподілу доходів за допомогою фінансових інструментів та створює систему реалізації економічних інтересів на основі встановлених пропорцій розподілу.

Найбільш важливими показниками впливу фінансово-кредитного механізму на економіку країни є фінансові коефіцієнти. Вони відображають ефективність фінансової діяльності держави, якщо їх розраховано з використанням принципів достовірності, повноти й своєчасності.

4) Еластичності попиту, яка вказує на зміну попиту на конкретний товар або послугу під впливом об'єктивних економічних факторів, що впливають на ціну цього об'єкта [9].

При цьому попит може бути еластичним або нееластичним. У випадку еластичного попиту, відсоткова зміна обсягу продажу товарів перевищує зниження ціни, що призводить до збільшення загальної суми коштів, отриманих від реалізації товару. У випадку нееластичного попиту, зниження ціни супроводжується зменшенням попиту, що може призвести до вилучення товару з ринку. Незважаючи на ці варіації, відповідно до закону Гіффена, використання показника еластичності неефективно при розрахунку попиту на товари для бідних та предмети снобізму (престижні товари).

5) Галузева структура національної економіки відображає розподіл внесків різних галузей економіки до загального обсягу ВВП країни [9]. Коли певна галузь приносить найбільшу частку до ВВП, то вважається провідною. Як правило, вона є в пріоритеті і підтримується державою. Але, залежно від рівня

розвитку економіки, провідні галузі можуть змінюватися, що вимагатиме адаптації підприємств до нових потреб економіки країни.

На різних етапах розвитку економіки спостерігається перевага певних галузей. Раніше в багатьох країнах світу переважали сільське господарство та добувна промисловість. Однак, зараз спостерігається зростання важливості сектору послуг (див. рис. 1) та високотехнологічного виробництва.

Така зміна пояснюється тим, що високотехнологічне виробництво не лише дозволяє виробляти високоякісні товари і створювати додаткову вартість на кожному етапі, але також відповідає зростаючим стандартам, таким як якість і екологічні вимоги.

Сфера послуг, у свою чергу, дозволяє незайнятим у виробництві людям займатися маркетингом товарів на ринку або пропонувати свої особисті навички як конкретний продукт. Залучення до вузькоспеціалізованого навчання стає все більш актуальним, і чим більш специфічним є навчання, тим більша потреба в навичках з інших сфер діяльності для кожної окремої особи.

III. Демографічні фактори є одними з найважливіших чинників, що впливають на розвиток економіки всієї країни (рис. 6).



Рис. 6. Демографічні чинники макросередовища*

*систематизовано та запропоновано автором на основі [10]

Сьогодні проблеми оптимального демографічного розвитку є актуальними для будь-якої країни, а їх вирішення є одним із найважливіших

завдань, оскільки людські втрати становлять найбільші матеріальні збитки для будь-якої держави. Зниження народжуваності, погіршення рівня здоров'я, скорочення тривалості життя, зростання смертності, еміграція та поступове старіння націй – все це негативно впливає на кількісний та якісний рівень робочої сили, яка є ключовим фактором для забезпечення добробуту держави і суспільства.

З метою поліпшення демографічної ситуації в будь-якій країні необхідно забезпечити населенню засоби існування та задоволення його потреб незалежно від їх територіального розташування в межах країни. Крім того, необхідно однаково підвищити рівень життя в усіх регіонах та розробити стимулюючу політику для повернення робочої сили до окремих міст, де її не вистачає. Такий підхід дозволить рівномірно розподіляти населення та задовольняти економічні потреби усіх регіонів.

IV. Природно-екологічні фактори макросередовища пов'язані з кліматом, географічним положенням та екологією конкретного регіону (рис. 7).

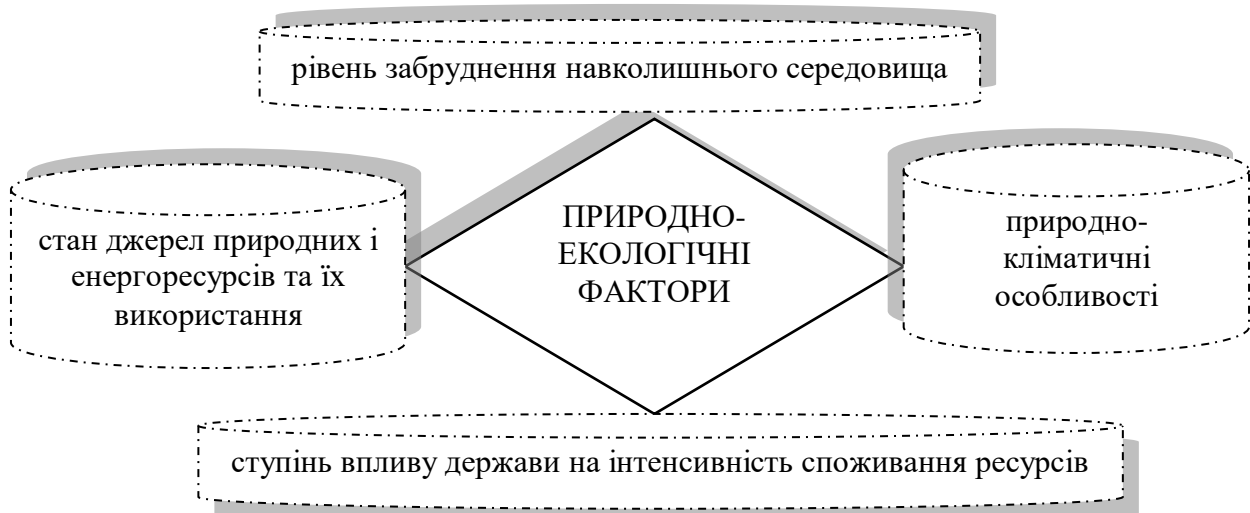


Рис. 7. Природно-екологічні фактори макросередовища*

*систематизовано та запропоновано автором на основі [10]

Сучасні умови роблять екологічний фактор ще більш актуальним, оскільки саме людина має на нього найбільший вплив. Загроза погіршення екологічної ситуації внаслідок діяльності підприємств змушує збільшувати

вимоги до них, що призводить до зростання витрат. Кількість природних ресурсів також є важливим фактором, оскільки їх зменшення має прямий вплив на їх вартість. Це спонукає до впровадження технологій, які використовують менше ресурсів або більш економічні альтернативи, такі як синтетичні матеріали.

V. Науково-технічні фактори макросередовища безпосередньо впливають на діяльність підприємств (рис. 8).



Рис. 8. Науково-технічна компонента макросередовища*

*систематизовано та запропоновано автором на основі [11]

У сучасних умовах розвитку комп'ютерних технологій нові винаходи та інновації з'являються щодня, що спрощують роботу та прискорюють процеси.

Нові технології, які змінюють технічні умови виробництва та дозволяють ефективніше використовувати робочу силу та матеріальні ресурси, можуть стати значною конкурентною перевагою на ринку.

Впровадження таких технологій може виявитися вирішальним для будь-якого підприємства, оскільки воно покращує його позицію в очах споживачів (завдяки покращенню якості продукції або зниженню її ціни). Однак, ігнорування нововведень може призвести до витіснення підприємства з ринку через гірші характеристики продукції порівняно з конкурентами.

На сьогоднішній день науково-технічне середовище, можливо, є одним з

найважливіших факторів як для підприємств, так і для загального життя людини. Розвиток технологій не тільки відкриває нові можливості, але також призводить до появи зовсім нових ринків і сфер діяльності.

VI. Соціально-культурні фактори мають досить специфічний вплив на діяльність підприємств (рис. 9).

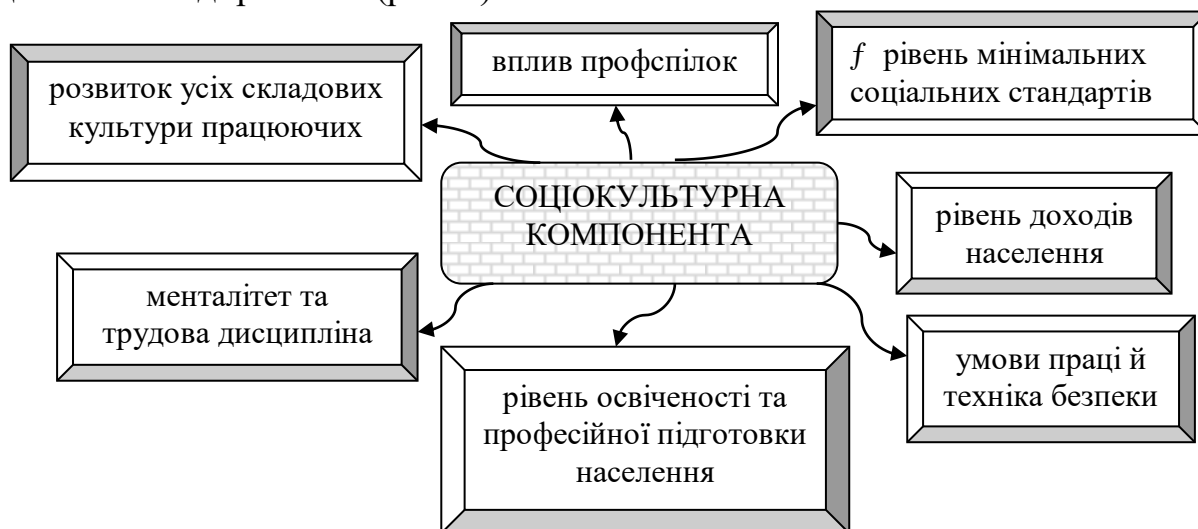


Рис. 9. Соціально-культурні фактори макросередовища*

*систематизовано та запропоновано автором на основі [11]

Маркетингові служби підприємств завжди враховують культурне середовище країни в своїх рішеннях – наскільки сприйнятливе населення певного середовища (регіону, країни в цілому) до основних культурних цінностей та наявність різних субкультур в межах однієї загальної культури.

Підприємствам важливо бути обізнаними з особливостями культури споживачів, на яких спрямовані їхні товари та послуги, а також враховувати, що ці особливості можуть суттєво відрізнятись на різних ринках.

VII. Міжнародна компонента включає дві основні складові: рівень ділової активності у світі та країнах ЄС; рівень, характер та інтенсивність міжнародних відносин з країнами світу (рис. 10).



Рис. 10. Міжнародна компонента макросередовища*

*систематизовано та запропоновано автором на основі [11]

Отже, будь-яка компанія, що працює на ринку, повинна бути уважною до факторів, на які вона може вплинути самостійно, а також до факторів макросередовища, в якому вона здійснює свою діяльність. Без своєчасної адаптації до змін цих факторів, підприємство ризикує втратити свої позиції. З іншого боку, застосування корекцій до своєї діяльності, з урахуванням цих факторів, може забезпечити стійкість та значні конкурентні переваги.

Висновки. Сфера послуг є сектором економіки, який займає провідну роль у економіці всіх країн світу, саме з її допомогою формується більша частина ВВП. Основною особливістю даної сфери є те, що вона не пов'язана з безпосереднім виробництвом матеріальних цінностей, проте забезпечує усі види діяльності, що сприяють даному процесу тим самим підвищуючи загальну продуктивність праці. Із сутності послуг витікають їх загальні риси: невідчутність, невіддільність виробництва від споживання створеного продукту, нездатність до зберігання та мінливість. Своєю основну цінність сфера послуг набуває через постійний науково-технічний прогрес, який здатний забезпечити матеріальне виробництво за рахунок нових технологій, однак не може повноцінно замінити людські знання та навички, які необхідні для створення та надання послуг.

Досліджуючи думки вчених з приводу макросередовища, нами визначено, що немає єдиного трактування даного поняття. Кожен з дослідників бачить макросередовище по-різному, однак деякі з описаних ними понять мають спільні риси. Так, систематизувавши їх, можна побачити ідею, яка фігурує у кожному окремому баченні даного поняття, а саме те, що макросередовище є системою зовнішніх факторів, на які кожен окремий суб'єкт господарювання не має важелів впливу, а, отже, повинен повністю адаптуватися до їх змін для свого успішного функціонування. Саме через описану вище особливість постає необхідність в аналізі даних факторів та передбачені їх значень для своєчасного врахування в стратегічному та тактичному планах підприємств.

Список використаних джерел

1. Економічна енциклопедія : у трьох томах. Т. 3 / [редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред) та ін.] – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. URL : <https://academia-pc.com.ua/product/42> (дата звернення 16.02.2023).

2. UNCTADstat . URL : <http://surl.li/hmhea> (дата звернення 11.03.2023).
3. Валовий внутрішній продукт України. URL : <http://surl.li/cytn> (дата звернення 05.03.2023).
4. Мороз В. В. Роль сфери послуг малих підприємств в економічній системі України. *Вісник Чернігівського національного технічного університету* . 2012. № 4(62). С.170-173.
5. Остафійчук Я. В. Підходи до класифікації послуг у контексті формування системи управління сферою послуг. *Ефективна економіка*. 2012. № 1. URL : www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=892 (дата звернення 12.03.2023).
6. Моргулець О. Б. Розвиток сучасного понятійного категоріального апарату теорії послуг. URL : https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Morgulets_st.pdf (дата звернення 28.02.2023).
7. Вагнер І. Особливості стратегічного аналізу зовнішнього середовища підприємства. URL : <https://surl.li/hmfvh> (дата звернення 05.03.2023).
8. Красовська О. Ю. Комплексна оцінка маркетингової діяльності на підприємствах сфери послуг. *Економіка та держава*. 2021. №10. С. 43-46.
9. Лопатовський В. Г. Аналіз зовнішнього середовища підприємства : характерні риси та перспективи проведення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. Вип. 2. URL : <https://readpaper.com/paper/2780271936> (дата звернення 10.03.2023).
10. Мельник М. І. Класифікація бізнес-середовища: системний підхід. *Регіональна економіка*. 2008. № 2. С. 251-260.
11. Савельєв В. Оцінка бізнес-середовища при формуванні глобальної маркетингової стратегії. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія Економіка*. 2014. Вип. 3. С. 112-115.
12. Швець Г. О. Сучасне бізнес-середовище малого та середнього підприємництва в Україні. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки*. 2017. Вип. 34. С. 31-39.
13. Anderson L. M. "Marketing science: Where's the beef?" *Business Horizons*, (Jan-Feb), 8-16. URL : <http://surl.li/hmfkf> (дата звернення 14.03.2023).
14. Gronroos C. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. West Sussex, UK: John Wiley and Sons. URL : <http://surl.li/hmhdc> (дата звернення 13.03.2023).
15. Kotler R. P. *Marketing podla Kotlerra*. Praha : Management press, 2000. 116 p.
16. Slavik Š. *Strategicky manažment*. Bratislava : Ekonym, 1997. 80 p.

References:

1. Economic encyclopedia: in three volumes. (2002). 3 / [edited by: S.V. Mocherny (rep. ed.) and others]. Kyiv : Publishing center "Akademiya". URL : <https://academia-pc.com.ua/product/42> [in Ukrainian].
2. UNCTADstat. URL : <http://surl.li/hmhea>
3. Gross domestic product of Ukraine. URL : <http://surl.li/cytn> [in Ukrainian].
4. Moroz V. V. (2012). The role of the service sphere of small enterprises in the economic system of Ukraine. *Bulletin of the Chernihiv National Technical University*. No. 4(62). P.170-173. [in Ukrainian].
5. Ostafiyuchuk, Y. V. (2012). Approaches to the classification of services in the context of the formation of a service management system. *An efficient economy*, 1. URL : www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=892 [in Ukrainian].
6. Morgulets, O. B. (2013). Development of modern conceptual and categorical apparatus of service. URL : https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Morgulets_st.pdf [in Ukrainian].
7. I. Wagner. Peculiarities of strategic analysis of the enterprise's external environment. URL: <https://surl.li/hmfvh> [in Ukrainian].
8. Krasovska O. Yu. (2021). Comprehensive assessment of marketing activity at enterprises in the service sector. *Economics and the state*, 10, 43-46. [in Ukrainian].
9. Lopatovsky V. G. (2009). Analysis of the external environment of the enterprise: characteristic features and prospects of implementation. *Visnyk Khmelnytskyi National University*, 2. URL : <https://readpaper.com/paper/2780271936> [in Ukrainian].
10. Mel'nyk, M. I. (2008). Classification of Business-Environment: the System Approach. *Rehional'na ekonomika*, 2, 251-260 [in Ukrainian].
11. Savel'iev, V. (2014). Assessment of the business environment for development of global marketing strategy. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, 3, 112-115 [in Ukrainian].
12. Shvets', H. O. (2017). The current business environment of small and medium business in Ukraine. *Visnyk Pryazovs'koho derzhavnogo tekhnichnoho universytetu*, 34, 31-39 [in Ukrainian].
13. L. Anderson, (1994). Marketing science: Where's the beef? *Business Horizons*, (Jan-Feb), 8-16. URL: <http://surl.li/hmfkf> .
14. Gronroos, C. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. West Sussex, UK: John Wiley and Sons. 3. URL: <http://surl.li/hmhdc>.
15. Kotler, R. P. (2000). *Marketing podla Kotlerra*. Praha : Management press.
16. Slavik Š. (1997). *Strategicky manažment*. Bratislava : Ekonym [in Slovak].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-69-77

УДК 631.153:331.5

*Гурська І. С., к. е. н, доцент кафедри економіки і менеджменту
Герчанівська С. В., к. е. н, доцент кафедри економіки і менеджменту
Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і
природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут»
irinagyrska@ukr.net
gerchanivska_s@ukr.net*

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** Статтю присвячено розгляду сутності формування теоретичних та практичних засад системи управління персоналом, як основи забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Проаналізовано термін «управління персоналом». Розкрито особливості управління персоналу, основних принципів, складових елементів системи управління, цілей, функцій, розгляду методів системи управління персоналом, його використання з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Розглянуто особливості сучасних методів управління персоналом підприємства. Запропоновано заходи та етапи побудови ефективної системи управління персоналом в аграрних підприємствах, які забезпечать їх конкурентоспроможність на ринку.*

***Ключові слова:** персонал, управління персоналом, конкурентоспроможність, аграрне підприємство, система управління персоналом, ефективність управління, організаційний процес.*

JEL code classification: M12

***Hurska Iryna, Ph.D., Ass. Prof.
Gerchanivska Svitlana, Ph.D., Ass. Prof.
SS NULES of Ukraine "Berezhany Agrotechnical Institute"
irinagyrska@ukr.net
gerchanivska_s@ukr.net***

THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AS A BASIS FOR ENSURING THE COMPETITIVENESS OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE

***Abstract.** The article is devoted to the consideration of the essence of the formation of the theoretical and practical foundations of the personnel management system as a basis for ensuring the competitiveness of agricultural enterprises. The main tasks of the personnel management of an agricultural enterprise are personnel potential that is able to provide the enterprise with a stable market position, economic stability and high competitiveness. Due to the effective use and management of personnel, the implementation of the optimal strategy and management concept, the competitiveness of modern agricultural enterprises is ensured.*

The purpose of the article is to determine the goals, tasks, generalization and systematization of the functions of the personnel management system as a basis for ensuring the competitiveness of agricultural enterprises in modern conditions.

The term "personnel management" was analyzed. It was established that the personnel management system ensures the acquisition, acquisition and accumulation of knowledge by employees and is the basis for their professional

implementation. It forms the prerequisites for the implementation of innovative activities, because the knowledge of employees turns into the company's own intellectual capital.

The features of personnel management, basic principles, constituent elements of the management system, goals, functions, consideration of methods of the personnel management system, and its use in order to ensure the competitiveness of the enterprise are revealed. It has been proven that various approaches, techniques, and methods can be used to implement an effective personnel management system at agricultural enterprises, based on a systematic analysis of the state of the managed object, that is, various methods, which include: administrative, economic, socio-psychological.

Peculiarities of modern methods of enterprise personnel management are considered. Personnel management is formed with the help of scientifically developed evaluation methods, which must correspond to the structure of the enterprise, the nature of the personnel's activities, the goals of the evaluation, and be simple and understandable; include 5-6 quantitative indicators, combine written and oral tasks. Measures and stages of building an effective personnel management system in agricultural enterprises that will ensure their competitiveness on the market are proposed.

Keywords: personnel, personnel management, competitiveness, agricultural enterprise, personnel management system, management efficiency, organizational process.

Постановка проблеми. Управління персоналом формує систематично-організаційний процес відтворення й ефективного використання людського потенціалу, який є основою успішного функціонування аграрного підприємства в сучасних умовах. За рахунок ефективного використання та управління персоналу, впровадження оптимальної стратегії й концепції менеджменту забезпечується конкурентоспроможність суб'єктів господарювання. Нині актуальними є питання щодо формування системи ефективного управління персоналом підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами формування теоретичних та практичних засад системи управління персоналом досліджували вчені-науковці, серед яких: Водолажська Т. О., Войчак А. В., Володін С. А., Гамаль А. М., Гудзинський О. Д., Ковальов Г. Д., Криворучко О. М., Мігус І. П., Сівашенко Т. В., Смірнов О. О., Чекамова О. І., Черненко С. А., Чикуркова, А. Д. та інші. Водночас вивчення наукових джерел та узагальнення праць дослідників вказує, що питання системи управління персоналом аграрних підприємств недостатньо досліджені. Зокрема існує необхідність розробки низки нових підходів до формування управління персоналом, що забезпечить їх конкурентоспроможність.

Метою статті є визначення цілей, завдань, узагальнення та систематизація функцій системи управління персоналом як основи забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Рушійною силою прогресу, основним стратегічним ресурсом і найбільшою цінністю підприємства незалежно від виду її діяльності та форми власності є персонал. Ефективне управління персоналом розширює можливості підприємства, виводить його на новий конкурентоспроможний рівень, забезпечує стійкий розвиток [1].

Практика діяльності сучасних підприємств дозволяє стверджувати, що прийшов той час, коли керівники розглядають персонал підприємства як важливий ресурс, без якого неможливо забезпечити ефективність та конкурентоспроможність підприємства. «Людський фактор нині стає стратегічним фактором та одним з найважливіших аспектів виживання підприємства в нестабільних умовах розвитку ринкових відносин» [9, с. 150].

Ряд науковців вважають, що управління персоналом – це комплексна прикладна наука про організаційно-економічні, адміністративно-управлінські, технологічні, правові, групові та особистісні фактори, способи та методи впливу на персонал підприємства для підвищення ефективності в досягненні його цілей [4, с. 232].

На думку Сівашенко Т. В., управління персоналом – це системно організований процес відтворення й ефективного використання всіх кадрів організації, направлений на досягнення поставленої цілі [7, с. 49].

Гамаль А. М. вважає, що «управління персоналом являє собою багатогранний і винятково складний процес, розглянутий як система, що включає ряд підсистем (маркетинг і планування, підбір і наймання, навчання, оцінка і розвиток, мотивація і стимулювання персоналу). Оскільки вся ця система здійснюється в процесі виконання певних дій, то вона припускає не тільки формування цілей і основних напрямків роботи з персоналом, але й засобів, форм, методів їхнього здійснення [2, с. 8].

Наведені твердження розкривають сутність визначення поняття «управління персоналом» як виду діяльності, спрямований на керівництво людьми з метою реалізації проєктів підприємства. При цьому максимальний акцент робиться на організаційно-економічні, адміністративно-управлінські та

соціальні фактори впливу на персонал щодо ефективної діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Система управління персоналом забезпечує надбання, отримання та акумулювання знань працівниками та є підґрунтям для їх професійної реалізації. Вона формує передумови для впровадження інноваційної діяльності, адже знання працівників перетворюються у власний інтелектуальний капітал підприємства. У сучасному світі доступними є безліч варіантів професійного розвитку працівників: від звичайного підвищення кваліфікації з відривом від виробництва до застосування популярних нині процедур коучингу та модерації.

В умовах глобалізації завданням аграрного підприємства – є забезпечення зростання конкурентоздатності в сучасних умовах господарювання. Підтримуємо думку авторів, що управління персоналом – це є діяльність підприємства, яка служить гарантією того, що організація буде розвиватись. Головною метою системи управління персоналом є забезпечення ефективної роботи з організації людських ресурсів та усунення недоліків за такими критеріями: виконавчість, задоволеність працівників, довгострокова відсутність, прогули, плинність, кількість конфліктів, кількість скарг, кількість нещасних випадків, стабільність [4].

На формування персоналу та підвищення його конкурентоспроможності з різною силою, спрямованістю та інтенсивністю впливають як внутрішні чинники, пов'язані з особливостями трудового потенціалу особистості, так і різноманітні зовнішні чинники, що діють за межами індивіда на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях. В результаті позитивного або негативного впливу тих чи інших чинників конкурентні переваги працівників стихійно або цілеспрямовано змінюються (нарошуються або зникають), приводячи до багатовекторності процес розвитку конкурентоспроможності персоналу в цілому. Виходячи з такого підходу, підвищення конкурентоспроможності персоналу розглядається в якості результуючої суми векторів від дії сукупності внутрішніх чинників (на рівні особистості) і зовнішніх чинників (поза межами індивіда) [8, с. 74].

На сучасному етапі система управління персоналом в аграрних підприємствах повинна забезпечувати ефективність роботи з організації людських ресурсів та визначатися її внеском в досягнення цілей. Виконання цілей потребує вирішення основних завдань:

–забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах невизначеності;

–диверсифікація виробництва та ринків збуту виробленої продукції, що забезпечить зростання прибутку підприємства;

–удосконалення результативності господарської діяльності підприємства, яка забезпечить достатній рівень соціальних потреб та умов життя його персоналу.

Дослідники вважають, що для виконання встановлених цілей необхідно виріши такі завдання, як:

–забезпечення потреби підприємства висококваліфікованим персоналом;

–досягнення обґрунтованого співвідношення між організаційно-технічною структурою виробничого потенціалу та структурою трудового потенціалу;

–повне та ефективне використання потенціалу працівника та виробничого потенціалу в цілому;

–забезпечення умов для високопродуктивної праці, високого рівня її організованості, вмотивованості, самодисципліни, виробітку працівника звички до взаємодії та співробітництва;

–закріплення працівника на підприємстві, формування стабільного колективу як умова окупності коштів, що тратяться на робочу силу (залучення, розвиток персоналу);

–забезпечення реалізації бажань, потреб та інтересів працівників по відношенню до змісту праці, умов праці, виду зайнятості, можливості професійно-кваліфікаційного та посадового просування;

–узгодження виробничої та соціальних задач (балансування інтересів підприємства та інтересів працівників, економічної та соціальної ефективності);

–підвищення ефективності управління персоналом, досягнення цілей управління при скорочення витрат на робочу силу [3, с. 14].

Усі ці цілі й завдання, які впливають на зростання конкурентоздатності підприємства на ринку, залежать саме від успішності системи управління персоналом.

При впровадженні на сільськогосподарських підприємствах ефективної системи управління персоналом необхідно впроваджувати заходи, які базуватимуться на системному аналізі стану об’єкта управління, тобто методи до яких відносяться: адміністративні, економічні, соціально-психологічні (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація методів управління персоналом.

Погоджуємося з думкою науковців, що управління персоналом формуються за допомогою науково розроблених методів оцінки, які мають

відповідати структурі підприємства, характеру діяльності персоналу, цілям оцінки, бути простими і зрозумілими; включати 5-6 кількісних показників, поєднувати письмові та усні завдання. Мистецтво управління людьми проявляється у тому, наскільки гнучко, доцільно, ефективно керівники використовують різноманітні методи, їхні комбінації з урахуванням конкретної виробничої ситуації [6, с. 358].

Невід'ємною складовою ефективного управління персоналом була й залишається система оцінювання працівників. Головне її завдання полягає у «визначенні його трудового потенціалу, рівня використання цього потенціалу, відповідності працівника наявним вимогам до посади (професії), міри ефективності його трудової діяльності, а отже, у визначенні цінності працівника для підприємства» [5, с. 103].

Погоджуємося з авторами, які вважають, що методи оцінки персоналу ділять на традиційні і нетрадиційні. Традиційні методи сфокусовані на окремого працівника і ґрунтуються на суб'єктивній оцінці керівника або колег. Їх недоліками є те, що оцінка дається окремому працівнику без врахування цілей організації, ґрунтується на оцінці керівника, при повному ігноруванні думки колег по роботі, підлеглих, клієнтів і т. д.; орієнтується на минуле (досягненні результати) і не враховуються довготермінові перспективи розвитку організації і працівника.

Нетрадиційні методи розглядають робочу групу (підрозділ, бригаду, колектив) і ставлять акцент на оцінку працівника його колегами, здатність працювати в групі; оцінка окремого працівника і робочої групи проводиться з урахуванням результатів всієї організації, до уваги береться не тільки успішне виконання сьогоденних функцій, а й здібності до професійного розвитку й освоєння нових професій, знань.

В цільових, планових і оперативних оцінках існуючі методи об'єднують в три групи: якісні, кількісні і комбіновані. До групи якісних методів відносять методи біографічного опису, ділової характеристики, спеціальної усної характеристики, еталону, а також метод обговорення. До групи кількісних

методів відносять всі методи з кількісною оцінкою рівня якостей працівника. Комбіновані методи – це методи експертної оцінки, тестування [5].

Для побудови ефективної системи управління персоналом в аграрних підприємствах необхідно впровадити низку необхідних заходів, які забезпечать їх конкурентоспроможність на ринку:

1. Провести відповідний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а саме: розміру та масштабів діяльності компанії; стратегії та цілей підприємства; наявність (відсутність) спеціалістів з управління персоналом; ситуації на ринку праці; кількісний та якісний склад персоналу; організаційну та корпоративну культуру підприємства; вік та життєвий цикл компанії; історію підприємства та перспективи його розвитку тощо.

2. Встановити пріоритетні завдання керівникам, щодо управління персоналом підприємства з огляду на стратегії та цілі.

3. Набір співробітників служби (підрозділу) з управління персоналом.

4. Впровадження ефективного менеджменту з управління персоналом до чинної системи управління підприємством.

Висновок: Стійке зростання конкурентоспроможності аграрного сектору економіки, як основи фінансової, економічної та соціальної безпеки країни в цілому залежить від запровадження ефективної системи управління персоналом, яка забезпечує досягнення успіху в реалізації стратегії розвитку аграрних формувань в сучасних умовах господарювання.

Список використаних джерел:

1. Володін С. А., Чекамова О. І. Теоретичні засади формування і реалізації інноваційного потенціалу в розвитку економіки. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 65-72.
2. Гамаль А. М. Управління персоналом в умовах розвитку ринкових відносин: автореф. дис. ... канд. економ. наук: 08.06.01. Донецьк, 2002. 20 с.
3. Ковальов Г. Д. Інноваційні комунікації. *Персонал*. 2000. № 8. С. 14-19.
4. Криворучко О. М., Водолажська Т. О. Управління персоналом підприємства: навч. посібник. Харків: ХНАДУ, 2016. 200 с.
5. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом: навч. посібник. 2-е вид., перероб. й доп. Київ: Кондор, 2005. 304 с.
6. Мігус І. П., Черненко С. А. Сучасні підходи до оцінки персоналу суб'єктів господарювання з позицій економічної безпеки. *Бізнес Інформ*. 2013. № 10. С. 357-363.
7. Сівашенко Т. В. Удосконалення системи управління персоналом підприємства. *Економічний аналіз*. 2012. Т. 11(3). С. 48–50.
8. Смірнов О. О. Підвищення конкурентоспроможності персоналу на основі збереження й розвитку людського потенціалу підприємств. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 71–77.

9. Чикуркова А. Д. Формування організаційної структури управління персоналом стратегічного типу. *Вісник ПДАТ*. 2010. № 4. С. 150-57.

References.

1. Volodin S. A., Chekamova O. I. (2017). Teoretychni zasady formuvannya i realizatsii innovatsiinoho potentsialu v rozvytku ekonomiky. *Ekonomika APK*, 5, 65-72 [in Ukrainian].
2. Hamal, A. M. (2002). Personnel management in the conditions of market relations development, Ph.D. Thesis, Economics, organization and management of enterprises. Donetsk [in Ukrainian].
3. Kovalov H. D. (2000). Innovatsiini komunikatsii. *Personal*, 8, 14-19 [in Ukrainian].
4. Kryvoruchko O. M., Vodolazhska T. O. (2016). *Upravlinnia personalom pidpriemstva: navch. posibnyk*. Kharkiv: KhNADU [in Ukrainian].
5. Krushelnytska O. V., Melnychuk D. P. (2005). *Upravlinnia personalom*. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
6. Mihus I. P., Chernenko S. A. (2013). Suchasni pidkhody do otsinky personalu subiektiv hospodariuvannya z pozytsii ekonomichnoi bezpeky. *Biznes Inform*, 10, 357-363 [in Ukrainian].
7. Sivashenko T. V. (2012). Udoskonalennia systemy upravlinnia personalom pidpriemstva. *Ekonomichniy analiz*, 11(3), 48–50 [in Ukrainian].
8. Smirnov O. O. (2010). Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti personalu na osnovi zberezhenia y rozvytku liudskoho potentsialu pidpriemstv. *Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauky*, 17, 71–77 [in Ukrainian].
9. Chykurkova, A. D. (2010). Formuvannya orhanizatsiynoyi struktury upravlinnya personalom stratehichnoho typu. *Visnyk PDAT*, 4, 150–157 [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-78-91

УДК 631.155:631.145

Жибак М. М., д. е. н., професор,
директор ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»
myronzh@ukr.net

Літвінов В. І., доктор філософії з економіки,
доцент кафедри економіки і менеджменту ВП НУБіП України «Бережанський
агротехнічний інститут»
vitalitvin11@gmail.com

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ І МАТЕРІАЛЬНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. В сучасних умовах підприємства аграрного сектору знаходяться у стані постійної конкуренції. Внаслідок цього для підвищення ефективності використання трудового потенціалу є важливим удосконалення механізму мотивації праці та його ефективне використання. Важливим завданням керівництва сільськогосподарських підприємств є спрямування зусиль колективу на досягнення поставлених цілей. У статті висвітлено методологічні засади визначення ефективності матеріального стимулювання персоналу в аграрній сфері економіки. Проведено аналіз основних тенденцій в галузі оплати праці, запропоновано шляхи вдосконалення механізму трудової мотивації та підвищення ефективності матеріального стимулювання. На основі здійсненого дослідження підприємств Тернопільської області було виявлено, що стимулювання трудового потенціалу застосовується в аграрному секторі залежно від умов виробництва, природно-ресурсного потенціалу господарюючих суб'єктів, особливостей виконуваних робіт тощо. Встановлено, що дослідження мотивації працівників є необхідною умовою для створення та впровадження ефективної системи трудової мотивації в сільськогосподарських підприємствах, що враховують сучасні реалії розвитку економічних процесів в аграрному секторі, різноманітні потреби персоналу, матеріальні та нематеріальні методи стимулювання, створюють умови для ефективної роботи працівників конкретного господарюючого суб'єкта. Диференціація стимулів за певними групами персоналу дозволяє проводити різні види організаційних змін, залучати високопрофесійних фахівців, сприяє досягненню працівниками якнайкращих результатів.

Ключові слова: трудовий потенціал, мотивація, ефективність, підприємство, продуктивність праці.

JEL code classification: M5

Zhybak M. M.,
Doctor of Economic Sciences, Professor
Director of SS NULES of Ukraine "Berezhany Agrotechnical Institute"
myronzh@ukr.net

Litvinov V. I., PhD in Economics,
Assistant Professor of the Department of Economics and Management of SS NULES of Ukraine "Berezhany
Agrotechnical Institute"
vitalitvin11@gmail.com

EFFICIENT USE AND FINANCIAL INCENTIVES OF LABOUR POTENTIAL AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

Summary. Under current conditions, enterprises of an agricultural sector are in the state of constant competition. As a result, it is important to improve the mechanism of work motivation in order to increase the efficiency of the use of labour potential. An important task of an agricultural enterprise management is to direct the team efforts towards achieving the set objectives. The paper covers methodological principles of the determination of the efficiency of financial incentives for the staff of agricultural enterprises. The main salary tendencies have been analyzed and the ways of improving the mechanism of labour motivation and increasing the efficiency of financial incentives have been suggested. Having conducted the research on the enterprises in Ternopil region, it has been determined that financial incentives for labour potential in the agricultural sector are applied according to production conditions, natural and resource potential of business entities, peculiarities of the tasks performed etc. It has been determined that research on staff motivation is a necessary condition for creating and implementing an effective labour motivation at agricultural enterprises, taking into account current realities of the development of economic processes in an agricultural sector, various needs of the staff, material and non-material methods of stimulation creating conditions for the effective work performance of the staff of a certain business entity. Differentiation of incentives according to certain staff groups

allows to conduct various types of organization changes, attract highly qualified specialists and contribute to better task achievements.

Key words: labour potential, motivation, efficiency, enterprise, labour productivity.

Постановка проблеми. Система трудової мотивації в сільськогосподарських підприємствах вирішує різноманітні завдання, що постають у сучасних ринкових умовах господарювання. Для досягнення високих результатів діяльності підприємств ця система потребує чіткого аналізу та контролю для своєчасного виявлення відхилень показників як мотиваційного характеру, так і показників господарської діяльності підприємства.

Одним з основних завдань економічної науки є дослідження ефективності використання і матеріального стимулювання трудового потенціалу в сільськогосподарських підприємствах. Основою формування матеріального стимулювання сільськогосподарських підприємств є заробітна плата. Тому саме напрями вдосконалення організації оплати праці суттєво впливають на показники ефективності матеріального стимулювання працівників і ефективності діяльності підприємства загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми матеріального стимулювання трудової діяльності проводили такі відомі вчені, як С. Бандура, Г. Бекер, Д. Богиня, М. Ведерников, О. Витвицька, В. Гончаров, А. Гриненко, О. Гудзинський, В. Данюк, О. Єрмаков, А.Колот, Т.Костишина, С. Судомир, А.Чикуркова тощо.

У працях цих науковців проведено глибокі дослідження теоретико-методологічних основ визначення та оцінки мотивації праці, запропоновано різні способи підвищення ефективності матеріального стимулювання трудового потенціалу підприємств, у тому числі і сільськогосподарських.

Мета статті. Метою статті є опрацювання методологічних засад ефективності матеріального стимулювання трудового потенціалу, що передбачає визначення та аналіз показників продуктивності праці, показників ефективності використання трудового потенціалу, показників оцінки

ефективності матеріального стимулювання праці в сільськогосподарських підприємствах.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку економіки України помітно, що ефективна фінансова діяльність підприємства неможлива без раціонального й економічно обґрунтованого підходу до планування своєї діяльності, визначення стратегії збільшення доходів, аналізу та оцінки отриманих результатів. Доходи підприємства є основним джерелом доходів працівників, відшкодування матеріальних витрат, розширеного відтворення виробничої діяльності. Величина доходів та результатів виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств залежить від багатьох чинників, основними з яких виділено наявність та ефективність матеріальних, фінансових і людських ресурсів. Використання цих ресурсів взаємопов'язане, тому для розкриття теми мотивації персоналу необхідно провести характеристику економічного стану сільськогосподарських підприємств досліджуваного регіону. Аграрний сектор має надзвичайно важливе значення для соціально-економічного стану області.

У сучасних умовах господарювання в аграрній сфері економіки України особливе місце посідають питання забезпечення трудовими ресурсами, а також їх ефективного використання. Це зумовлено тим, що в українському суспільстві останнім часом відбулися істотні зміни, які призвели до погіршення демографічної ситуації, вимирання сіл і погіршення якості життя сільських мешканців. Тому стратегічного значення для ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств у нестабільних умовах розвитку ринкових відносин набуває людський фактор [7, с. 53].

На території Тернопільської області налічується 1082 сільськогосподарських підприємства. З них 185 – господарських товариств, 225 приватних підприємств, 603 – фермерських господарств, 4 державних підприємств, 62 – підприємств інших форм господарювання, 3 – виробничих кооперативів.

Формування трудових ресурсів у сільському господарстві Тернопільської області залежить від багатьох чинників. На нашу думку найважливішими з них

є значне скорочення робочих місць саме в сільськогосподарських підприємствах та низький рівень заробітної плати порівняно з іншими галузями та країнами. Можливість працювати й одержувати вищу заробітну плату за кордоном стала причиною значного відтоку робочої сили із села. Створення великих корпорацій зумовило застосування новітньої сільськогосподарської техніки, а також непропорційний розвиток галузі рослинництва у порівнянні з тваринництвом не сприяли появі нових робочих місць. Ці чинники призводять до стабільного скорочення трудового потенціалу в сільськогосподарських підприємствах області.

Оцінювання ефективного використання трудових ресурсів можливе лише при проведенні аналізу господарської діяльності, що ґрунтується на загальнотеоретичних діалектичних положеннях [8].

Трудові ресурси підприємств аграрного сектору регіону формуються за рахунок сільського населення. Соціально-економічний розвиток аграрних підприємств значною мірою визначається якісними характеристиками й результативним використанням кадрового потенціалу. Сучасний механізм формування та ефективного використання трудових ресурсів в аграрному секторі зумовлюється динамікою подій на державному рівні та на рівні підприємств.

Враховуючи практичну цінність і об'єктивну необхідність визначення трудового потенціалу авторами [15] зроблена спроба обґрунтувати механізм оцінки і визначення його кількісних параметрів. Підтримуємо авторів [15], що трудовий потенціал необхідно розглядати через «людський чинник», як потенціал трудових ресурсів, потенціал робочої сили, особистий трудовий потенціал, потенціал людського капіталу, інтелектуальний потенціал та ін. Такий підхід, дозволить виявити загальне, особливе, специфічне і одиничне в названих потенціалів.

Потенціал робочої сили слід тісно ув'язувати з продуктивністю праці. Оскільки продуктивність праці виступає як функція продуктивної сили праці, тому підтримуємо авторів [15], що трудовий потенціал необхідно розглядати

через критерії продуктивної сили праці. Систему критеріїв ми визначаємо з узагальнення теоретичних положень, які викладені в працях економістів. На кожному етапі розвитку суспільства, економіки необхідно чітко обґрунтувати пріоритети напрямів вдосконалення. При певних рівнях розвитку пріоритетним є процес праці, при інших – засоби виробництва та ін.

У теперішній час ставиться питання розвитку людського чинника. Останній повинен здійснюватися в двох напрямках; розвитку людини як особи; розвитку людини як головної продуктивної сили через її інтелект, інтелектуальний потенціал.

Такий підхід дозволить оптимізувати потенціал робочої сили з позиції єдності розвитку суспільства, людини, економіки і змінити відношення суб'єктів до праці. В зв'язку з цим за доцільне на рівні підприємства, району розробляти цільові програми «Праця», в яких виділяти такі розділи як: потенціал трудових ресурсів; інтелектуальний потенціал; особистий трудовий потенціал; управління демографією розвитком інтелектуальним потенціалом; умови, що забезпечують високий потенціал трудових ресурсів людського капіталу, та робочої сили; особистий трудовий та інтелектуальний потенціал [15].

Їх розробка дозволить не лише обґрунтувати трудовий потенціал, але і створити механізм управління активізацією людського чинника. В процесі розробки даної цільової програми, і перш за все особистого трудового потенціалу, необхідно людини як головну продуктивну силу розглядати через їх складові елементи і діяльні функції: фізичний потенціал працездатності людини; кваліфікаційний потенціал людини; людини в системі суспільних стосунків [15].

У 2021 р. на одного працівника сільськогосподарських підприємств було вироблено валової продукції на суму 626,7 тис грн. Таке збільшення відбулося внаслідок зростання показника виробленої валової продукції до 11544,2 тис грн, що на 4809,8 тис грн більше ніж у 2019 р. В той же час кількість штатних працівників також зросла з 8756 до 10691 осіб (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах
Тернопільської області протягом 2019-2021 рр.**

Показники	2019	2020	2021	2021 р. до 2019р., +/-
Динаміка облікової кількості штатних працівників, осіб	8756	10376	10691	1935
Середньомісячна заробітна плата штатних працівників в сільському господарстві, грн	11367	12518	14440	3073
Вироблено валової продукції (по собівартості), млн. грн	6734,4	10456,7	11544,2	4809,8
Використання робочого часу працівників с-г у розрахунку на одного штатного працівника, год	1765	1677	1723	-42
Затрати праці, тис. год	15454,34	17400,55	18420,59	2966,25
Показник продуктивності праці, грн/год.	435,76	600,94	626,7	190,94
Трудомісткість продукції, год./тис. грн	2,29	1,66	1,60	-0,7

Джерело: сформовано авторами на основі [12; 13; 14].

Підвищилися також показники операційного прибутку з розрахунку на одного працівника та на 1 га посівних площ. У 2021 р. 84% сільськогосподарських підприємств Тернопільської області одержали операційний прибуток і, відповідно, 16 % підприємств були збитковими.

Таблиця 2

**Показники ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств
у Тернопільській області протягом 2019-2021 рр.**

Показники	2019	2020	2021	2021 р. до 2019р., +/-
Вироблено валової продукції (по собівартості), млн.грн	6734,4	10456,7	11544,2	4809,8
Посівні площі сільськогосподарських підприємств, га	567877,1	575518,45	592784	24906,9
Посівні площі сільськогосподарських культур у всіх категоріях господарств, тис.га	836,2	841	848,7	12,5
Вироблено валової продукції в розрахунку на 1 штатного працівника, тис. грн	769,12	1007,78	1079,81	310,69
Вироблено валової продукції в розрахунку на 1 га посівної площі, тис. грн	11,86	18,17	19,47	7,62
Прибуток(збиток) від операційної діяльності, млн.грн	867,95	1410,17	1809,49	941,54
Одержано операційного прибутку в розрахунку на 1га, тис.грн	1,53	2,45	3,05	1,52
Рівень рентабельності (збитковості) операційної діяльності, %	13,2	18,1	16,4	3,2

Джерело: сформовано авторами на основі [12; 13; 14].

Аналіз динаміки ефективності використання кадрового потенціалу свідчить, що в 2021 р. порівняно з 2019 р. зріс рівень усіх показників: сума виробленої продукції – на 4809,8 тис. грн, чистого доходу від реалізації – на 5399,64 тис. грн, прибутку від операційної діяльності – на 941,54 тис. грн. (табл. 3).

Таблиця 3

Показники ефективності використання трудового потенціалу в сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області протягом 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	2021 р. до 2019р., +/-
Динаміка облікової кількості штатних працівників, осіб	8756	10376	10691	1935
Середньомісячна заробітна плата штатних працівників в сільському господарстві, грн	11367	12518	14440	3073
Річний фонд оплати праці, млн.грн	1457,11	1901,54	2260,09	802,98
Вироблено валової продукції (по собівартості), млн.грн	6734,40	10456,70	11544,20	4809,80
Чистий дохід від реалізації продукції сільськогосподарськими підприємствами, млн.грн	7443,31	9201,19	12842,96	5399,64
Собівартість реалізованої продукції, млн.грн	6575,37	7791,02	11033,47	4458,1
Прибуток(збиток) від операційної діяльності, млн.грн	867,95	1410,17	1809,49	941,54
Одержано операційного прибутку на 1-го працівника, тис.грн	99,13	135,91	169,25	70,13
Одержано доходу від реалізації на 1-го працівника, тис. грн	850,1	886,8	1201,3	351,2

Джерело: сформовано авторами на основі [12; 13; 14].

Аналіз використання трудового потенціалу дозволяє виявити й усунути недоліки в діяльності підприємства, їх причини, розробити напрями підвищення ефективності праці та роботи підприємства в цілому.

Таблиця 4

Методика оцінки ефективності матеріального стимулювання праці

Показники	Формула розрахунку	Умовні позначення
Зарплатовіддача	$ZB = \frac{Q}{3П}$	3П - заробітна плата працівників; Q - обсяг товарної продукції; ЗВ – зарплатовіддача
Частка (вага) заробітної плати в загальній сумі витрат, %	$Yz = \frac{3П}{B} * 100$	Yz - частка заробітної плати в загальній сумі витрат виробництва; B - витрати виробництва
Частка (вага) заробітної плати в обсязі товарної продукції, %	$Ym = \frac{3П}{Q} * 100$	Ym - частка вага заробітної плати в обсязі товарної продукції
Рівень рентабельності заробітної плати, %	$Pz = \frac{\Pi}{3П} * 100$	Pz - рентабельність заробітної плати; Π - прибуток підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [4; 6; 10].

Методику визначення ефективності заробітної плати передбачає розрахунок цього показника як відношення створеного продукту (результату, ефекту) до визначеної на його виробництво заробітної плати, тобто зарплатовіддачу. Така методика аналізу ефективності заробітної плати не дає змогу повною мірою виявити власний ефект оплати праці, тому що вона враховує не тільки витрати на оплату праці, але й витрати, пов'язані із використанням засобів і предметів праці. Проте цей показник можна використати для порівняння ефективності заробітної плати в підприємствах і у виробничих підрозділах, що характеризуються аналогічними технологіями й умовами праці (табл. 5).

Таблиця 5

Показники оцінки ефективності матеріального стимулювання праці в сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області протягом 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	2021 р. до 2019р., +/-
Середньомісячна заробітна плата штатних працівників в сільському господарстві, грн	11367	12518	14440	3073
Зарплатовіддача	5,1	4,8	5,7	0,6
Частка заробітної плати в загальній сумі витрат, %	21,64	18,18	19,58	-2,06
Частка заробітної плати в обсязі чистого доходу від реалізації продукції, %	19,58	20,67	17,60	-1,98
Рівень рентабельності заробітної плати, %	59,6	74,2	80,1	20,5

Джерело: сформовано авторами на основі [12; 13; 14].

Аналіз даних табл.5 свідчить, що середньомісячна заробітна плата штатних працівників сільському господарстві протягом 2019-2021 рр. зросла

на 3073 грн. Коефіцієнт зарплатовіддачі в 2021 році становив 5.7, рівень рентабельності заробітної плати – 80,1%. Питома вага заробітної плати в загальній сумі витрат протягом останніх трьох років знизилася на 2,06%, а в обсязі чистого доходу від реалізації – на 1,98%.

Мотивація трудової діяльності поєднує в собі економічну та соціальну сутність. Немотивований працівник не реалізує свою продуктивну силу повною мірою, у зв'язку з чим не додає продукції або послуг, продуктивність праці залишається низькою. Економіка підприємства, як і національна, залежить не лише від технічного та комп'ютерного оснащення, наявності матеріальних та енергетичних ресурсів, а й від працівників, які ці ресурси виготовляють та використовують. У цьому й полягає економічна сутність мотивації персоналу. Соціальна складова цієї сутності передбачає самореалізацію людини, яка за відсутності мотивів до праці втрачає задоволення від трудової діяльності. Система трудової мотивації – це економічні та суспільні відносини між працівниками (суб'єктами), роботодавцями (об'єктами) та державою, направлені на задоволення потреб працюючих. Основне завдання керівництва підприємств полягає в тому, щоб створити таку систему трудової мотивації, яка б забезпечувала ефективне використання робочої сили й максимальну рентабельність виробництва[4]. Задоволення потреб працівників забезпечується за допомогою матеріальних та нематеріальних факторів.

На нашу думку, головну роль у системі мотивації відіграють саме матеріальні фактори, зокрема: основна та додаткова заробітна плата, премії, надбавки, виплати за земельними та майновими паями, участь у прибутках, матеріальна допомога, інші виплати та пільги. Перераховані виплати здійснюються за рахунок частини витрат та чистого прибутку, тобто робітники одержують ці кошти безпосередньо із доходів підприємства. У суспільстві завжди діє складна система мотивації трудової діяльності, котра, з одного боку, містить велику кількість факторів, що визначають активність людини, з іншого – вона неоднозначно діє на окремих людей. Система мотивації включає в себе ланки, набір основних мотивів і відповідні варіанти поведінкових реакцій на

вказані мотиви. Найбільш стійкою та оптимальною є система мотивацій, яка базується на особистих, колективних і суспільних інтересах працівників підприємства. У цій системі трудової мотивації враховуються не тільки колективні (престиж підприємства, підвищення конкурентоспроможності, вирішення соціальних, трудових та екологічних проблем) та особисті (зростання доходів працівника, повага в колективі, можливість кар'єрного росту, підвищення кваліфікації і т. ін.), але і суспільні інтереси (виробництво якісної, ефективної та доступної за ціною продукції) [15].

Основне значення системи мотивації полягає в тому, щоб стимулювати виробничу поведінку працівників підприємства, направивши її на досягнення поставлених перед ним стратегічних завдань. Отже, з'єднати матеріальні інтереси працівників зі стратегічними завданнями підприємства [3, с. 5]. Стимулювання праці робітників базується на тому принципі, що методом грошової мотивації сукупно з іншими формами визнання трудових досягнень працівників можливо забезпечити найбільш бажані результати для підприємства [5].

У країнах з розвинутою економікою найманий працівник має змогу вибрати оптимальне для нього робоче місце (залежно від умов праці, професійної спрямованості, форми та розмірів оплати, рівня кваліфікації). Він виконує важливу соціальну функцію – сприяє добору складнішої, вище оплачуваної, престижної роботи залежно від розвитку особистих здібностей і ділових якостей, професійної майстерності найманих працівників [8].

Розглянемо основні матеріальні фактори систем трудової мотивації як сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства (організації). Забезпеченню матеріального задоволення працівників може також слугувати виплата дивідендів. Серед економічних факторів мотивації важливе значення має оплата праці, яка належить до найважливіших інструментів мотиваційного механізму. Це зумовлюється тим, що, незважаючи на прояв певних негативні явищ у матеріальному

стимулюванні, оплата праці все ж залишається одним з основних джерел грошових доходів працівників. Система оплати праці поєднує основну, додаткову оплату праці та заохочувальну, які забезпечують оптимальне співвідношення між кількістю та якістю вкладеної праці та її оплатою, що у свою чергу, спонукає персонал до підвищення рівня трудової діяльності. Основна оплата праці – це винагорода, яка нараховується за тарифними ставками, посадовими окладами, з урахуванням виробленої продукції, її кількості та якості. Додаткова оплата застосовується поряд з основною з метою підвищення матеріальної зацікавленості працівників у збільшенні виробництва продукції та зростання результатів діяльності підприємства.

На основі даних табл. 6 розглянемо структуру фонду оплати праці в сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області за 2019-2021 роки. Фонд оплати праці в сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області за 2019-2021 рр. збільшився на 802,98 млн грн і становив у 2021 р. 2260,09 млн грн. Основну частку цієї суми складає основна заробітна плата – 1905,26 млн грн., або 84,3% від загального фонду оплати праці, фонд додаткової заробітної плати – 354,83 млн. грн., що становить 15,7% відповідно.

Таблиця 6

Розподіл фонду оплати праці в сільськогосподарських підприємствах Тернопільської області протягом 2021-2019 рр.

Показники	2019	2020	2021	2021 р. до 2019р., +/-
Динаміка облікової кількості штатних працівників, осіб	8756	10376	10691	1935
Середньомісячна заробітна плата штатних працівників в сільському господарстві, грн	11367	12518	14440	3073
Річний фонд оплати праці, млн.грн	1457,11	1901,54	2260,09	802,98
Фонд основної заробітної плати, млн.грн	1272,06	1561,17	1905,26	633,2
Частка до загального фонду оплати праці, %	87,3	82,1	84,3	-3
Фонд додаткової заробітної плати, млн.грн	185,05	340,38	354,83	169,78
Частка до загального фонду оплати праці, %	12,7	17,9	15,7	3

Джерело: сформовано авторами на основі [11; 12; 13].

Основною та найбільшою складовою фонду споживання є фонд оплати праці. Його розмір може визначатися кількома способами.

До засобів матеріального стимулювання слід віднести участь у пайовому капіталі, що дає право на одержання частини прибутку підприємства. Окремо потрібно виділити орендну плату за користування земельними та майновими паями. Досить часто власники паїв працюють у тих самих господарствах і орендна плата, розмір якої може залежати від результатів діяльності, є суттєвим матеріальним стимулом.

Стимулюючі функції в оплаті праці виконують і колективні договори, котрі формують паритет інтересів власників і найманих працівників сільськогосподарських підприємств.

У межах компетенції менеджменту сільськогосподарських підприємств залишаються такі інструменти побудови ефективної системи стимулювання праці, як встановлення залежності оплати праці від її результатів, раціональний розподіл фонду заробітної плати (опираючись на зарубіжний досвід, частка основної тарифної заробітної плати у середньому має бути не менше ніж 70 %), створення ефективної системи преміювання всіх категорій працівників, особливо в такій трудомісткій галузі аграрного виробництва [9].

Висновки. При оцінюванні ефективності матеріального стимулювання трудових ресурсів в аграрних формуваннях необхідно, в першу чергу, провести аналіз формування та використання фонду заробітної плати, а також визначати взаємозв'язок між збільшенням витрат на матеріальне стимулювання працівників і зростанням продуктивності праці, вартості валової продукції, результатів діяльності підприємства.

У сучасних умовах розвитку аграрного сектору економіки України важливого значення набуває проблема мотивації праці в сільськогосподарських підприємствах. Серед економічних факторів мотивації слід виділити матеріальні, зокрема оплату праці, яка розглядається як один із важливих інструментів мотиваційного механізму. Оплата праці залишається одним з основних джерел грошових доходів працівників, що доводить проведений

аналіз фонду оплати праці в досліджуваній області. При аналізі трудової мотивації слід застосовувати відповідні узагальнені та систематизовані групи показників, а також оцінки рівня трудової мотивації, й не тільки матеріальні, але і соціальні та психологічні. Необхідно розробити таку систему мотивації праці, яка б забезпечила одержання належних доходів працівників, але водночас спрямована на підвищення ефективності та максимізацію прибутку підприємств. Вдале поєднання різноманітних факторів мотивації дасть можливість активізувати роботу працівників сільськогосподарських підприємств, підвищити їхній інтерес до праці, що сприятиме самовдосконаленню і самореалізації зайнятих у виробництві, а також вплине на ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. O. Yermakov, V. Litvinov Conceptual principles of effective labor motivation as a premise of competitive functioning of agricultural enterprises.
2. S. Sudomyr, V. Niziaieva, L. Lutay, L. Prodanov et. al. (only 6 people). Methods And Techniques Of Motivation Of Subjects Of Regional Economy For Innovative Improvement. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2020. Vol. 9, iss. 03. P. 1196–1200.
3. O. Hudzyns'kyi, S. Sudomyr, Yu. Hudzyns'ka, M. Zhukovs'kyi. Intellectual and Creative Management Potential of Business Social and Economic Systems. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. 2019. Vol. 8, iss. 3. P. 150–154.
4. Богуцький О. Чинники мотивації праці. *Україна: аспекти праці*. 2008. № 6. С. 3–7.
1. Гайдучий П. Зростання економіки і добробуту людей: пошук оптимальних пропорцій. *Урядовий кур'єр*. 2007. № 66 (13 квіт.).
5. Денисенко І. А. Соціально-економічні умови розвитку сільських районів та удосконалення чинників мотивації праці. *Вісник Львівського державного аграрного університету. Економіка АПК*. 2006. № 13. С. 612–615.
6. Єрмаков О. Ю., Величко О. В. Формування і ефективність використання трудових ресурсів у сільськогосподарських підприємствах : монографія. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 233 с.
7. Жибак М. М. Розвиток трудового потенціалу села західного регіону України : монографія. Тернопіль : Видавництво Астон, 2010. 336 с.
8. Жибак М. М., Літвінов В. І. Стан та шляхи удосконалення мотивації праці в аграрних підприємствах. *Агросвіт*. 2017. № 5. С. 10–14.
9. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник. Київ : КНЕУ, 2005. 337 с.
10. Кравченко М. А. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2010. № 5. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/> (дата звернення 26.02.2023).
11. Статистичний щорічник Тернопільської області за 2019 рік / за ред. А. А. Чорного, відп. за випуск Наталія Дідуник, Руслан Козар; Головне управління статистики у Тернопільській області. Тернопіль, 2020. . 387 с.
12. Статистичний щорічник Тернопільської області за 2020 рік / за ред. А. А. Чорного, відп. за випуск Наталія Дідуник, Руслан Козар; Головне управління статистики у Тернопільській області. Тернопіль, 2021. 366 с.
13. Статистичний щорічник Тернопільської області за 2018 рік / за ред. А. А. Чорного, відп. за випуск Наталія Дідуник, Руслан Козар, Андрій Криський; Головне управління статистики у Тернопільській області. Тернопіль, 2022. 336 с.
14. Червінська Л. П. Мотивація трудової діяльності в аграрній сфері: монографія. Київ : ПАРАПАН, 2003. 322 с.
15. Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія. Київ: ІПК ДСЗУ, 2010. 212 с.

References

1. O. Yermakov, V. Litvinov. Conceptual principles of effective labor motivation as a premise of competitive functioning of agricultural enterprises.
2. S. Sudomyr, V. Niziaieva, L. Lutay, L. Prodanov et. al. (only 6 people). (2020). Methods And Techniques Of Motivation Of Subjects Of Regional Economy For Innovative Improvement. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9, 03, 1196–1200.
3. O. Hudzyns'kyi, S. Sudomyr, Yu. Hudzyns'ka, M. Zhukovs'kyi. (2019). Intellectual and Creative Management Potential of Business Social and Economic Systems. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8, 3C, 150–154.
4. Bogucz'kyj O. (2008). Chy'nny'ky` moty`vaciyi praci. *Ukrayina: aspekty` praci*, 6, 3–7 [in Ukrainian].
5. Gajducz'kyj P. (2007). Zrostannya ekonomiky` i dobrobutu lyudej: poshuk opty`mal'ny`x proporcij. *Uryadovyj kur'yer*, 66(13 kvit.) [in Ukrainian].
6. Deny'senko I. A. (2006). Social'no-ekonomichni umovy` rozvy`tku sil`s'ky`x rajoniv ta udoskonalennya chy'nny`-kiv moty`vaciyi praci. *Visnyk L`vivs`kogo derzhavnogo agrarnogo universy`tetu. Ekonomika APK*, 13, 612–615 [in Ukrainian].
7. Yermakov O. Yu., Vely`chko O. V. (2010). Formuvannya i efekty`vnist` vy`kory`stannya trudovy`x resursiv u sil`s`kogospodars`ky`x pidpry`yemstvax : monografiya. Ky`yiv : Centr uchbovoyi literatury [in Ukrainian].
8. Zhy`bak M. M. (2010). Rozvy`tok trudovogo potencialu sela zaxidnogo regionu Ukrayiny` : monografiya. Ternopil` : Vy`davny`cztvo Aston [in Ukrainian].
9. Zhy`bak M. M., Litvinov V. I. (2017). Stan ta shlyaxy` udoskonalennya moty`vaciyi praci v agrarny`x pidpry`yemst-vax. *Agrosvit*, 5, 10–14 [in Ukrainian].
10. Kolot A. M. (2005). Moty`vaciya personalu : pidruchny`k. Ky`yiv : KNEU [in Ukrainian].
11. Kravchenko M. A. (2010). Analiz efekty`vnosti vy`kory`stannya trudovy`x resursiv na pidpry`yemstvi. *Efekty`vna ekonomika*, 5. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/> [in Ukrainian].
12. Staty`sty`chny`j shhorichny`k Ternopil`s`koyi oblasti za 2019 rik / za red.. A. A. Chornogo, vidp. za vy`pusk Nataliya Diduny`k, Ruslan Kozar; Golovne upravlinnya staty`sty`ky` u Ternopil`s`kij oblasti. Ternopil` [in Ukrainian].
13. Staty`sty`chny`j shhorichny`k Ternopil`s`koyi oblasti za 2020 rik / za red.. A. A. Chornogo, vidp. za vy`pusk Nataliya Diduny`k, Ruslan Kozar; Golovne upravlinnya staty`sty`ky` u Ternopil`s`kij oblasti. Ternopil` [in Ukrainian].
14. Staty`sty`chny`j shhorichny`k Ternopil`s`koyi oblasti za 2018 rik / za red.. A. A. Chornogo, vidp. za vy`pusk Nataliya Diduny`k, Ruslan Kozar, Andriy Kry`s`kiv; Golovne upravlinnya staty`sty`ky` u Ternopil`s`kij oblasti. Ternopil` [in Ukrainian].
15. Chervins`ka, L. P. (2003). Moty`vaciya trudovoyi diyal`nosti v agrarnij sferi: monografiya. Ky`yiv : PARAPAN [in Ukrainian].
16. Gudzy`ns`kyj O. D., Sudomyr S. M., Gurenko T. O. (2010). Upravlinnya formuvannyam konkurentospromozhnogo potencialu pidpry`yemstv (teorety`ko-metodologichny`j aspekt): monografiya. Kyiv: IPK DSZU [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-92-105

УДК 339.138:004

*Морозов Д. М., к. т. н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»
ajax3101@gmail.com*

*Домашенко С. В., к. ф.-м. н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»
domashenko-sv@ukr.net*

*Гнездовський О. В., старший викладач
Національний університет «Запорізька політехніка»
gnezdovskiy.alexey@gmail.com*

ЕВОЛЮЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Анотація – стаття присвячена вивченню інструментів інтернет-маркетингу та їх впливу на маркетингову діяльність компанії. Розглянуто переваги та недоліки використання нових інструментів інтернет-маркетингу для компаній. Наведено матрицю еволюції інтернет-маркетингу, яка відображає послідовні зміни у взаємодії людини з електронним світом. Сформовано позицію щодо інтернет-маркетингу в малому бізнесі.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, інтернет-інструменти, розвиток інтернет-маркетингу, блог, цифрова мережа, інформаційно-комунікаційні технології, таргетована реклама.

JEL Classification: L86, M31

*Morozov D., Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»*

*Domashenko S., Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»*

*Hniezdovskyi O., Senior Lecturer
National University «Zaporizhzhia Polytechnic»*

EVOLUTION OF INTERNET MARKETING TOOLS

Abstract - the article is dedicated to the development of internet-marketing tools. The development of information and communication technologies has led to an increase of their role not only in the lives of consumers, but also in marketing activities, in the form of multi-channel interaction with customers. E-marketing can be thought of as any marketing activity that uses electronic interactive tools in combination with data on customer's behavior and characteristics. Digital marketing can use traditional marketing tools, or it can use only virtual ones. Internet-marketing has a priority goal - maximizing the effect of the potential audience of the Internet network. Studying the evolution of internet-marketing allows marketers to understand what tools were popular in the past and why, how they evolved, and how those changes have affected the way marketing is done today. In addition, studying the evolution of internet-marketing helps marketers anticipate future trends and plan their marketing strategies accordingly.

The article discusses new digital marketing tools (a blog, mobile business applications, fan pages, bots and more). This article describes the advantages and disadvantages of using new internet-marketing tools for companies. The relationship between traditional and new internet-marketing tools is presented. The article depicts the matrix of the Internet marketing's evolution, that represents the gradual changes in the people's interaction with the digital world. The article describes the influence of internet-marketing tools on the marketing strategies of a small company.

Keywords: internet marketing, internet tools, development of internet marketing, blog, digital network, information and communication technologies, targeted advertising.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призвів до підвищення їх ролі не тільки у житті споживачів, а й у

маркетинговій діяльності, у вигляді багатоканальної взаємодії з клієнтами. Цифровий маркетинг використовує безліч складових традиційного маркетингу. Інтернет-маркетинг має пріоритетну мету – максимізація ефекту від потенційної аудиторії Інтернет мережі. До базових переваг онлайн-маркетингу можна віднести інтерактивність, максимально точний таргетинг та «постклік»-аналіз із стрімким підвищенням ROI рекламної кампанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інструментів інтернет-маркетингу є важливою темою для українських авторів, оскільки цей ринок постійно розвивається і змінюється. Зазначені дослідження охоплюють різні аспекти інтернет-маркетингу, від теоретичних основ до практичних аспектів використання інструментів. Цим питанням присвячені роботи як іноземних авторів, серед яких можна виокремити Котлера Ф., Хартмана А., Хенсона У., Еванса Дж., так і сучасних українських науковців - Денисенко Н.А., Шевченко А.В., Синиціну Ю., Федоренка В. та інших [1-11].

Так, наприклад, автори Пономаренко В.А. та Шевченко О.І. в своїй статті "Еволюція інструментів інтернет-маркетингу: від SEO до соціальних мереж" досліджують еволюцію інструментів інтернет-маркетингу з моменту виникнення пошукових систем до сучасних соціальних мереж, визначають та аналізують різні етапи еволюції інтернет-маркетингу, включаючи розкрутку сайтів за допомогою SEO, контекстну рекламу, маркетинг електронної пошти, рекламу в соціальних мережах та інші інструменти [3].

Кравченко І. М. досліджує еволюцію інтернет-маркетингу в Україні з моменту початку його розвитку до сьогодення. Також у її роботах висвітлюються особливості використання інтернет-маркетингу українськими компаніями та виклики, з якими вони стикалися [7]. Але не тільки науковці приділяють увагу вивченню цього питання, а й люди, які безпосередньо використовують ці знання на практиці щодня. Так, наприклад, Федоренко В., який є власником маркетингової агенції та тренером з інтернет-маркетингу для українських підприємств, написав книгу "Інтернет-маркетинг. Збільшення продажів та збуту через Інтернет", в якій розглядає основні аспекти інтернет-

маркетингу, від стратегії до конкретних інструментів і прикладів успішної практики [8].

Вивчення еволюції інтернет-маркетингу дозволяє маркетологам розуміти, які інструменти були популярними у минулому та чому, як вони еволюціонували, і як ці зміни зараз вплинули на способи маркетингу. Крім того, вивчення еволюції інтернет-маркетингу допомагає маркетологам передбачати майбутні тренди та планувати свої маркетингові стратегії відповідно до них.

Мета статті – виявити та описати нові інструменти інтернет-маркетингу (блог компанії, мобільне програмне забезпечення, чат-боти в месенджерах, шаблонізоване листування в особистих повідомленнях, фан-сторінки), які використовуються комерційними структурами при взаємодії з клієнтами.

Виклад основного матеріалу. Динамічний розвиток всесвітньої глобальної цифрової мережі змушує компанії з різних секторів економіки дедалі частіше використовувати інтернет-маркетинг у своїй діяльності. Сьогодні складно знайти організацію, яка не використовує інформаційні технології. Електронний маркетинг можна уявити, як будь-яку маркетингову діяльність, що використовує електронні інтерактивні інструменти (веб-сайти, електронна пошта, інтерактивне телебачення та мобільний зв'язок) у поєднанні з даними щодо поведінки клієнтів та їх характеристиками. Цифровий маркетинг може використовувати традиційні маркетингові інструменти, а може користуватися лише віртуальними. До нових інструментів цифрового маркетингу можна віднести:

1. Блог організації у вигляді влогу, аудіологу та фотоблогу, де записи (у вигляді текстової інформації, фотографій, анімованих рішень та відео демонстрацій) представлені у хронологічному порядку з можливістю їх коментування. Блог може бути частиною веб-сайту компанії та показувати приклади використання товарів, надавати інструкції та професійні поради, а також іншу цінну для клієнтів інформацію. Якість звуку і якість відео

впливають на перегляд незначно, головним є інтерес аудиторії до контенту, що демонструється.

2. Сьогодні в полі «e-mail» клієнти часто вводять безглуздий набір символів, тому що не читають, та не пишуть електронних листів, та не хочуть, щоб їм надсилали корпоративні новини. Тому листування в особистих повідомленнях у соціальних мережах або на дошках безкоштовних оголошень як нова форма прямого інтерактивного маркетингу (презентація товарів та послуг, стимулювання їх купівлі, розсилка інформаційних бюлетенів, надання купонів на знижки, інформування про розпродаж) вважається одним з найбільш ефективних «китів» з погляду довічної цінності клієнтів.

3. Мобільне програмне забезпечення (бізнес-додатки), що дає можливість здійснення платежів, зчитування QR-кодів, забезпечення віртуального тестування та віддаленого керування продуктами, здійснення замовлення або бронювання. До основного завдання бізнес-додатків належить максимальне охоплення та залучення клієнтів, а також скорочення термінів пошуку та обробки інформації, економія матеріальних та людських ресурсів та автоматизація типових дій у рамках виконання стандартних бізнес-процесів. Користувачі мають можливість замовляти різні товари або послуги, залишати рейтингові оцінки та відгуки, дізнаватися про акції або знижки, отримувати кешбек (бонуси). У сучасних умовах найбільший попит серед користувачів мають мобільні додатки з доставки товарів з інтернет-магазинів, таксі та on-line купівля квитків.

4. Фан-сторінки в соціальних мережах для спілкування з прихильниками компанії та між самими клієнтами (обмін порадами, цікавими фактами з життя співробітників фірми, результатами тестування тощо). При веденні соціальних мереж маркетологами переслідуються цілі заохочення клієнтів до участі в обговореннях, конкурсах, додаванні «вподобайок» та відповідей на питання, генерації ідей тощо. Маркетингова інформація самостійно розповсюджується в мережі силами самих користувачів та є надшвидким каналом інтернет-PR. При цьому жодної вигоди для себе користувачі не отримують. У багатьох малих

бізнесах фан-сторінки замінили корпоративні сайти, оскільки реклама їх у блогерів у кілька разів дешевша за таргетовану та контекстну рекламу сайту і дозволяє безпосередньо налагодити довірчу персоналізовану комунікацію з цільовою аудиторією.

5. Інтелектуальний бот, розмова з яким справляє враження діалогу з реальною людиною. При цьому сценарій діалогу та тон голосу дуже впливають на сприйняття користувача. Взаємини з чат-ботом засновані на органічному стилі питання-відповіді, що робить його схожим на природну розмову з офіціантом в ресторані або продавцем в оф-лайн магазині. Машинний алгоритм сам обирає правильні питання, а потім на основі цієї інформації пропонує продукт з урахуванням індивідуальних потреб. Грамотно проведений сторітлінг у стандартах людського спілкування оснащує цей інструмент інтернет-маркетингу емоціями і може зробити розмову з чат-ботом цікавою, внаслідок чого вона не відрізнятиметься від розмови з людиною.

Нові інструменти інтернет-маркетингу не виключають використання попередніх, а доповнюють та розвивають уже існуючі (рис. 1). Наприклад, таргетована реклама в Instagram веде потенційного клієнта в месенджер з використанням інтелектуального чат-бота, де вже здійснюється персональна комунікація на основі поведінки і особистісних особливостей людини.



Рис. 1. Взаємозв'язок між окремими інструментами інтернет-маркетингу

Джерело: побудовано авторами за даними [3, 4, 7]

Інтернет-інструменти, описані вище, використовуються компаніями для збагачення цінності пропозиції для покупця, емоційного залучення та зміцнення зв'язку з брендом. Вплив на покупців за допомогою інструментів цифрового маркетингу створює у них позитивний досвід та підвищує їх задоволеність. Автоматичне накопичення даних про клієнтів та аналіз їхньої купівельної поведінки сприяє розробці персоналізованих маркетингових заходів (унікальний підхід до особливо цінних клієнтів). Більшість компаній висококонкурентних секторів економіки (банківська, туристична та освітня діяльність) збільшують кількість інструментів цифрового маркетингу, які призначені для смартфонів. Мобільні додатки компаній стають персональними цифровими помічниками людей у діловому та особистому житті.

Інтернет став важливим засобом поширення інформації в третьому десятилітті двадцять першого століття. Він посів друге місце після телебачення в ієрархії ЗМІ. Для молодих людей (студенти та старшокласники) глобальне всесвітнє павутиння стало основним джерелом свіжої інформації. У цієї групи людей звичайний мобільний телефон із встановленим за замовчуванням веб-браузером замінив телевізор, радіо та паперову пресу.

Багато компаній, як і раніше, не надають великого значення ролі Інтернету в маркетинговій діяльності. Адаже саме там клієнти найохочіше діляться негативним досвідом взаємодії з компанією. Інтернет може значно спростити двосторонній зв'язок з покупцем, чого не можна сказати про паперову пресу, радіо та телебачення. Інтернет-маркетинг на відміну традиційного маркетингу непропорційно дешевше і більш вимірний при моніторингу ефективності маркетингових активностей.

У цифровому суспільстві технології змінюються із великою швидкістю. Це стосується і способів споживання Інтернету. Декілька років тому єдиним пристроєм виходу в мережу був настільний персональний комп'ютер. Цю монополію порушили такі альтернативні пристрої:

1. Ноутбук (лептоп) - мобільний персональний комп'ютер, одним із основних завдань якого є можливість виходу в Інтернет та вирішення простих

офісних завдань (наприклад, редагування текстів та заповнення електронних таблиць).

2. Смартфон - доступний за ціною мобільний електронний пристрій із виходом до Інтернету.

3. Планшет – сенсорний мініатюрний комп'ютер, призначений для комфортного читання книг без потреби сидіти за столом.

4. Сучасний телевізор із виходом в Інтернет, де всі дії здійснюються за допомогою бездротового пульта дистанційного керування.

Еволюція інтернет-маркетингу призвела до використання нових інструментів, що в свою чергу, надає ряд переваг для компаній. Серед них можна виділити такі:

1. Економія витрат на консультування клієнтів за допомогою ІТ-консультантів та відповідей на найбільш повторювані питання на сайті компанії. Більш швидкий доступ до інформації про продукти компанії. Більшість клієнтів першим кроком перевірки того чи іншого товару сьогодні використовує запит пошукової системи і вже в останню чергу рекламу на телебаченні.

2. Скорочення трудомістких прямих контактів із відділом продажів. Практично все можна зробити через інтернет-магазин і за кілька годин консультант зв'язується і домовляється про зустріч із клієнтом, щоб залагодити всі формальності. Велика швидкість обслуговування клієнтів та швидке вирішення проблем, що виникають під час експлуатації складних товарів, за допомогою веб-сайту компанії та автоматичних помічників (чат-ботів).

3. Прискорення платіжних операцій та перехід до дворівневої моделі паралельних грошових систем (криптовалют). Клієнтам не потрібно виходити з дому, щоб сплатити рахунки. Компанії ж просувають електронну оплату.

4. Реклама продуктів компанії налаштована відповідно до переваг клієнтів. Механізми онлайн реклами дозволяють точно підібрати повідомлення для обраної групи і пропозиція рекламного характеру не дійде до випадкових людей. Точний вимір результатів рекламної онлайн-кампанії стосовно витрат.

Легко дізнатися, звідки прийшов користувач, що і коли він купив, чи порекомендував він бренд своїм знайомим і т.ін. Низька сумарна вартість реклами в порівнянні з традиційними ЗМІ. Цільова, таргетована реклама за телефонами на профілі потенційних клієнтів надає цікаві можливості, недоступні в традиційних рекламних ЗМІ.

5. Тривалі стосунки з клієнтами, особливо у соціальних мережах, де провідні бренди мають мільйони шанувальників, котрі постійно коментують та оцінюють діяльність фірми, товари якої вони використовують. У молодого покоління, народженого в епоху Інтернету, з ним довірчі стосунки.

6. Найкраща адаптація до специфічних вимог клієнтів через динамічні сайти, які в залежності від переваг клієнтів підбирають для них спеціальні товарні та цінові пропозиції.

Стрімкий розвиток Інтернету і, отже, пов'язаного з ним цифрового маркетингу створили не тільки переваги і для компаній та їх клієнтів, а й недоліки:

1. Необхідність клієнтам мати відповідний електронний пристрій (смартфон, ноутбук або планшет) та інвестиції з боку компаній у комп'ютерне обладнання та програмне забезпечення.

2. Базові знання у ІТ-області. Особливо гостро ця проблема стосується людей похилого віку, які з недовірою ставляться до сучасних технологій, не кажучи вже про Інтернет.

3. «Білі плями» в мобільній мережі та кабельній мережній інфраструктурі, а також місця, де заборонено користуватися Інтернетом, наприклад пасажирські літаки.

4. Відсутність особистісного контакту з менеджером-консультантом, оскільки навіть складні алгоритми не можуть замінити розмову у звичайній дружній манері віч-на-віч. Дороге впровадження ІТ-технологій та відсутність фінансових коштів змушує малі фірми наймати зовнішніх маркетингових суб'єктів (мережевих маркетологів, веб-дизайнерів та програмістів).

5. Ризики порушення безпеки веб-сайтів з боку кіберзлочинців та пересічних співробітників, які можуть випадково відвідати шкідливі портали і, таким чином, навіть не усвідомлюючи цього, заразити операційну систему. Етичні проблеми, пов'язані з використанням штучного інтелекту (створення надінтелекту, невідконтрольного людям).

Інтернет сьогодні переживає складні етапи свого розвитку, що позначається на функціонуванні середовища інтернет-маркетингу. Весь розвиток інтернет-маркетингу можна поділити на чотири етапи (рис. 2). На першому етапі відбувалося лише споживання (читання) контенту на веб-сайтах. Другий етап ознаменувався створенням контенту самими користувачами. Наприклад, веб-сайти з відеокліпами та фотографіями з можливістю коментування самими читачами. Споживач медіапродуктів – це вже не пасивний користувач першого етапу, а громадянський журналіст, який впливає на масову свідомість.

Третій етап – це розвиток соціальних спільнот, де інтернет-користувачі коментують життя своїх друзів, і вступають із ними у віртуальні відносини. Компанія отримує безпосередньо від своїх клієнтів інформацію про те, як вони використовують їхні продукти у своєму повсякденному житті. Члени онлайн-спільнот діляться позитивним і негативним досвідом, а маркетологи аналізують та беруть активну участь у цьому діалозі. Люди з інтернет-тусовки не хочуть взаємодіяти з «організацією», вони хочуть встановити стосунки з людьми, які ухвалюють управлінські рішення у цій компанії. Отже, керівництво фірми має подати у соціальних мережах своє людське обличчя і розповісти про поліпшення, які воно має намір запровадити найближчим часом.

Четверта фаза передбачає семантичний та асиміляційний розвиток Інтернету. Телеканали паралельно з телеекранами і телемовленням перемістяться в Інтернет. Провідну роль відіграватимуть ІТ-компанії, що пропонують традиційні товари та послуги у зовсім новому форматі. Інфантильний споживач ставатиме просьюмером, тобто професійним покупцем, який не погоджується на роль пасивного одержувача маркетингової

інформації, а вступає в діалог з розробником з метою спільного створення продукту, який він уже гарантовано купить. Просунутий споживач приділяє увагу якості спілкування і розглядає його як ще одну форму розваги.

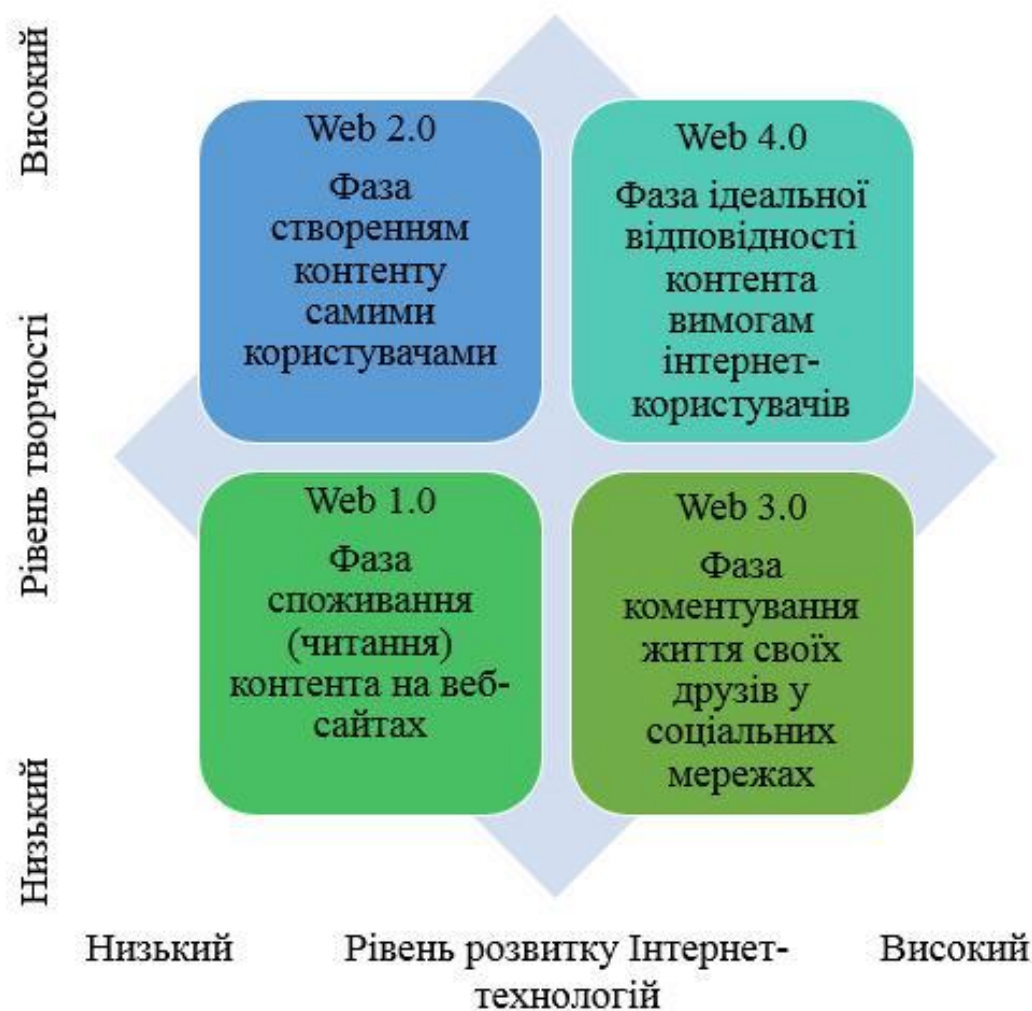


Рис. 2. Матриця еволюції інтернет-маркетингу

Джерело: побудовано авторами за даними [3, 4, 7]

Нині складно однозначно відповісти на питання, який вид маркетингу найбільш затребуваний. Його інтернет-версія не повинна знищувати традиційну форму і навпаки. Типова інтернет-компанія переважно орієнтується на діяльність у мережі, проте повністю ігнорувати інші середовища небажано.

Компанії в жодному разі не повинні недооцінювати силу сьогоденішнього інтернет-маркетингу. Будь-яка торгова компанія, яка обслуговує місцеве

населення за допомогою додаткових маркетингових онлайн-заходів, може значно збільшити продаж. Інтернет-маркетинг дозволяє компанії отримати доступ до сегменту ринку з потрібними поведінковими характеристиками.

Інтернет-маркетинг для будь-якої компанії має величезне значення. Негативна інформація з блискавичною швидкістю поширюється у мережі. Тому керівникам бізнес-структур важливо знати, що відбувається в Інтернеті щодо їхнього бренду.

Технологічний розвиток глобальної мережі сприяє і розвитку інтернет-маркетингу. IT-гіганти (Google, Facebook, Microsoft, Apple) змінюють вигляд цифрового світу, надаючи людині, яка шукає інформацію, саме той зміст, який їй потрібний. Пошукові компанії постійно збільшують швидкість відповіді на пошуковий запит в Інтернеті за допомогою нарощування потужності серверів та каталогізації інформації. А вплив цифрового маркетингу на світову економіку однозначно позитивний. Великий успіх сайтів соціальних мереж (Facebook, Instagram, YouTube), що акумулюють мільйони користувачів, привів до того, що великий рекламний капітал став прямувати саме в Інтернет, а спеціалізовані інтернет-компанії стали отримувати необхідні для функціонування ресурси.

Сьогодні відбулася революція при виборі продуктів та пошуку ділових партнерів. Кожен, хто шукає собі автомобіль чи постачальника, спочатку відкриває сайт пошукової системи, потім консультиється за допомогою електронної пошти чи чатів у месенджерах із онлайн-друзями, колегами чи членами сім'ї. Увага людей прикута до компаній, які не мають величезних бюджетів на телевізійну рекламу, а мають відмінний контент в Інтернеті. Приваблива форма онлайн-присутності – це основа життєдіяльності практично будь-якої компанії. Інтернет-маркетинг фокусується на діях в Інтернеті, які дозволяють споживачам знаходити у пошукових системах, блогосфері, соціальних мережах і мікроблогах повідомлення, що їх цікавлять. Відбувається звільнення від рекламної тиранії, яка десятиліттями втручалася у повсякденне життя людей для того, щоб якнайбільше їм продати непотрібних речей.

Перегляд реклами сильно дратує інтернет-користувачів. Люди хочуть, щоб їм надавали привабливу та корисну інформацію, а не намагалися продати цю інформацію через дорогі рекламні кампанії. Сьогодні немає потреби використовувати ЗМІ, щоб успішно конкурувати з лідерами ринку. Просто треба розповісти історію і ті, хто забажає вести справи з маленькою фірмою, самі її знайдуть і будуть контактувати з нею без посередників. Онлайн-клієнти шукають не низьку ціну, а скоріше зручність купівлі та відсутність ризиків купити неякісний та непотрібний собі товар.

Інтернет-маркетинг – це мистецтво бути знайденим на таких сайтах як Instagram, YouTube та інших. Це веб-сайти, які сотні мільйонів людей відвідують кожен день, щоб знайти відповіді на наболілі питання. Життя сучасної людини наповнене різноманітною інформацією і серед цього різноманіття часом складно знайти потрібну. Тому традиційна реклама постійно втрачає силу, а покупець, дивлячись рекламу товару чітко усвідомлює, що йому хочуть щось продати. Людям подобається приймати самим рішення про покупки, а не ставати жертвами нав'язливої реклами. З огляду на це, на перше місце виходить не бренд компанії, а співвідношення "ціна-якість". На заміну реклами від celebrity прийшли відгуки від реальних покупців. Оскільки інтернет анонімний, то людям нема чого боятися сказати правду, тому «прихований маркетинг» на форумах і в соціальних мережах тільки розвиватиметься.

Бум соціальних мереж спровокував падіння популярності традиційних ЗМІ. Маркетинг у цьому типі ЗМІ не відрізняється від інших форм маркетингу (пряме поштове розсилання, телевізійна реклама, вуличні білборди). Потрібно знайти потенційних клієнтів та місце, де вони ведуть діалог між собою. Інтернет-користувачі не використовують один сайт чи одну групу у соціальних мережах. Їх присутність в Інтернеті можна порівняти з бджолами, які запилюють квіти. Вони створюють власний контент і публікують його на різних сайтах. Якщо цей аспект враховувати, то інтернет-маркетинг не є швидким, легким та дешевим. Ефективний маркетинг у месенджерах та

соціальних мережах потребує досліджень, планування, стратегій та контролю. Месенджери як останній ефективний інструмент інтернет-маркетингу дозволяють не тільки спілкуватися з клієнтами безпосередньо, але й проводити масове розсилання інформаційних та навчальних матеріалів за допомогою робота (переглядати їх набагато зручніше, ніж через поштові послуги).

Висновки. Поява нових інструментів інтернет-маркетингу призводить до того, що споживачі отримують багато рекламної інформації дуже швидко, але переважно підсвідомо. Комунікація повинна ґрунтуватися на асоціаціях та апелювати до особи одержувача, оскільки це дає розуміння та запам'ятовування повідомлення.

У зв'язку з посиленням конкуренції у віртуальному просторі, на обсяги продажів стали впливати не рекламна активність, а якість блогу та його привабливість для пошукових роботів. Перші позиції в рейтингу пошукового запиту сьогодні не користуються популярністю і перегортаються нижче, оскільки користувачі знають, що це реклама. Клієнтам сьогодні необхідні якісно розписані параметри товару і помірна кількість мультимедійного контенту.

У доінтернетівську епоху маркетинг у компаніях був ізольованим процесом та маркетинговими заходами займалася команда власних фахівців або агенція, а клієнти та співробітники на них ніяк не впливали. Поява Інтернету та соціальних мереж змінила правила «маркетингової гри». Сьогодні не тільки споживач має право голосу, а й співробітники компанії, які не належать до маркетингової служби. Вони стали спонтанними представниками своїх компаній у мережі. Активне впровадження ІТ-рішень в операційні бізнес-процеси вимагає від співробітників розвитку цифрових компетенцій: від штучного інтелекту до навчальних систем.

Максимально доступна інформація про компанію, інтерактивність та велике охоплення аудиторії призводить до необхідності адресності рекламних посилок та створення унікальних рішень, спеціально створених під конкретну людину. Можливість пошуку інформації про товари для клієнтів значно

розширилася, а також посилилася її об'єктивність та оперативність. Причиною вибору цифрових каналів для покупки є додаткова інформація (коментарі до товарів на сайтах інтернет-магазинів, відгуки на форумах та соціальних мережах).

Список використаних джерел

1. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*: monograph. 2016. 208 p.
2. Ryan Deiss, Russ Henneberry. *Digital Marketing For Dummies*. 2nd ed. 2020. 368 p.
3. Пономаренко В. А., Шевченко О. І. Еволюція інструментів інтернет-маркетингу: від SEO до соціальних мереж. *Вісник НТУУ "КПІ". Серія "Інформатика, управління та обчислювальна техніка"*. 2019. № 78. С. 25–32.
4. Шевченко А. В. Дослідження ефективності інтернет-маркетингу в умовах зміни інструментів та технологій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2020. № 9. С. 87–92.
5. Онопрієнко І. Інтернет-маркетинг: електронна комерція, інтернет-реклама та PR : монографія. Київ : Центр учб. літ., 2016. 248 с.
6. Євтушенко Т. О. Інтернет-маркетинг як інструмент залучення клієнтів в сучасному бізнесі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2020. № 3. С. 77–85.
7. Кравченко І. М. Інтернет-маркетинг в Україні: стан, проблеми та перспективи розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2021. № 1. С. 108–116.
8. Федоренко В. Інтернет-маркетинг. Збільшення продажів та збуту через Інтернет. Київ : Комора, 2021.
9. Monnappa A. The History and Evolution of Digital Marketing. *Simplilearn.com*. URL: <https://www.simplilearn.com/history-and-evolution-of-digital-marketing-article> (date of access 25.04.2023).
10. Basimakopoulou M., Tzavaras P. A Literature Review on Digital Marketing: The Evolution of a Revolution. *Academia.edu - Share research*. URL: <https://www.academia.edu/91575007/A> (date of access 25.04.2023).

References

1. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
2. Ryan Deiss, Russ Henneberry. (2020). *Digital Marketing For Dummies* (2nd ed.).
3. Ponomarenko V. A., Shevchenko O. I. (2019). Evolyutsiya instrumentiv internet-marketynhu: vid SEO do sotsial'nykh merezh. *Visnyk NTUU "KPI". Seriya "Informatyka, upravlinnya ta obchyslyval'na tekhnika"*, (78), 25–32 [in Ukrainian].
4. Shevchenko A. V. (2020). Doslidzhennya efektyvnosti internet-marketynhu v umovakh zminy instrumentiv ta tekhnolohiy. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, (9), 87–92[in Ukrainian].
5. Onopriyenko I. (2016). *Internet-marketynh: elektronna komertsiya, internet-reklama ta PR*. Tsentr uchb. lit. [in Ukrainian].
6. Yevtushenko T. O. (2020). Internet-marketynh yak instrument zaluchennya kliyentiv v suchasnomu biznesi. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, (3), 77–85 [in Ukrainian].
7. Kravchenko I. M. (2021). Internet-marketynh v Ukrayini: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, (1), 108–116 [in Ukrainian].
8. Fedorenko V. (2021). *Internet-marketynh. Zbil'shennya prodazhiv ta zbutu cherez Internet*. Kyiv: Komora [in Ukrainian].
9. Monnappa, A. (2015). *The History and Evolution of Digital Marketing*. Simplilearn.com. <https://www.simplilearn.com/history-and-evolution-of-digital-marketing-article>.
10. Basimakopoulou, M., Tzavaras, P. (2022). *A Literature Review on Digital Marketing: The Evolution of a Revolution*. Academia.edu - Share research. <https://www.academia.edu/91575007/A>.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-106-115

УДК 330.131.7

*Пристемський О. С., д. е. н., професор,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
e-mail: pristemskiyaleksandr@gmail.com*

*Гривківська О. В., д.е.н., професор,
ПВНЗ «Європейський університет»
e-mail: Oksana-4@i.ua*

*Сакун А. Ж., к. е. н., доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
e-mail: agorg@ukr.net*

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація: У статті розглянуто теоретичні та методологічні аспекти економічної безпеки підприємств. Приділено увагу поняття економічна безпека як багатогранній категорії економічної теорії. Визначено завдання через вирішення яких реалізується економічна безпека підприємств. Виділені відповідні функціональні цілі, що притаманні економічній безпеці підприємств. Визначено складові економічної безпеки, які варто відображати у спектрі характеристики показників фінансового стану суб'єктів господарювання. Приділено увагу нормативно-правовому регулюванню забезпечення економічної безпеки підприємства. Принципи економічної безпеки згруповано у блоки. Виявлено, що принципи забезпечення економічної безпеки значно поглиблюють її сутність, яка розкривається за допомогою функцій, що витікають з її ознак. Визначені основні напрями фінансової захищеності економічної діяльності підприємств. Зазначено, що механізм забезпечення фінансової захищеності підприємств може мати різний ступінь структуризації та формалізації.

Ключові слова: економічна безпека, підприємство, принципи, функції, діяльність.

JEL code classification: M 21, A 11, F 41, G 18, G 32.

*Prystemskiy O. S., D.Sc., Professor
Kherson State Agrarian and Economic University
e-mail: pristemskiyaleksandr@gmail.com*

*Hryvkiivska O. V., D.Sc., Professor,
PVNZ "European University"
e-mail: Oksana-4@i.ua*

*Sakun A. Zh., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Kherson State Agrarian and Economic University
e-mail: agorg@ukr.net*

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES

Abstract. The article examines the theoretical and methodological aspects of the economic security of enterprises. It was determined that in the conditions of market relations, the stable functioning of any enterprise and the growth of its economic potential largely depend on the availability of a reliable system of economic security. Attention is paid to the concept of economic security as a multifaceted category of economic theory, focused on its global impact on the national economy. Economic security acts as a certain synthetic indicator of the current financial and economic

situation of economic entities and prospects for its technological and financial development. It is argued that the economic security of the enterprise is a certain mechanism that ensures the stability of its management through the use of protective economic tools and ensures its effectiveness thanks to the organization of the rational use of financial resources. The economic security of the enterprise is its stable current functioning, subject to timely forecasting, prevention, elimination of threats and risks, effective management of resources and opportunities, the consequence of which is building up a high development potential in the future. The tasks through the solution of which the economic security of enterprises is realized are defined. Relevant functional goals inherent in the economic security of enterprises are highlighted. The components of the economic security of enterprises, which should be reflected in the spectrum of characteristics of indicators of the financial condition of economic entities, have been determined. Attention is paid to the regulatory and legal regulation of ensuring the economic security of the enterprise. The principles of economic security are grouped into blocks. It was found that the principles of ensuring economic security significantly deepen its essence, which is revealed with the help of functions arising from its features. The main areas of financial security of the economic activity of enterprises are defined. It is noted that the mechanism for ensuring the financial security of enterprises can have a different degree of structuring and formalization.

Keywords: *economic security, enterprise, principles, functions, activity.*

Постановка проблеми. Події військово-політичного характеру стали підсилюючим аргументом щодо необхідності зміцнення економічної безпеки діяльності підприємств покликані структурними змінами у видах економічної діяльності в Україні. Безперервні зміни зовнішнього середовища мають вагомий вплив на діяльність та функціонування сучасного підприємства, що вимагає від суб'єктів господарювання постійної адаптації в контексті вдосконалення вже відомих та пошуку нових і засобів забезпечення системи економічної безпеки для досягнення ефективної мети діяльності підприємства. Розвиток ринкових відносин в Україні істотно зменшили пряму державну підтримку вітчизняних підприємств, що зумовило необхідність створення власною силою умов для своєї діяльності та безпечного розвитку. В умовах ринкових відносин стабільне функціонування будь якого підприємства та зростання його економічного потенціалу багато в чому залежить від наявності надійної системи економічної безпеки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання теоретичних основ дослідження поняття «економічна безпека» закладені у працях Л. Абалкіна, Дж. Кейнса, У. Петті, А. Маршала та багатьох інших. Підґрунтям вивчення економічної безпеки підприємств стали напрацювання таких українських вчених-економістів: О. Ареф'євої, О. Вдовенко, О. Гудзь, Н. Давиденко, М. Дем'яненко, Г. Козаченко, Н. Трусової, Н. Танклевської та інших. Наукові

погляди зазначених дослідників не охоплюють у повній мірі сучасні тенденції економічної безпеки підприємств, принципи, фактори та закономірності її формування та посилення. Поряд з важливими науковими результатами, на сьогоднішній день невирішеними залишаються проблеми теоретичних та методологічних аспектів економічної безпеки підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою проведеного дослідження є наукове обґрунтування теоретичних засад та рекомендацій щодо формування та посилення економічної безпеки підприємств.

Виклад основного матеріалу. Поняття «економічної безпеки» зосереджене на її глобальному впливі на національну економіку, тобто економічна безпека являє собою стан національної економіки, який характеризується його стійкістю, пристосуванням до впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, що порушують нормальне функціонування процесу суспільного відтворення, який підриває досягнутий рівень життя населення і тим самим викликаючи підвищену соціальну напругу в суспільстві, а також загрозу існування держави [1, с. 5-18; 2, с. 11-12].

За останній роки економічна безпека набула особливої актуальності як багатогранна категорія економічної теорії. Економічна безпека виступає певним синтетичним індикатором поточного фінансово-господарського становища суб'єктів господарювання та перспектив її технологічного і фінансового розвитку, що фактично є свідченням її універсальності й актуальності для будь-якого підприємства незалежно від форми власності, рівня функціонування або галузевої приналежності [3, с. 97].

Економічна безпека представляє собою механізм, що складається з важелів управління як фінансовими ресурсами підприємства так і фінансовими інструментами, які забезпечують стабільний ефективний розвиток підприємства [4, с. 252-260].

Економічна безпека підприємства є таким механізмом, який забезпечує стабільність його господарювання за допомогою використання захисних

господарських інструментів та забезпечує її ефективність завдяки організації раціонального використання фінансових ресурсів [5, с. 130].

Економічна безпека підприємств реалізується через вирішення завдань, серед яких є забезпечення надійного й ефективного функціонування складових галузі, а саме:

- ідентифікація небезпек і загроз підприємству;
- визначення індикаторів економічної безпеки підприємства;
- розробка системи моніторингу;
- розробка заходів, спрямованих на забезпечення економічної безпеки підприємства, як у коротко-, так і в довгостроковому періоді;
- контроль за виконанням заходів;
- аналіз виконання заходів, їхня оцінка, коректування;
- ідентифікація небезпек і загроз підприємству й коректування індикаторів залежно від зміни стану зовнішнього середовища, цілей і завдань підприємства [6, с. 31-32].

Економічна безпека підприємства являє собою стійке поточне його функціонування, за умови своєчасного прогнозування, попередження, ліквідації загроз і ризиків, ефективне управління ресурсами і можливостями, наслідком чого є нарощування високого потенціалу розвитку в майбутньому [7, с. 119].

Необхідно зауважити, що економічній безпеці підприємств притаманні відповідні функціональні цілі, серед яких варто визначити наступні: забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства; якісну правову захищеність усіх аспектів діяльності підприємств галузі; ефективну організацію безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів; мінімізацію руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища; забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці та досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;

забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи того суб'єкта господарювання; досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством [8].

Складові економічної безпеки варто розглядати також, сформувавши головні його ознаки, які варто відображати у спектрі характеристики показників фінансового стану суб'єктів господарювання, а саме ліквідності, платоспроможності, незалежності, забезпеченості власними фінансовими ресурсами, якості фінансових інструментів та інше, тим самим концентруючи увагу на фінансовій безпеці підприємства [9].

Економічна безпека підприємства, є таким станом, який:

- створює умови для самостійного розроблення та впровадження фінансової стратегії;
- дозволяє забезпечувати фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність, незалежність суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі;
- забезпечує оптимальне використання фінансових ресурсів підприємства;
- дає змогу ідентифікувати загрози для вчасної їх ліквідації. Також варто звернути увагу, що економічна безпека повинна бути оцінена якісними та кількісними показниками [10].

Нормативно-правове регулювання забезпечення економічної безпеки підприємства є способом її державного регулювання, яке здійснюється за різноманітними напрямками, а саме:

- захист економічної конкуренції та обмеження монополізму;
- забезпечення легітимності підприємницької діяльності;
- регулювання фінансового ринку та створення вільних економічних зон;
- формування та розвиток інфраструктури;
- проведення інвестиційної політики;
- формування та регулювання систем оподаткування.

Незважаючи на те, що існує велика кількість нормативно-правових актів щодо державного регулювання економічної безпеки підприємств за усіма напрямками далеко не всі з них широко застосовуються та є дієвими. Існує необхідність виокремлення принципу інституціалізації механізму державного регулювання в системі економічної безпеки, суть якого полягає у створенні умов для економічного зростання виробництва, високої конкурентоспроможності продукції, підтримки науково-технічного потенціалу, недопущення зниження рівня життя населення нижче від нормативно-встановленого граничного значення, збереження соціальної стабільності у суспільстві [11].

Систематизація принципів економічної безпеки передбачає групування у наступні блоки:

- цільові (позитивність, сумісність, реальність, конкретність, вимірність, прийнятність);

- функціональні (принципи зосередженості, автономності, актуалізації, лабілізації та нейтралізації);

- структурні принципи забезпечення економічної безпеки включають такі елементи, як одночасності чотирьох ролей, ієрархічності, комбінації централізації та децентралізації, пріоритетності об'єкта над суб'єктом, координації, єдності розпорядництва, мінімальної складності структури, персональної відповідальності;

- процесні;

- системні принципи, які не підсумовують попередні, а створюють нові, які властиві системі забезпечення економічної безпеки підприємства у цілому, а саме: – цілеспрямованість (цілі, структури, функції та процеси економічної безпеки повинні бути орієнтовані на виконання її місії); – багатомірність, сутність якого впливає з закону єдності та боротьби протилежностей і полягає у поєднанні взаємовиключних речей, які не тільки взаємоперетікають і взаємоперетворюються, а ще й взаємодоповнюють один одне та навіть можуть

інтегруватися у нове ціле зі своєю власною логічною схемою [12].

Виявлено, що принципи забезпечення економічної безпеки значно поглиблюють її сутність, яка розкривається за допомогою функцій, що витікають з її ознак, та можуть бути представлені наступним переліком:

- накопичувальна, що має прояв в повному та необхідному забезпеченні суб'єкта господарювання фінансовими ресурсами за раціональною їх вартістю;
- ощадна – протидія перевитратам, зловживанням, нераціональному використанню обмежених фінансових ресурсів;
- відтворювальна – супроводження руху грошових потоків в процесі розширеного відтворення;
- контрольна – полягає у чіткому спостереженні за рухом грошових потоків, організації розрахунків, формуванню фінансових ресурсів з наступною реакцією на можливі відхилення;
- інформаційна – надання необхідної інформації засновникам, керівному складу для зниження невизначеності та зниження рівня фінансового ризику [13].

Основною метою фінансової захищеності економічної діяльності підприємств є забезпечення стійкого і максимально ефективного функціонування, забезпечення потенціалу виробництва на самофінансуванні і самоокупності. Основними напрямками фінансової захищеності економічної діяльності підприємств є забезпечення:

- сталої фінансової ефективності роботи та фінансової стійкості з метою дотримання ними фінансової незалежності;
- конкурентоспроможності продукції;
- оптимальної та ефективної організаційної структури управління;
- високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу;
- мінімізації руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан довкілля;

– захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів та їх відділів;

– ефективної організації безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

Структура механізму забезпечення фінансової захищеності підприємств містить елементи, одночасна дія яких покликана забезпечити відтворення капіталу підприємства. Механізм забезпечення фінансової захищеності підприємств може мати різний ступінь структуризації та формалізації. Чинні сьогодні підходи щодо визначення механізмів оцінки фінансової захищеності підприємств не дають змогу визначити науково обґрунтований рівень захищеності економічної діяльності.

Економічна безпека підприємств значно залежить від структури джерел їх фінансового забезпечення. В умовах економіко-політичної кризи особливого значення набуває забезпечення фінансової надійності, незалежності та стійкості підприємств, вплив на які здійснюють, зокрема, ступінь концентрації кредитних ресурсів. У випадку обмеження або недостатності власних коштів підприємства, у підприємств різних галузей економіки виникає необхідність у залученні позикових фінансових ресурсів, зокрема кредитних [14].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, економічна безпека підприємства як умова його діяльності, являє собою такий стан системи взаємодії підприємства із суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища в якому підприємство використовуючи власні ресурси спільно з державними інституціями в змозі виявляти загрози своїй діяльності, нівелювати їх вплив та уникати, а також пом'якшувати та долати наслідки таких загроз. Дотримання принципів економічної безпеки дасть можливість підприємству підвищити ефективність своєї діяльності за рахунок дотримання політики стратегічної послідовності і покращити якість фінансових послуг, технологій та інструментів, а також підвищити рівень доходів та зберегти стабільність.

Економічна безпека розвитку суб'єкта підприємництва повинна бути реалізована в системі певних правил та прийомів, що не тільки характеризують її загальні риси функціонування та впровадження, але й відповідають сучасним умовам господарювання. Керівництво має приймати рішення з такою ж швидкістю, з якої виникають загрози і негативні зміни, та вміти їх передбачати для забезпечення економічної безпеки підприємства від впливу суб'єктивних і об'єктивних причин. Управління підприємством та його економічна безпека повинні ґрунтуватися на цілях успішного функціонування і розвитку підприємства за всіма сферами його діяльності і впливу.

Список використаних джерел

1. Паньков В. Экономическая безопасность: мирохозяйственный и внутренний аспект. *Внешнеэкономические связи*. 1992. Вып. 8. С. 5-18.
2. Васильчак С. В., Бричка Б. Б., Музика Т. П., Доманська Н. А. Фінансова безпека підприємств аграрного сектора. *Науковий вісник НЛТУ*. 2011. Вып. 21(6). С. 91-97.
3. Тітова С. П. Основи формування фінансової складової економічної безпеки аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2010. № 9. С. 96-101.
4. Світлична В. Ю., Світлична Т. І. Фінансова безпека: організація, загроза, обліковий вимір. *Комунальне господарство міст*. 2012. № 102. С. 252-260.
5. Білик М. Д. Роль стабільної діяльності підприємств у їх фінансовій безпеці. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2008. № 8(83). С. 129-133.
6. Фінансова безпека підприємства: навч. посібник / Т. Б. Кузенко, Л. С. Мартюшева, О. В. Грачова, О. Ю. Литовченко. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 300 с.
7. Сорокіна І. В. Функціональні завдання та принципи формування системи економічної безпеки підприємства. *Бізнес Інформ*. 2011. № 9. С. 119-123.
8. Орехова К. В., Караченцева І. О. Ознаки фінансової безпеки підприємства в умовах фінансової кризи. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2010. № 1(7). С. 64-69.
9. Погосова М. Ю., Лебедева В. С. Аналіз методичного забезпечення оцінювання фінансової безпеки підприємства. *Економічні науки*. 3. Фінансові відносини. URL: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2008/Economics/25751.doc.htm (дата звернення 12.03.2023).
10. Дмитрук П. Принципи інституціалізації механізму державного регулювання економічної безпеки регіону. URL: <http://archive.nbu.gov.ua> (дата звернення 12.03.2023).
11. Пристемський О. С. Місце економічної безпеки підприємництва в системі національної безпеки країни. *Вісник Одеського національного університету*. 2013. Вып. 4/3, т. 18. С. 67-69.
12. Демченко І. В. Фінансова безпека аграрних суб'єктів господарювання. *Фінанси, банки, інвестиції*. 2012. № 4. С. 54-60.
13. Сагун А. Ж., Марчук Л. Л. Бінарна природа економічних конфліктів у контексті економічної безпеки суб'єктів господарювання. *Економічний аналіз*. 2017. Т. 27, № 3. С. 261-265.
14. Пристемський О. С. Основи формування економічної безпеки. *Таврійський науковий вісник*. 2013. Вып. 86. С. 302-306.

References.

1. Pankov V. (1992) Economic security: world economic and internal aspects. *Foreign economic relations*, 8, 5-18 [in Ukrainian].
2. Vasylychak S. V., Brychka B. B., Muzyka T. P., Domanska N. A. (2011). Financial security of agricultural sector enterprises. *Scientific Bulletin of NLTU*, 21(6), 91-97 [in Ukrainian].
3. Titova S. P. (2010). Basics of the formation of the financial component of the economic security of agrarian enterprises. *Economy of agro-industrial complex*, 9.96, 101[in Ukrainian].
4. Svitlichna V. Yu., Svitlichna T. I. (2012). Financial security: organization, threat, accounting dimension. *Communal management of cities*, 102, 252-260 [in Ukrainian].

5. Bilyk M. D. (2008). The role of stable activity of enterprises in their financial security. *Formation of market relations in Ukraine*, 8 (83), 129-133 [in Ukrainian].
6. Kuzenko T. B., Martyusheva L. S., Hrachova O. V., Lytovchenko O. Yu. (2010). Financial security of the enterprise: education. manual. Kharkiv: Ed. Khneu [in Ukrainian].
7. Sorokina I. V. (2011). Functional tasks and principles of formation of the economic security system of the enterprise. *Business Inform*, 9, 119-123 [in Ukrainian].
8. Orekhova K. V., Karachentseva I. O. (2010). Signs of financial security of the enterprise in the conditions of the financial crisis. *Bulletin of the University of Banking of the National Bank of Ukraine*, 1(7), 64-69 [in Ukrainian].
9. Pogosova M. Yu., Lebedeva V. S. (2008). Analysis of methodological support for assessing the financial security of the enterprise. *Economic sciences. 3. Financial relations*. URL: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2008/Economics/25751.doc.htm [in Ukrainian].
10. Dmytruk P. (2011). Principles of institutionalization of the mechanism of state regulation of the economic security of the region. URL: <http://archive.nbu.gov.ua/portal> [in Ukrainian].
11. Prystemsky O.S. (2013). The place of economic security of entrepreneurship in the country's national security system. *Bulletin of Odessa National University*, 4/3, 18, 67-69 [in Ukrainian].
12. Demchenko I. V. (2012). Financial security of agricultural entities. *Finance, banks, investments*, 4, 54-60 [in Ukrainian].
13. Sakun A. Zh., Marchuk L. L. (2017). Binary nature of economic conflicts in the context of economic security of economic entities. *Economic analysis: coll. of science papers*, 27, 3, 261-265 [in Ukrainian].
14. Prystemsky O. S. (2013). Basics of economic security formation. *Taurian Scientific Bulletin*, 86, 302-306 [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-116-128

УДК [338.23+351](477)

*Савицький А. В., доктор економічних наук, доцент
Хмельницький політехнічний фаховий коледж
Національного університету «Львівська політехніка»
andrewsavitsky@ukr.net*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ОБОРОННО-ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ УКРАЇНИ

***Анотація.** У статті актуалізовано важливість розвитку оборонно-промислового комплексу в економіці України, здійснено аналіз динаміки обсягів продуктивності та обґрунтовано особливості формування виробничого і економічного потенціалів з виокремленням достатнього, помірного та низького рівнів. Проаналізовано і охарактеризовано міжнародні аспекти експортних позицій підприємств оборонно-промислового комплексу, тенденції розвитку та сучасне місце в доцільності форми налагодження світогосподарських зв'язків. Виділено ключові елементи Прокту Плану відновлення України та важливість впровадження інновацій. Розроблено концептуальні основи розвитку виробничого потенціалу підприємств оборонно-промислового комплексу в економічному зростанні України.*

***Ключові слова:** оборонно-промисловий комплекс, виробничий потенціал, економічний потенціал, економічне зростання, експорт, інновації, концептуальні основи*

JEL code classification: O40

*Savitskyi A. V., Doctor of Sciences (Economics), Associate professor,
Khmelnyskyi Polytechnic Professional College
by Lviv Polytechnic National University
andrewsavitsky@ukr.net*

CONCEPTUAL BASIS OF DEFENSE INDUSTRIAL COMPLEX ENTERPRISES' POTENTIAL DEVELOPMENT FOR ECONOMIC GROWTH OF UKRAINE

***Objectives.** As for objectives, it was taken into consideration the fact that due to the military state of Ukraine caused by wide-broaden war actions and aggression of Russian federation, economy of the country is characterized by reduction of production volumes, GDP and profitability. Accordingly, it was underlined the importance of industrial increase of national producers, and the right way to solve this problem is to activate production growth of defense industrial complex. In this case, it is significant not only for economy, but military forces of Ukraine supply. **Results.** On the basis of analysis of production activities of defense industrial enterprises through recent years, especially since 2014 when the Crimea territory was annexed by Russia and Donbas region military actions started, it was defined the level of its production and economic potential that deals with high, normal and low points. It allowed understanding if Ukraine's defense industrial complex has possibilities to fulfill economic growth and military forces supply in particular. Further, it was presented analysis of international place of Ukraine's defense industrial complex and its tendency through the years since 2014. It was set up that most of all Ukrainians enterprises characterized by high and normal production and economic potential that also deals with positive demand on international market of weapons and ammunition. In order to describe if there were started the necessary strategies, programs, plans and actions on state, regional and administrative levels, it was systematized the list of actual and important documents. In the end, it was made the scheme of conceptual basis of production potential development of defense industrial enterprises in the economic growth of Ukraine. The core elements were proposed as government defense order programs, innovations, foreign investments, system of monitoring and guarantees for partners and national producers, activation of accompanying supporting branches of Ukraine's economy. **Conclusions.** In order to get out of recession, increase GDP and achieve the appropriate level of economic growth, it is significant to activate both quality and capacitive volumes of defense industrial complex production that can become as catalyst for development of all spheres of national reproduction in Ukraine. As for export volumes, during the entire duration of war actions, military state and restoration*

of safety positions, it is advisable to limit it, and to extend only those foreign trade contracts that are long-term and strategically valuable for integration of Ukraine into European Union.

Keywords: *defense industrial complex, production potential, economic potential, economic growth, export, innovation, conceptual basis*

Постановка проблеми. На сьогодні, економіка країни перебуває у стані циклічної рецесії, дисбалансу попиту і пропозиції, спадної динаміки ринкових перетворень, скорочення виробничих потужностей та внесення адаптаційних змін до оперативних і тактичних планів господарюючих суб'єктів. Головною причиною таких тенденцій є проведення масштабних військових дій, які зумовлені вторгненням військових частин російської федерації на територію України. У зв'язку з цим, перед практиками та менеджерами підприємств постає ряд конструктивних завдань, які стосуються прийняття продуманих управлінських рішень з метою втримання існуючих виробничих потужностей та часткова або повна переорієнтація на продукування продукції для потреб фронту. Через те, представлену тематику для дослідження, слід вважати актуальною і своєчасною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні проблеми, які пов'язані із дослідженням питань розвитку оборонно-промислового комплексу України та його місця у світі знайшли відображення в роботах таких вчених, дослідників та економістів, як: Гонак І. М. [1], Гусев Ю. [2], Кулицький С. [3], Слободяник С. П. [4], Mardones Cristian [5], Orhan Ebru [6], Zanfei Antonello [7].

Мета статті. Здійснити аналіз оборонно-промислового комплексу в Україні, визначити його виробничий та економічний потенціали, обґрунтувати зміни, які відбулись на державному рівні для створення можливостей розвитку, сформулювати концептуальні положення в економічному зростанні країни.

Виклад основного матеріалу. На авторське бачення, теперішня ситуація в Україні вимагає від міністерств та відомств, які займаються вирішенням економічних питань країни, чіткого розуміння нагальних проблем її економічного становища через відновлення потенціалу підприємств оборонно-промислового комплексу. З огляду на це, зазначимо, що подальший вихід з циклічної рецесії, який сприятиме підвищенню ВВП країни в наступних періодах, може бути реалізований шляхом переходу її економічної системи на

військові потреби збройних сил упродовж усього терміну ведення бойових дій та у мирний час.

З цих позицій, актуальними питаннями поточної і перспективної адаптації економіки України в умовах військового стану, слід вважати наступні:

1. Подолання наслідків економічної рецесії та підвищення ВВП.
2. Визначення місця та значення оборонно-промислового комплексу в економічному зростанні України.
3. Відновлення та формування нових потужностей підприємств оборонно-промислового комплексу.

Проте, для того, щоб в повній мірі систематизувати концептуальні положення для вирішення окреслених питань, необхідно дослідити та обґрунтувати сутність існуючого рівня виробничого і економічного потенціалу підприємств оборонно-промислового комплексу України, який можливо акумулювати для забезпечення її економічного зростання.

На авторську думку, необхідно виділити три основні рівні встановлення виробничого і економічного потенціалів підприємств: достатній, помірний та низький. У випадку виробничого потенціалу – фіксується зростання обсягів виробництва, у випадку економічного потенціалу – підвищення чистого прибутку від реалізації продукції:

1. Достатній рівень – встановлюється зростанням показників обсягів виробництва та чистого прибутку.
2. Помірний рівень – встановлюється зростанням показників обсягів виробництва за умови не змінних або спадних показників чистого прибутку.
3. Низький рівень – встановлюється спадними показниками обсягів виробництва та чистого прибутку.

У відкритих джерелах інформації, досить не просто віднайти статистику і показники розвитку підприємств оборонно-промислового комплексу України для здійснення відповідної оцінки. Проте, деякі з них [8], все ж таки дають змогу проаналізувати поточну ситуацію та виділити те, що серед 40-а

підприємств рейтингу ТОП-100 найбільших виробників оборонно-промислової продукції (станом на I квартал 2021 р.), достатній рівень виробничого і економічного потенціалів фіксують 42,5 % (17 підприємств, з яких 11 державних – 27,5 %), помірний – 37,5 % (15 підприємств, з яких 13 державних – 32,5 %), низький – 20 % (8 підприємств, з яких 4 державних – 10 %) (рис. 1).

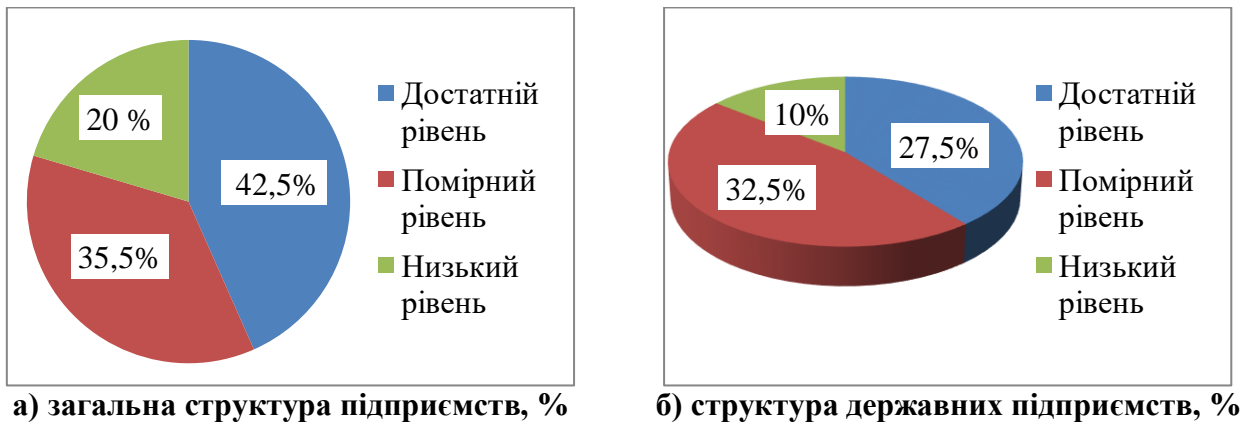


Рис. 1. Виробничий та економічний потенціал підприємств оборонно-промислового комплексу України станом на I квартал 2021 р.*

* наведено автором на основі: [8]

Згідно рис. 1 та загально прийнятих постулатів економічної теорії обґрунтуємо наступне:

– виходячи із наведених показників, виробництво оборонно-промислового комплексу, в переважній більшості покладається на державні підприємства, обсяги продуктивності яких в повній мірі координуються зі сторони виконавчої влади країни та забезпечуються відповідним фінансуванням;

– ті підприємства, які фіксують позитивну динаміку продукування і отримання чистого прибутку та характеризуються достатнім рівнем виробничого і економічного потенціалів, володіють окремими заробленими коштами для подальшого виробництва, його розширення і удосконалення;

– підприємства, які фіксують частково позитивну динаміку продукування і отримання чистого прибутку та характеризуються помірним рівнем

виробничого і економічного потенціалів, потребують посилення процесів модернізації, диференціації та стимулювання праці;

– і підприємства, які фіксують спадну динаміку продукування та отримання чистого прибутку і характеризуються низьким рівнем виробничого та економічного потенціалів, потребують внесення змін у їх стратегічні орієнтири, визначення нових пріоритетів розвитку, активізації процесів переформатування діяльності та диверсифікації.

Для встановлення головної причини окресленої тенденції та спадної динаміки окремих підприємств досліджуваного комплексу, слід розуміти те, що держава в представництві відповідних міністерств, відомств і інституцій, повинна бути зацікавлена у розробці проєктів оборонно-промислового спрямування та приведенні їх до виконавців. Для виконання замовлень на базі державних підприємств, може бути профінансована модернізація, ресурсозабезпечення та вартість праці, у випадку приватних – використання виробничих потужностей та вибіркоче постачання матеріалів і сировини. Як наслідок, якщо підприємства оборонно-промислового комплексу не будуть мати державних замовлень за чітко сформованими проєктами, їх продуктивність, і відповідно прибутковість – будуть знижуватись. На противагу, виробники віддаватимуть перевагу замовленням закордонних ринків та зосереджуватимуть увагу лише на експорті продукції. В свою чергу, це значно обмежить ВВП країни та надходження окремих сум на державні цільові рахунки.

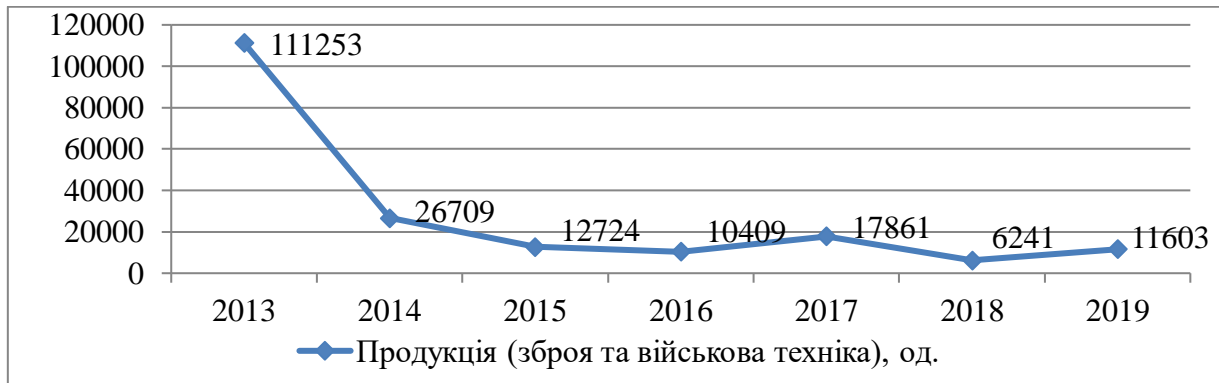
Як бачимо виробничий і економічний потенціали перебувають у тісному взаємозв'язку, оскільки можуть взаємоакумулювати можливості підприємств та країни в цілому. За умови стабільних та прогресивних обсягів замовлень, підприємства підвищують обсяги виробництва та економічно зростають за рахунок збільшення виручки від реалізації, накопичують фінансові резерви і формують спроможність до інвестування проєктів майбутніх періодів. В такому разі, спостерігається ріст ВВП країни та змінюються економічні обставини фактичного економічного циклу розвитку країни за відповідними факторами і

параметрами: збільшуються надходження до державного бюджету, зайнятість, середня і мінімальна заробітні плати, доходи населення, ринкова вартість суб'єктів господарювання, інвестиційний фонд, можливості до кредитоспроможності, фінансової незалежності та стійкого ціноутворення. Загалом, така тенденція сприятиме загальному економічному зростанню країни на основі збільшення обсягів виробництва продукції оборонно-промислового комплексу, що першочергово викликано збройною агресією російської федерації в Україні.

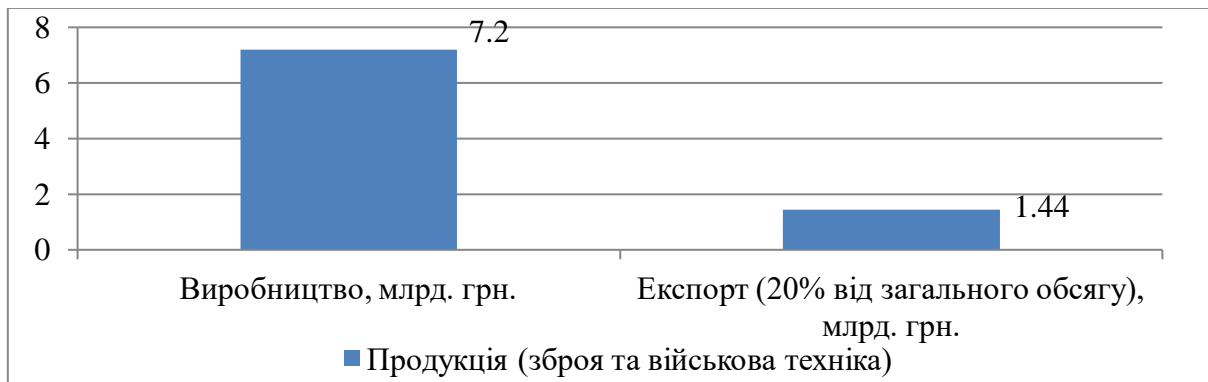
Для розгляду представлених проблем з іншої сторони, яка є водночас перспективною та дискусійною за умов військового стану, необхідно виділити і те, що все ж таки, в період з 2014 р., Україна була досить впевненим постачальником зброї на закордонні ринки. Головним чином, це зумовлено тим, під впливом посилення інтеграційних процесів України до Європейського Союзу, вітчизняні підприємства, приділяють значну увагу експортоорієнтованості своєї продукції та поглиблюють співробітництво із іноземними партнерами. Не виключенням і був оборонно-промисловий комплекс, який поряд з відсутністю достатньої кількості замовлень зі сторони внутрішнього ринку використовував можливості попиту країн близького і далекого зарубіжжя для отримання прибутку та розвитку, або вирішення питання існування бізнесу. В цей період, серед партнерів підприємств дослідженої галузі були контрагенти з наступних країн: США, Канада, Німеччина, Велика Британія, Австрія, Чехія, Ефіопія, Таджикистан, Чад, Туреччина, Перу, Азербайджан, Судан, Нігерія, Китай, Уганда, Грузія, ДРК, Республіка Білорусь, Китай, Нігерія, Ефіопія, Хорватія, Замбія, Нігерія, Індонезія, Таїланд, Ефіопію, Монголія, Туреччина, Польща, Узбекистан, Йорданія, Саудівська Аравія, Малайзія, Катар [9; 10].

Щодо обсягів експорту продукції оборонно-промислового комплексу, слід зазначити, що починаючи з 2013 р., їх тенденція прямує до зниження (-89 %), і у 2021 р. становить 1,44 грн., що є 20 % від загальних обсягів виробництва по країні (рис. 2). Разом з тим, як свідчать дані статистики, Україна залишається в

рейтингу однієї з найбільш експортоорієнтованих країн у сфері постачання зброї та військової техніки закордон (світова питома вага – 0,7 %) [11].



а) експорт упродовж 2013-2019 рр.



б) виробництво та експорт в 2021 р.

Рис. 2. Експорт продукції оборонно-промислового комплексу України упродовж 2013-2021 рр. *, **

* наведено автором на основі: [9; 12, с.3]

** даних про обсяги експорту за 2020-2021 рр. та виробництво у млрд. грн. за 2013-2020 рр. у відкритому доступі немає

На думку автора, зазначені експортні позиції підприємств оборонно-промислового комплексу (рис. 2) свідчать про те, що упродовж останніх 8-ми років суб'єкти господарювання галузі володіли значним виробничим і економічним потенціалом для продукування продукції за вимогами закордонних стандартів, які неможливо досягти без використання сучасних технологій. Це означає, що в цей період підприємства отримували валютну виручку від реалізації, формували обсяги замовлень і економічно зростали в залежності від закордонного попиту. В межах таких проєктів, виробники

оборонно-промислового комплексу України не тільки зуміли не збанкрутувати за умов циклічних дисбалансів економічної системи країни та відсутності належних внутрішніх замовлень, а і розвиватись за новими стандартами якості, отримувати технологічний ефект та налагоджувати стратегічне партнерство.

Спадна тенденція виробництва комплексу упродовж 2013-2021 рр., також дає змогу зрозуміти і те, що починаючи з 2014 р., питання про зменшення експорту продукції оборонно-промислового характеру є надзвичайно актуальним, а в 2022 р., стає терміновим. Виходячи з цього, останніми роками відбулись значні зрушення у цій проблематиці, які на сьогодні, чітко прописуються в Проекті Плану відновлення України (терміном до 2032 р.) [12, с.19–43] і стосуються розпочатих етапів реалізації великої кількості програмних документів на рівні підприємств, які продукують оборонно-промислову продукцію. Основними документами є наступні:

1. Стратегія розвитку оборонно-промислового комплексу України (затверджена Указом Президента України від 20 серпня 2021 року № 372/2021).

2. Державна цільова програма реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу на період до 2021 р. (продовжено до кінця 2022 р. постановою Кабінету Міністрів України від 23.12.2021 № 1350-35).

3. План заходів з імплементації Закону України «Про особливості реформування підприємств оборонно-промислового комплексу державної форми власності» (затв. протокольне рішення Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2021 року, протокол № 155).

4. Розпорядження КМУ від 28 жовтня 2020 р. № 1544-р «Про затвердження Національного плану дій з виконання резолюції Ради Безпеки ООН 1325 «Жінки, мир, безпека» на період до 2025 р.».

Також, в цьому напрямі з червня 2022 р.:

– здійснено розробку проєктів державних цільових програм у сфері розвитку озброєння та оборонно-промислового комплексу за такими напрямками: авіабудування та авіа ремонт; бронетанкова техніка; високоточне

озброєння та боєприпаси; радіолокація, радіозв'язок та спеціальне приладобудування; космічна програма;

– оновлено зміст стратегічних державних документів: ЗУ «Про національну безпеку України»; стратегії національної безпеки України; стратегії воєнної безпеки України; стратегічного оборонного бюлетеня України; стратегії розвитку ОПК України.

У питаннях започаткування програм та створення інституцій в рамках Проекту Плану відновлення України, слід виділити наступні:

1. Державна цільова науково-технічна програма розвитку авіаційної промисловості на 2021-2020 рр.

2. Утворення Агенції оборонних технологій.

3. Державна цільова оборонна програма з реалізації в інтересах сектору безпеки і оборони України проектів з виконання наукових досліджень і розробок, розробок нових технологій.

4. Державна цільова програма реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу.

5. Державна цільова оборонна програма розвитку артилерійського, протитанкового та проти корабельного озброєння.

6. Державні цільові оборонні програми розвитку озброєння за напрямкам и (радарні системи, броньована техніка, боєприпаси та спецхімія, тощо).

В подальшому, для того, щоб ефективно реалізувати усі державні програми розвитку оборонно-промислового комплексу та стимулювати економічне зростання України, також слід звернути увагу на інноваційний аспект технологічного процесу виробництва необхідної продукції. По-перше, це зумовлено тим, що без високотехнологічних виробів для військових потреб, для України досить не просто здобути перевагу під час проведення бойових дій для захисту та повернення своїх територій, оскільки саме сучасна оборонна та «контрнаступаюча» техніка стандартів НАТО є визначною для здобуття перемоги. По-друге, не дивлячись на те, що виробництво інноваційних продуктів потребує значних коштів та інвестицій, це є найбільш важливим елементом

формування нової промислової структури для економіки будь-якої країни, адже дає змогу підвищити ВВП, створити робочі місця, підвищити стандарти якості та в цілому розширити пропозицію. Проте, якщо звернути увагу на кількість організацій, які здійснювали науково-дослідні роботи (НДР) для посилення потенціалу обороноздатності України упродовж останніх років (за період 2018-2021 рр. згідно відкритої інформації у вільному доступі) – значних позитивних змін у їх динаміці не зафіксовано (таблиця 1).

Таблиця 1

Кількість організацій, які здійснювали НДР для посилення потенціалу обороноздатності України (за видами економічної діяльності), 2018-2021 рр., . *, **

	2018	2019	2020	2021
Переробна промисловість	46	19	17	17
у.т.ч.				
виробництво зброї та боєприпасів	–	–	2	2
виробництво військових транспортних засобів	1	1	1	1

* наведено за: [13, с.18-20]

** даних за 2022 рр. у відкритому доступі немає

Як результат, керуючись проведеними дослідженнями та обґрунтуваннями, з метою досягнення економічного зростання на основі активізації виробництва оборонно-промислового комплексу, важливо розробити відповідну концепцію, яка на авторське бачення повинна поєднати елементи державного управління економічними змінами на рівні окремих суб'єктів господарювання із можливостями, які забезпечуються для України зі сторони країн-партнерів, інтеграційних умов та поглибленої Зони вільної торгівлі з Європейським союзом. У цьому випадку, ключовою має стати безпосередня співпраця підприємств комплексу із представниками ЗСУ, досвідченими закордонними військовими експертами, цільовими інвесторами, стейкхолдерами та виробниками продуктів НТП.

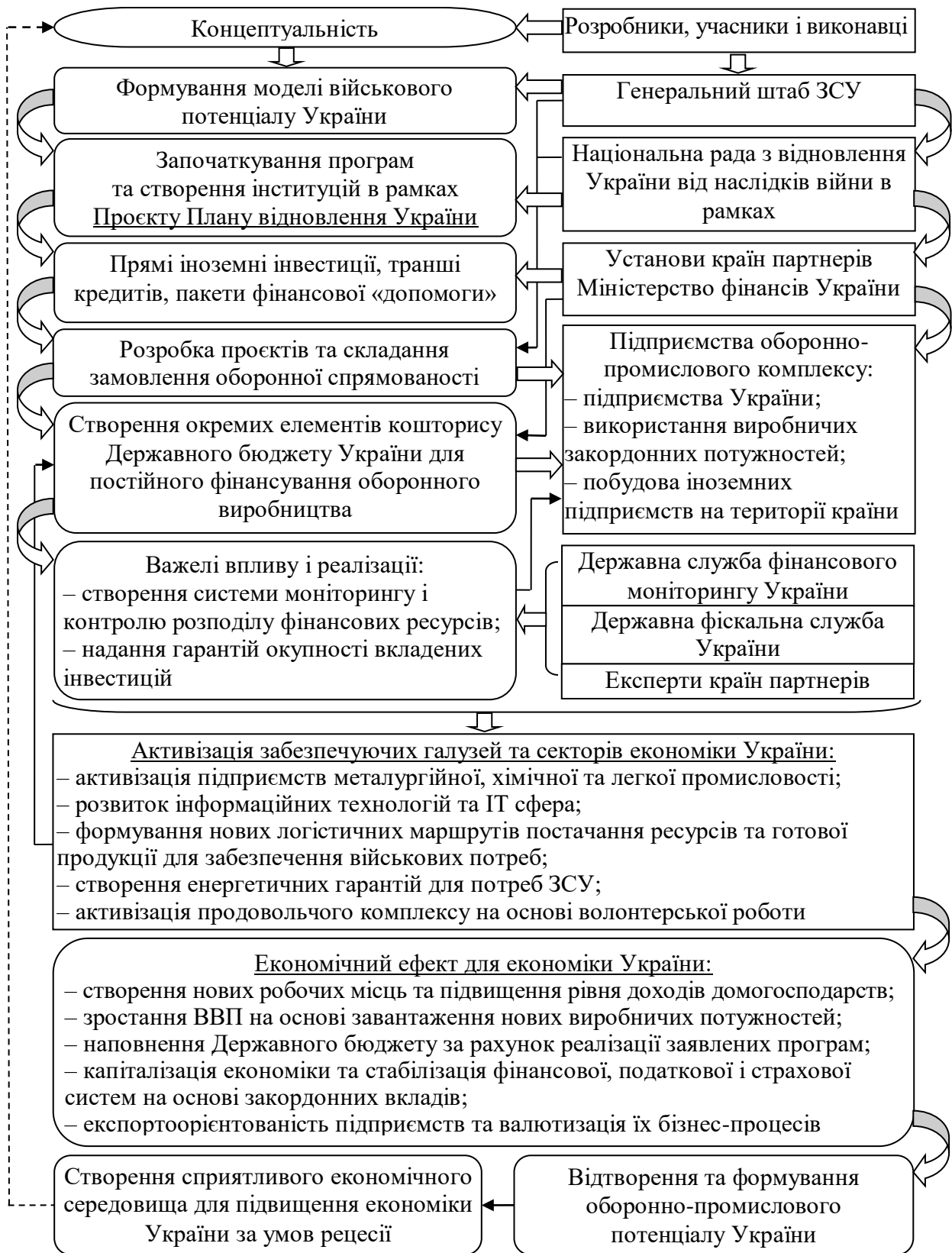


Рис. 3. Концептуальні основи розвитку виробничого потенціалу підприємств оборонно-промислового комплексу України, як рушійна складова економічного зростання країни*

* систематизовано та запропоновано автором

□ → базові процеси; → похідні процеси; - → зворотній зв'язок

Висновки. Таким чином, для виходу з рецесії, підвищення ВВП та досягнення належного рівня економічного зростання, саме активізація виробництва підприємств оборонно-промислового комплексу може стати поштовхом для розвитку усіх сфер суспільного відтворення в Україні. На авторську думку, ключовими забезпечуючими галузями і видами діяльності мають стати: металургійна, хімічна та легка промисловості, інформаційні технології та ІТ-сфера, енергетика, логістика, продовольчий сегмент та волонтерська робота. Концептуально, на державному рівні, за поданням Генерального штабу і Збройних сил України, необхідно сформувати модель оборонної промисловості згідно встановлених потреб для проведення бойових дій і підтримки безпеки у містах, створити ряд державних проєктів та заключити контракти для їх реалізації з відповідними підприємствами, залучити зовнішніх інвесторів та сформувати гарантії для безперервного фінансування і функціонування бізнесу, а також започаткувати систему моніторингу та аудиту зазначених процесів. Щодо обсягів експорту, упродовж усього терміну тривалості бойових дій та відновлення впевнених позицій миру – його доцільно обмежити, і продовжити лише ті зовнішньоторговельні контракти, які є довготерміновими та стратегічно важливими для інтеграції України до європейських структуру.

Список використаних джерел:

1. Гонак І. М. Дослідження особливостей економічного суперництва на світових ринках зброї: світ і Україна. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2017. Вип. 27. С. 246–255. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/2450/1/PB-27-246-255.pdf> (дата звернення 15.11.2022).
2. Гусев Ю. Як Оборонна промисловість може стати драйвером післявоєнної економіки України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/30/690957/> (дата звернення 15.11.2022).
3. Кулицький С. Сучасний етап розвитку оборонно-промислового комплексу і виробництва продукції подвійного призначення в Україні. *Україна: події, факти, коментарі*. 2018. № 5. С. 54–69. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2018/ukr5.pdf> (дата звернення 15.11.2022).
4. Слободяник С. П. Український оборонно-промисловий комплекс у системі міжнародних економічних зв'язків. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2014. № 38. С. 95–101. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/7253> (дата звернення 03.02.2023).
5. Mardones Cristian Economic effects of isolating Russia from international trade due to its 'special military operation' in Ukraine. *European Planning Studies*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654313.2022.2079074> (дата звернення 03.02.2023).
6. Orhan Ebru. The Effects of the Russia – Ukraine War on Global Trade. *Journal of International Trade, Logistics and Law*. 2002. Vol. 8. No 1. P. 141–146. URL: http://jital.org/index.php/jital/article/view/277/pdf_150 (дата звернення 03.02.2023).
7. Zanfei Antonello How exogenous is war? The links between economic, military, trade and industrial policies in the upsurge of Russia-Ukraine conflict. *Journal of Industrial and Business Economics*. 2022. № 49. P. 759–760. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40812-022-00234-0> (дата звернення 03.02.2023).

8. Top OPK – 2021: Щорічний рейтинг підприємств OPK України. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2021/05/top-vpk.html> (дата звернення 15.11.2022).
9. Скільки зброї і кому продавала Україна під час війни та до її початку. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/03/17/infografika/suspilstvo/skilky-zbroyi-komu-prodavala-ukrayina-vijny-ta-yiyi-pochatku> (дата звернення 15.11.2022).
10. Surge in arms imports to Europe, while US dominance of the global arms trade increases. URL: <https://www.sipri.org/media/press-release/2023/surge-arms-imports-europe-while-us-dominance-global-arms-trade-increases> (дата звернення 14.03.2023).
11. Market share of the leading exporters of major weapons between 2017 and 2021, by country URL: <https://www.statista.com/statistics/267131/market-share-of-the-leading-exporters-of-conventional-weapons/> (дата звернення 16.12.2022).
12. План Проекту відновлення України: Матеріали робочої групи «Розвиток військово-промислового комплексу» / Національна рада з відновлення України та наслідків війни. 2022. 57 с. URL: <https://ua.unc2022.com/plan-vidnovlennya-ukrayini> (дата звернення 15.11.2022).
13. Наукова та інноваційна діяльність України / Державна служба статистики України. Київ: 2021. 214 с. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 15.11.2022).

References:

1. Honak I. M. (2017). Doslidzhennia osoblyvostei ekonomichnoho supernytstva na svitovykh rynkakh zbroi: svit i ukraina [Elektronnyi resurs]. *Podilskyi visnyk: silske hospodarstvo, tekhnika, ekonomika*, 27, 246–255. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/2450/1/PB-27-246-255.pdf> [in Ukrainian].
2. Husiev Yu. Yak Oboronna promyslovist mozhe staty draiverom pisliavoiennoi ekonomiky Ukrainy. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/30/690957/> [in Ukrainian].
3. Kulytskyi S. (2018). Suchasnyi etap rozvytku oboronno-promyslovoho kompleksu i vyrobnytstva produktsii podviinoho pryznachennia v Ukraini. *Ukraina: podii, fakty, komentari*, 5, 54–69. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2018/ukr5.pdf> [in Ukrainian].
4. Slobodianyuk C. P. (2014). Ukrainyskyi oboronno-promyslovyi kompleks u systemi mizhnarodnykh ekonomichnykh zviazkiv. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury*, 38, 95–101. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/7253> [in Ukrainian].
5. Mardones Cristian. Economic effects of isolating Russia from international trade due to its ‘special military operation in Ukraine. *European Planning Studies*. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09654313.2022.2079074>.
6. Orhan Ebru. (2022). The Effects of the Russia – Ukraine War on Global Trade. *Journal of International Trade, Logistics and Law*, 8, 1, 141–146. URL: http://jital.org/index.php/jital/article/view/277/pdf_150.
7. Zanfei Antonello. (2022). How exogenous is war? The links between economic, military, trade and industrial policies in the upsurge of Russia-Ukraine conflict. *Journal of Industrial and Business Economics*, 49, 759–760. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40812-022-00234-0>.
8. Top OPK – 2021: Shchorichnyi reitynh pidpriemstv OPK Ukrainy. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2021/05/top-vpk.html> [in Ukrainian].
9. Skilky zbroi i komu prodavala Ukraina pid chas viiny ta do yii pochatku. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/03/17/infografika/suspilstvo/skilky-zbroyi-komu-prodavala-ukrayina-vijny-ta-yiyi-pochatku> [in Ukrainian].
10. Surge in arms imports to Europe, while US dominance of the global arms trade increases. URL: <https://www.sipri.org/media/press-release/2023/surge-arms-imports-europe-while-us-dominance-global-arms-trade-increases>.
11. Market share of the leading exporters of major weapons between 2017 and 2021, by country. URL: <https://www.statista.com/statistics/267131/market-share-of-the-leading-exporters-of-conventional-weapons/> [in Ukrainian].
12. Plan Proiektu vidnovlennia Ukrainy. (2022). Materialy robochoi hrupy «Rozvytok viiskovo-promyslovoho kompleksu» / Natsionalna rada z vidnovlennia Ukrainy ta naslidkiv viiny. URL: <https://ua.unc2022.com/plan-vidnovlennya-ukrayini> [in Ukrainian].
13. Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy. (2021). Kyiv: 2021. 214 p. URL: www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-129-141

УДК 338:336.7

Д. Ф. Старостенко, аспірант
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра
Моторного
П. М. Макаренко, д. е. н. професор,
Полтавський державний аграрний університет

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ФІНАНСОВО-ПРОМИСЛОВИХ КОМПАНІЙ

Анотація. В статті сформульовано визначення сутності поняття «бізнес-процес». Наведено класифікацію бізнес-процесів фінансово-промислових компаній. Обґрунтовано компоненти забезпечення ефективного управління бізнес-процесами фінансово-промислової компанії. Зазначено, що структура бізнес-процесів вітчизняних організацій включає три основні рівні – виконавчий, середній (управлінський) та операційний. На кожному з цих рівнів співробітники виконують певні функції, що дозволяє підтримувати безперебійну діяльність для досягнення короткострокових і довгострокових цілей та контролювати цю роботу. Цей тип розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній є базовим і може бути розширений індивідуальними стратегіями розподілу ресурсів. Варто відзначити, що трирівнева структура бізнес-процесів фінансово-промислової компанії є універсальною і може застосовуватися в організаціях різного профілю завдяки своїй простоті та ефективності. У той же час існують і відмінні типи процесів, які застосовуються в компаніях, і їх особливості значною мірою впливають на специфіку бізнесу та результати. Виявлено основні напрями організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній.

Ефективність розвитку бізнес-процесів фінансово-промислової компанії залежить від внутрішніх факторів, серед яких найбільш значущими є техніко-технологічна оснащеність, використання сучасних інформаційних технологій, кваліфікація персоналу. Особливе значення для внутрішніх факторів в управлінні набуває те, що вони визначають взаємовідносини між працівниками компанії та мають визначальний вплив на систему взаємодії із зовнішнім середовищем при формуванні організаційного забезпечення. Розробка, впровадження та ефективне управління інноваціями є домінуючим чинником економічного та організаційного забезпечення розвитку компанії. У більшості випадків рівень управління інноваційним потенціалом не відповідає вимогам конкурентного ринкового середовища та через недосконалість економіко-організаційного механізму стає критичним фактором ефективного функціонування фінансово-промислової компанії та підтримки її керуючих бізнес-процесів. Саме ці процеси відповідають за управління та підтримку всіх організаційних складових фінансово-промислової компанії та, в першу чергу, досягнення нею стратегії розвитку.

Система організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів – це спосіб управління фінансово-промисловою компанією, де діяльність розглядається як сукупність взаємопов'язаних процесів, спрямованих на створення цільового результату (товару або послуги), що представляє цінність для споживача та приносить дохід фінансово-промисловій компанії в цілому. Ефективність вимірюється не за якістю виконання окремих функцій кожним із підрозділів компанії, а за сукупним результатом, отриманим в ході виконання всіх функцій, по всьому ланцюжку створення цінності в фінансово-промисловій компанії.

Ключові слова: бізнес-процеси, економічне забезпечення, організація розвитку бізнес-процесів, фінансово-промислові компанії, моніторинг бізнес-процесів.

JEL code classification: L21, M11, O31

Starostenko D., graduate student,

*Dmitro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Makarenko P., D.Sc, Professor,
Poltava State Agrarian University*

THEORETICAL FEATURES OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF BUSINESS PROCESSES OF FINANCIAL AND INDUSTRIAL COMPANIES

***Summary.** The article defines the essence of the concept of «business process». The classification of business processes of financial and industrial companies is presented. The components of ensuring effective management of business processes of a financial and industrial company are substantiated. The structure of business processes of domestic organizations includes three main levels – executive, middle (management) and operational. At each of these levels, employees perform specific functions that allow for the smooth operation of short-term and long-term goals and the control of this work. This type of development of business processes of financial and industrial companies is basic and can be expanded by individual resource allocation strategies. It is worth noting that the three-level structure of business processes of a financial and industrial company is universal and can be used in organizations of various profiles due to its simplicity and efficiency. At the same time, there are different types of processes that are used in companies, and their features greatly affect the specifics of the business and the results. The main directions of organizational and economic support for the development of business processes of financial and industrial companies have been identified.*

The efficiency of business processes development of a financial and industrial company depends on internal factors, among which the most significant are technical and technological equipment, use of modern information technologies, and personnel qualifications. Internal factors in management are of particular importance. It determines the relationship between the company's employees and have a decisive impact on the system of interaction with the external environment in the formation of organizational support.

The system of organizational and economic support for the development of business processes is a management method of financial and industrial company, where activities are considered as a combination of interrelated processes directed at creating a goal result (product or service) that has a value for the consumer and generates income for the financial and industrial company. The efficiency is not measured by the quality of performance of individual functions by each of the company's divisions, but by the aggregate result obtained in the course of performing all functions along the entire value chain of financial and industrial company.

***Key words:** business processes, economic support, organization of business process development, financial and industrial companies, monitoring of business processes.*

Постановка проблеми. Інтеграційні процеси, що відбуваються в українській економіці, висока конкуренція, тиск кризових факторів, висока непередбачуваність змін у зовнішньому середовищі вимагають від українських фінансово-промислових компаній постійного пошуку нових, більш ефективних методів управління. Відчутні турбулентності на споживчому ринку, коливання товарообороту інколи на рівні критичних для стабільної діяльності фінансово-промислових компаній значень потребують оновлення систем управління всіма господарськими процесами за критеріями максимізації ефективності та мінімізації ризиків. Тобто йдеться про реформування всієї системи організаційно-економічного забезпечення

розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній в умовах агресивного бізнес-середовища, посилення кризових викликів.

Аналіз останніх досліджень. Питанням обґрунтування розвитку організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній представлені у роботах таких авторів як: Гончарова О. М., Кузнєцов А. І., Мирошніченко Ю. В., Пономаренко В. С., Червякова В. В., Чорнобай Л. І., Черчик Л. М., Янковий О. Г. та ін. У проаналізованих наукових роботах наведені основні положення щодо сутності бізнес-процесів, досліджено класифікацію бізнес-процесів фінансово-промислової компанії за основними ознаками групування та обґрунтування компонентів формування та розвитку бізнес-процесу фінансово-промислової компанії. Невирішеними залишаються питання обґрунтування складових компонентів організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній.

Формулювання мети статті. Визначити сучасні компоненти організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній.

Основна частина. Фінансово-промислова компанія - це об'єднання, яке створюється за рішенням Кабінету Міністрів України на певний строк з метою реалізації конкретної державної програми структурної перебудови розвитку та активізації виробництва пріоритетної галузі. Вона концентрує об'єднання юридично та економічно самостійних організаційно-правових структур різних галузей господарства. Фінансово-промисловою компанією очолює головне підприємство - комерційний банк або фінансово-кредитна установа, яка розпоряджається капіталом підприємств, що входять до складу компанії, координує всі сфери її діяльності.

Створення цінностей для зовнішніх та внутрішніх клієнтів компанія здійснює на засадах якісного виконання бізнес-процесів.

Важливість дослідження бізнес-процесів компанії виходить з усвідомлення того, що при формуванні наочної картини ефективного функціонування кожного виробничого процесу чи процесу надання послуги із визначенням хто є його власником та кінцевим споживачем – дає розуміння як розвивати, де шукати нові можливості, та як будувати стратегію кожної структурної одиниці та об'єднання в цілому.

В залежності від якості виконаних бізнес-процесів власники приймають рішення щодо їх автоматизації, інвестування, ремонту матеріально-технічної бази та оновлення обладнання. Такі заходи націлені на розширення асортименту наявних товарів та послуг за їх попитом та оптимізацію грошово -матеріальних витрат виробництва і реалізації.

Кожен член компанії та його команда бачитимуть не лише своє місце, а і власний вплив на кінцевий результат, розумітимуть як загальні «правила гри» так і конкретну роль у виконанні креативних і складних задач з «відповідними фінансовими ризиками, особливо у період кризи» [1, с. 262].

Бізнес-процес визначається як серія завдань або набір заходів, які виконуються групою зацікавлених сторін для досягнення організаційної мети. Бізнес-процеси виконуються людьми або системами в структурований спосіб для досягнення заздалегідь визначеної мети [2, с. 79]. Налагоджене виконання бізнес-процесів безпосередньо сприяє успіху бізнес-операцій та зростанню їх ефективності. Бізнес-процес в більш простій термінології визначається як набір дій і завдань, після виконання яких буде досягнуто організаційну мету. Кожен крок у бізнес-процесі означає завдання, яке призначається учаснику. Для того, щоб бізнес-процес був реалізованим, компанія повинна встановити набір правил ведення бізнесу. Це називається бізнес-операційною моделлю. Однак слід

розуміти, що бізнес-операційна модель не є чимось тривіальним для організації, яку потрібно змінити [3, с. 187].

Сучасні умови функціонування інноваційно-активного підприємництва вимагають створення адекватного економічного та організаційного забезпечення процесу формування інноваційного потенціалу фінансово-промислових компаній, що забезпечує розвиток кадрового потенціалу, договірної та фінансової діяльності. Інноваційно-активні підприємства – це структурні складові компанії, які займаються розробкою, впровадженням, підтримкою та використанням інновацій як у функціональних сферах, так і у сфері забезпечення їх діяльності. Розробка, впровадження та ефективне управління інноваціями є домінуючим чинником економічного та організаційного забезпечення розвитку компанії. У більшості випадків рівень управління інноваційним потенціалом не відповідає вимогам конкурентного ринкового середовища та через недосконалість економіко-організаційного механізму стає критичним фактором ефективного функціонування фінансово-промислової компанії та підтримки її керуючих бізнес-процесів. Останні відповідають за управління та підтримку всіх організаційних складових фінансово-промислової компанії та, в першу чергу, досягнення нею стратегії розвитку.

При загальному підході керуючі бізнес-процеси поєднуються з основними та допоміжними або обслуговуючими. Класифікація бізнес-процесів фінансово-промислової компанії залежить від ознаки групування (Табл. 1.)

Таблиця 1

Класифікація бізнес-процесів фінансово-промислової компанії за основними ознаками групування

Ознака групування	Перелік бізнес-процесів
За результативністю:	Основні, обслуговуючі, управління, розвитку.
За споживачами:	Зовнішні, внутрішні.
За деталізацією вивчення:	Бізнес-процеси верхнього рівня, детальні бізнес-процеси, елементарні бізнес-процеси.
За варіантами ідентифікації:	Наскрізні, функціональні.
За функціями управління:	Планування діяльності, ведення діяльності, реєстрація фактів господарської діяльності, аналізування, контролювання та поліпшення.
За рівнем складності:	Прості, складні.
За рівнем впливу на результати:	Ключові, критичні.

Джерело: [8, с. 212]

Аналіз Таблиці 1 показав, що види і типи бізнес-процесів фінансово-промислової компанії формуються за предметом вивчення як верхнього так і нижнього рівня. Верхні бізнес-процеси охоплюють аналіз бізнес-процесів компанії «зверху» - діяльність компанії розглядається в аспекті створення цінностей без деталізації та подробиць. На нижньому рівні аналізуються «вузькі місця» та детально розглядається вхід-процес-результат бізнес-процесу.

Завдяки цьому організаційно-економічну стратегію розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній слід розглядати як цілеспрямовану програму дій щодо створення та реалізації соціально-економічного механізму, здатного впливати на процеси виробництва, зберігання, просування продукції з метою підвищення її якості, доступності, зниження собівартості, забезпечення інших критеріїв конкурентоспроможності шляхом комерціалізації інновацій для забезпечення вимог продовольчої безпеки держави [5].

Таким чином, щоб успішно інтегрувати підприємства та банківські установи фінансово-промислових компаній в складне конкурентне середовище, їх менеджмент має постійно відслідковувати та оцінювати інноваційні зміни, що відбуваються поза ним. Ефективність розвитку бізнес-процесів фінансово-промислової компанії також залежить від внутрішніх факторів, серед яких найбільш значущими є техніко-технологічна оснащеність, використання сучасних інформаційних технологій, кваліфікація персоналу. Особливе значення для внутрішніх факторів в управлінні набуває те, що вони визначають взаємовідносини між працівниками інноваційно-активного підприємства та мають визначальний вплив на систему взаємодії із зовнішнім середовищем при формуванні організаційного забезпечення. Внутрішні чинники визначають ступінь відповідності інноваційної стратегії та цілей кожній функціональній сфері: загальне управління, економіка, фінанси, науково-технічний розвиток, виробництво, маркетинг, кадри. Таким чином, в основу принципів інтелектуалізації економіки покладено сучасну парадигму інноваційного потенціалу підприємства. Сучасний етап економічного розвитку тісно пов'язаний із використанням інтелектуальних ресурсів, зокрема інтелектуального капіталу, інтелектуальної праці та інтелектуальних продуктів, які, у свою чергу, також можна використовувати як інноваційні засоби виробництва [6, с. 163].

Наявність, якісний та кількісний склад інтелектуальних ресурсів фінансово-промислової компанії, форма їх залучення (власні чи позикові), здатність структурних підрозділів як відкритих систем генерувати, використовувати та своєчасно залучати новітні інтелектуальні знання та продукцію – це те, що забезпечує використання інтелектуальних ресурсів для поступального, постійного інноваційного розвитку підприємства. Тобто інтелектуальними ресурсами (як одним із видів нематеріальних

ресурсів), а також матеріальними ресурсами необхідно управляти, створювати відповідну систему організації інноваційної діяльності та розвитку інноваційного потенціалу [7, с. 204].

ВРМ (business process management, управління бізнес-процесами) – концепція процесного управління, яка розглядає бізнес-процеси як особливі ресурси фінансово-промислової компанії, що безперервно адаптуються до постійних змін; основні принципи даної концепції – зрозумілість та прозорість бізнес-процесів. Досягається це за рахунок їх моделювання з використанням програмного забезпечення для моніторингу, моделювання та аналізу бізнес-процесів, динамічного перестроювання моделей бізнес-процесів силами персоналу та засобами програмних систем. ВРМ відповідає на наступні питання: як, де, коли, навіщо та як виконується робота, хто відповідає за її виконання [10, с. 167].

Для того, щоб бізнес міг організувати себе для впровадження операційної моделі, йому потрібно буде створити багато можливостей. Ці можливості охоплюють поєднання людей, процеси та технології, де кожен вимір внутрішньо пов'язаний один з одним. Компонент «Люди» включає: організаційну структуру; ролі та обов'язки; структуру винагороди; людей або людські політики. У той час як технологія повинна підтримувати компонент «Люди», потрібно багато знати про компонент «Процес», щоб розробити організаційну структуру. З іншого боку, компонент «Процес» потребує врахування можливостей і структур. Серед них: структура архітектури процесу; групи/моделі процесів; ланцюжки вартості високого рівня; перелік наскрізних бізнес-процесів; і система управління перевагами (це лише деякі з них).

Організаційно «Бізнес-процес» поєднує вхід, вихід, механізм управління та контрольні точки (рис. 1).



Рис. 1. Компоненти бізнес-процесу фінансово-промислової компанії

Джерело: [8, с. 98]

Варто відзначити, що структура бізнес-процесів фінансово-промислових компаній включає три основні рівні – виконавчий, середній (управлінський) та операційний. На кожному з цих рівнів співробітники виконують певні функції, що дозволяє підтримувати безперебійну діяльність для досягнення короткострокових і довгострокових цілей і контролювати цю роботу [13, с. 23]. Цей тип розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній є базовим і може бути розширений індивідуальними стратегіями розподілу ресурсів. Трирівнева структура бізнес-процесів фінансово-промислових компаній є універсальною і може застосовуватися в структурних одиницях різного профілю завдяки своїй простоті та ефективності. У той же час існують і відмінні типи процесів, які застосовуються в компаніях, і їх особливості значною мірою впливають на специфіку бізнесу та результати [14, с. 41].

Отже, бізнес-процеси описують дії, які здійснюються структурними одиницями компанії для надання продукту чи послуги. Зазвичай вони представлені у вигляді серії послідовних кроків і

розкладаються на ієрархії, які часто починаються з найвищого рівня ланцюжка створення вартості та спускаються до рівня, який трохи вище рівня завдання. При моделюванні наявних бізнес-процесів компанії використовують схему бізнес процесу. Схема бізнес-процесу є його графічним зображенням від початку і до кінця, включаючи всі проміжні етапи, окремі дії і взаємозв'язки всередині процесу. Детальна схема дозволяє проаналізувати, як насправді здійснюється даний процес, і вказує, на що слід звернути особливу увагу, щоб досягти поставлених бізнес-цілей і завдань. Зазвичай схеми процесів представлені у вигляді серії діаграм, організованих в ієрархію, що відображає те, як бізнес бачить свою роботу. Вони надають альтернативний погляд на те, що робить бізнес, і їх можна порівняти як з бізнес-функціями, так і з бізнес-можливостями, обидві з яких представлені ієрархіями елементів. Бізнес-функції зазвичай забезпечують бізнес-цінність і організовані відповідно до необхідних навичок та організаційної структури. Бізнес-можливості більш абстрактні та зосереджені на тому, які здібності потрібні, і, як наслідок, вони, як правило, менш мінливі [15, с. 71]. Однією з проблем моделювання бізнес-процесів є те, що до моменту завершення завдання процеси, швидше за все, зміняться. Незважаючи на те, що більш поширеним є прив'язування архітектурних зусиль до добре розробленої моделі можливостей, модель бізнес-процесів все одно має свою мету та допомагає досліднику зрозуміти, як досягається бізнес-цінність і потік дій, що її створює.

На сучасному етапі розвитку переважна більшість фінансово-промислових компаній зосереджені на отриманні максимального прибутку. Проте стрімкі зміни у зовнішньому середовищі призвели до потреби зміни не лише процесів організації діяльності, а до переформатування стратегічних цілей фінансово-промислових компаній відповідно до тенденцій європейського ведення бізнесу. Це

призвело до впровадження процесного підходу, який поширюється на всі сфери діяльності фінансово-промислових компаній, орієнтація бізнес-процесів до нових стратегічних цілей – всебічне задоволення потреб споживача на внутрішньому та зовнішньому ринках

Процесний підхід до організації бізнес процесів підприємства зосереджений на розмежуванні обов'язків та рівнів відповідальності. Це потребує формування набору методів та інструментів організації та контролю бізнес процесів на всіх рівнях організації, які формують систему управління бізнес-процесами підприємства. Управління бізнес-процесами підприємства пов'язане з формуванням методів, інструментів, заходів організації та контролю за бізнес процесами на всіх стадіях організації виробництва та реалізації продукції

В епоху великих даних та штучного інтелекту [16] управління фінансами є ключовим елементом загальної стратегії формування організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів фінансово-промислових компаній. Крім того, слід відзначити, що механізм планування та реалізація бізнес-процесів залежить від багатьох факторів. До вирішальних відноситься: галузь діяльності фінансово-промислових компаній, стратегічні цілі підприємства, форма організації підприємницької діяльності, способи ведення конкурентної боротьби та інше.

Висновки. Дослідження показують, що бізнес-процеси підприємств фінансово-промислової компанії формуються за сукупністю виробничих ресурсів та визначаються як сукупність завдань, які необхідно виконати для досягнення заздалегідь визначеної мети учасників та об'єднання в цілому.

Система організаційно-економічного забезпечення розвитку бізнес-процесів – це спосіб управління фінансово-промисловою компанією, де діяльність розглядається як сукупність взаємопов'язаних процесів, спрямованих на створення цільового

результату (товару або послуги), що представляє цінність для споживача та приносить дохід фінансово-промислової компанії в цілому. Основною відмінністю від інших способів управління є те, що результат діяльності оцінюється не за якістю виконання окремих функцій кожним із підрозділів організації, а за сукупним результатом, отриманим в ході виконання всіх функцій, по всьому ланцюжку створення цінності в фінансово-промислової компанії. Це досягається за рахунок скорочення витрат взаємодії між функціональними підрозділами, завдяки правильній організації процесів.

Перспективами подальших розвідок у напрямку дослідження є розробка алгоритму формування та розвитку структури бізнес-процесів фінансово-промислової компанії у післявоєнний період відбудови національної економіки, розробка умов диверсифікації бізнес-процесів як фактора підвищення ефективності виробництва.

Список використаних джерел:

1. Александрова К. Удосконалення бізнес-процесів для підвищення якості та безпеки продукції підприємства. *Бізнес інформ*. 2018. № 6. С. 261–268.
2. Гончарова О. М. Реінжиніринг бізнес-процесів як метод процесного управління. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. № 10 (151). С. 78–82.
3. Дубініна В. Теоретичні аспекти класифікації бізнес процесів підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 7. С. 186–189.
4. Здобувач А. Бізнес-перспектива використання інформаційних технологій при реалізації ERP-проекту на підприємстві. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 24.7. С. 344–350.
5. Кузнецов А. І. Методика проведення обстеження бізнес-процесів підприємства. Портал іTeam Технології корпоративного управління. URL: http://www.iteam.ru/publications/it/section_51/article_1469 (дата звернення 12.03.2023).
6. Мержинський Є., Комазов П. Побудова інформаційної системи структурного моделювання бізнес-процесів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 25. С. 162–166.
7. Мирошниченко Ю. В., Філіпова А. І. Науково-понятійний апарат реінжинірингу бізнес-процесів підприємства. *Бізнес-Інформ*. 2012. № 6. С. 203–206.
8. Полінкевич О. М. Механізми адаптації бізнес-процесів промислових підприємств до нової економіки : монографія. Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2014. 448 с.
9. Пономаренко В. С. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2013. 244 с.
10. Червякова В. В. Формування комбінованої бізнес-моделі підприємства автосервісу в умовах контролінгу. *Бізнес Інформ*. 2013. № 9. С. 166–171.
11. Чорнобай Л. І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. С. 125–131.
12. Черчик Л. М. Реінжиніринг бізнес-процесів як інструмент управління стратегічними змінами. *Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету*. 2013. Вип. 10 (38). С. 233–241.
13. Чухрай Н. І. Бізнес-модель як джерело інноваційного зростання. *Управлінські інновації*. 2012. Вип. 1. С. 21-33.

14. Шепиленко В. Теоретичні основи організації бізнес-процесів промислового підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2022. № 1(91). С. 39-46.
15. Янковий О. Г., Грінченко Р. В. Використання бізнес-моделей як елементів бізнес-інжинірингу підприємств. *Бізнес Інформ*. 2019. № 8. С. 70–75.
16. Brynjolfsson E.; McAfee, A. The business of artificial intelligence. *Harv. Bus. Rev.* 2017. Vol. 7. P. 3–11.
17. Brock J. K.-U., von Wangenheim, F. Demystifying AI: What Digital Transformation Leaders Can Teach You about Realistic Artificial Intelligence. *Calif. Manag. Rev.* 2019. Vol. 61. P. 110–134.
18. Canhoto A. I., Clear, F. Artificial Intelligence and Machine Learning as Business Tools: A Framework for Diagnosing Value Destruction Potential. *Bus. Horiz.* 2020. Vol. 63. P. 183–193.
19. Goffin K., Mitchell R. *Innovation Management*. New York : Palgrave Macmillan, 2010, 416 p.
20. Haarhaus T., Liening A. Building Dynamic Capabilities to Cope with Environmental Uncertainty: The Role of Strategic Foresight. *Technol. Forecast. Soc. Chang.* 2020. P. 155.

References:

1. Aleksandrova K. (2018). Udoskonalennia biznes-protseviv dlia pidvyshchennia yakosti ta bezpeky produktsii pidpriemstva. *Biznes inform*, 6, 261–268.
2. Honcharova O. M. (2013). Reinzhyrnyh biznes-protseviv yak metod protseivnoho upravlinnia. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, 10 (151), 78–82 [in Ukrainian].
3. Dubinina V. (2014). Teoretychni aspekty klasyfikatsii biznes protseviv pidpriemstva. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, 7, 186–189[in Ukrainian].
4. Zdobuvach A. (2014). Biznes-perspektyva vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii pry realizatsii ERP-proektu na pidpriemstvi. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 24(7), 344–350 [in Ukrainian].
5. Kuznietsov A. I. Metodyka provedennia obstezhennia biznes-protseviv pidpriemstva. Portal iTeam Tekhnolohii korporatyvnoho upravlinnia. URL: http://www.iteam.ru/publications/it/section_51/article_1469 [in Ukrainian].
6. Merzhynskiy Ye., Komazov P. (2019). Pobudova informatsiinoi systemy strukturnoho modeliuвання biznes-protseviv. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, 25, 162–166 [in Ukrainian].
7. Myroshnychenko Yu. V., Filipova A. I. (2016). Naukovo-poniatiyni aparat reinzhyrnyhу biznes-protseviv pidpriemstva. *Biznes-Inform*, 6, 203–206 [in Ukrainian].
8. Polinkevych O. M. (2014). Mekhanizmy adaptatsii biznes-protseviv promyslovykh pidpriemstv do novoi ekonomiky : monohrafiia. Lutsk : RVV Lutskoho NTU [in Ukrainian].
9. Ponomarenko V. S. (2013). Teoriia ta praktyka modeliuвання biznes-protseviv: monohrafiia. Kharkiv. : Vyd. KhNEU [in Ukrainian].
10. Cherviakova V. V. (2013). Formuvannia kombinovanoi biznes-modeli pidpriemstva avtoservisu v umovakh kontrolinhu. *Biznes Inform*, 9, 166–171[in Ukrainian].
11. Chornobai L. I. (2013). Biznes-protsevy pidpriemstva: zahalna kharakterystyka ta ekonomichna sut. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*, 125–131[in Ukrainian].
12. Cherchuk L. M. (2013). Reinzhyrnyhу biznes-protseviv yak instrument upravlinnia strateichnymy zminamy. *Zbirnyk naukovykh prats Lutskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*, 10(38), 233–241 [in Ukrainian].
13. Chukhrai N. I.(2012). Biznes-model yak dzherelo innovatsiinoho zrostantia. *Upravlinski innovatsii*, 1, 21-33 [in Ukrainian].
14. Shepylenko V. (2019). Teoretychni osnovy orhanizatsii biznes-protseviv promyslovoho pidpriemstva. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, 1(91), 39-46 [in Ukrainian].
15. Yankovyi O. H., Hrinchenko R. V. (2019). Vykorystannia biznes-modelei yak elementiv biznes-inzhynirnyhу pidpriemstv. *Biznes Inform*, 8, 70–75 [in Ukrainian].
16. Brynjolfsson E., McAfee, A. (2017). The business of artificial intelligence. *Harv. Bus. Rev.*, 7, 3–11.
17. Brock J. K.-U., von Wangenheim, F. Demystifying A I. (2019). What Digital Transformation Leaders Can Teach You about Realistic Artificial Intelligence. *Calif. Manag. Rev.*, 61, 110–134.
18. Canhoto A. I., Clear, F. (2020). Artificial Intelligence and Machine Learning as Business Tools: A Framework for Diagnosing Value Destruction Potential. *Bus. Horiz.*, 63, 183–193.
19. Goffin K., Mitchell R. (2010). *Innovation Management*. New York : Palgrave Macmillan.
20. Haarhaus T., Liening A. Building Dynamic Capabilities to Cope with Environmental Uncertainty: The Role of Strategic Foresight. *Technol. Forecast. Soc. Chang.*, 155.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-142-150

УДК: 65.011.14

*Шумінська О. Б., старший викладач кафедри
гуманітарної освіти і туризму*

*ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»
olga1970@ukr.net*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

***Анотація.** У статті розкриті методологічні засади формування системи соціальної відповідальності бізнесових структур в їх органічній єдності з економічною відповідальністю як цілісності. Встановлено, що соціальна і економічна відповідальність повинна розглядатися як цілісна система, так, як від їх розвитку визначатиметься і рівень досягнення соціально-економічних цілей. Розглянуті основні сфери реалізації принципів відповідальності підприємствами. Проведені дослідження щодо розуміння корпоративної соціальної відповідальності між керівними підприємств та населення України. В контексті методології формування соціальної відповідальності розглянуті основні пріоритетні орієнтаційні погляди в системі напрямів дій. Досліджено, що результативна система соціальної відповідальності суб'єктів бізнесової діяльності може бути сформована лише на обґрунтованих теоретико-методологічних засадах корпоративної соціально-економічної відповідальності як цілісності в органічній єдності інтегрованих складових потенціалу соціально-економічних систем.*

***Ключові слова:** соціальна відповідальність, бізнес, підприємство, система, економіка.*

JEL code classification: M 21

***Shuminska O. B.,**
senior lecturer SS NULES of Ukraine «Berezhany Agrotechnical Institute»
olga1970@ukr.net*

THEORETICAL BASIS OF SOCIAL RESPONSIBILITY

***Abstract.** The article reveals the methodological foundations of the formation of the system of social responsibility of business structures in their organic unity with economic responsibility as a whole. It was established that social and economic responsibility should be considered as a whole system, so that the level of achievement of socio-economic goals will be determined from their development. The main areas of implementation of the principles of responsibility by enterprises are considered. Conducted research on the understanding of corporate social responsibility among managers of enterprises and the population of Ukraine. In the context of the methodology of the formation of social responsibility, the main priority orientation views in the system of directions of actions are considered. It has been investigated that an effective system of social responsibility of business entities can be formed only on the well-founded theoretical and methodological foundations of corporate social and economic responsibility as integrity in the organic unity of integrated components of the potential of social and economic systems.*

***Key words:** social responsibility, business, enterprise, system, economy.*

Постановка проблеми.

В сучасних умовах комплексною проблемою, яка охоплює: національний, галузевий рівні; підприємницькі структури та функціонально забезпечуючі служби є забезпечення соціальної відповідальності бізнесових структур в процесі їх корпоративної діяльності. Розв'язання даної проблеми потребує

розробки нового наукового підходу щодо формування системи забезпечення соціальної відповідальності підприємницьких структур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання соціальної відповідальності займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як Гудзинський О.Д., Гуренко Т. О., Судомир С. М., Судомир М. Р. та ін.

Проблеми визначення соціальної відповідальності знайшли своє відображення у працях М. Туган-Барановського, який критерії формування соціальної відповідальності підприємств, розглянув через розподіл доходів на предмет оцінки справедливого рівня заробітної плати як критерію соціальної відповідальності підприємства.

Г. Форд соціальну діяльність розглядав як додатковий, але важливий для організації трудових відносин. [17].

Психологічного підходу до формування системи соціальної відповідальності дотримується К. Муздибаєв, який розглядає через її напрями в контексті усвідомленості необхідності її в системі суспільної діяльності і поведінки.

Як філософсько-соціологічну категорію соціальну відповідальність бізнесу розглядають О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч та О. В. Панькова, що відображає об'єктивно необхідні відносини між особистістю та суспільством на основі їх взаємних зобов'язань, які реалізуються у свідомій та вольовій поведінці й діяльності [12].

М. Юнус – запропонував механізм створення організованої системи соціально відповідального бізнесу у формі соціального підприємництва.

М. Буковинською – охарактеризовано теоретичні аспекти визначення формування соціальної відповідальності бізнесу [9].

Х. Бергманом – розроблено теоретико-методичні засади оцінки соціальної відповідальності підприємств у сільському господарстві з урахуванням спеціалізації виробництва.

В контексті методологічного підходу до формування результативних систем управління при розв'язанні організаційних, соціальних, екологічних,

економічних та менеджерських задач розкриваються в наукових працях Гудзинського О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. [6].

Мета статті полягає в розробці системного підходу щодо формування системи забезпечення соціальної відповідальності підприємницьких структур.

Виклад основного матеріалу.

Серед основних сфер реалізації принципів відповідальності підприємствами виділяють наступні:

- 1) дотримання зобов'язань перед партнерами і працівниками;
- 2) виконання зобов'язань перед бюджетом;
- 3) дотримання правил взяття на облік і ведення готівки;
- 4) відповідальність за приховування виручки в іноземній валюті;
- 5) дотримання дисципліни щодо обов'язкових платежів до державних позабюджетних фондів;
- 6) дотримання вимог податкового законодавства;
- 7) відповідальність за якість і безпеку товарів (послуг, робіт);
- 8) дотримання стандартів;
- 9) відповідальність у сфері будівництва;
- 10) відповідальність за використання земель та інших природних ресурсів;
- 11) відповідальність за порушення митних правил і процедур;
- 12) відповідальність за шкоду, заподіяну працівниками підприємства та ін.» [18, с. 107].

У контексті соціальної відповідальності економічна наука приділяє увагу вивченню взаємовідносин бізнесу та суспільства.

Представляє науковий інтерес позиція науковців Олійника О. В. [13], Гудзинського О. Д. [5], Гудзинського С. О. [7], Судомир С. М. [5], які «соціальну відповідальність» розглядають виходячи із системного підходу через:

- стратегію бізнесових структур в контексті їх сталого розвитку;

- як основну із складових системи конкурентних переваг соціально-економічних формувань;

- усвідомлену переконаність в наданні пріоритетності ціннісним орієнтаціям і соціальній відповідальності як головним індикатором оцінки рівня цивілізованості підприємницьких структур;

- нову концепцію корпоративної соціальної відповідальності, яка покладається в основу розробки теоретико-методологічних засад формування результативного управління системними цілісностями національного, регіонального, галузевого, підприємницького та іншого спрямування в органічній єдності екологічних, соціальних, організаційних, економічних складових, як цілісностей [5].

У даний час суспільство приходить до усвідомлення, що економічний розвиток потрібно розглядати в рамках концепції суспільного розвитку, де важливу роль відіграє соціальна відповідальність бізнесу.

На думку Кусик Н. Л. соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування та перед суспільством загалом [11].

За результатами досліджень більша частина авторів підкреслюють взаємозв'язок між соціальними, економічними та екологічними аспектами, та впливами діяльності підприємств.

Нами проведені дослідження щодо розуміння корпоративної соціальної відповідальності між керівними підприємств та населення України, де встановлено різницю в напрямках корпоративної соціальної відповідальності, де керівникам підприємств більш важливим напрямом являється випус якісної продукції, а працівникам важливою складовою являється високі заробітні плати.

Однаково поділяють важливий напрямок такої складової, як чесність, прозорість та звітність, підтримка освіти та допомога малозабезпеченим.



Рис. Експертна оцінка корпоративної соціальної відповідальності

Підтримуємо позицію авторів Гудзинського О. Д., Судомир С. М., які вважають, що соціальна і економічна відповідальність повинна розглядатися як цілісна система, так, як від їх розвитку визначатиметься і рівень досягнення соціально-економічних цілей. Рівень сформованості і розвитку такої системи, як зазначають автори в свою чергу, визначатимуть рівень сформованості потенціалу: цінностей, культурних складових, етичної поведінки; соціального клімату; соціально-етичної та інноваційної сприйнятливості; світоглядного розвитку; духовної переконливості; правової культури; цільових цивілізованих установок; переконливості в обов'язковості соціальної і екологічної відповідальності; доходної справедливості суб'єктів праці; моральної складової; інтелектуалізації і компетентизації та інше [5].

Погоджуємося з авторами у запропонованих ними критеріях оцінки які охоплюють складові системної цілісності за сформованими ними блоками синергізму: організаційно-комунікаційних зв'язків внутрішньосистемного спрямування; сформованої результативної системи управління соціально-економічною діяльністю підприємства як цілісністю; розвитку потенціалу підприємств як соціально-економічної цілісності; соціальної відповідальності підприємств як соціально-економічних систем; інформаційного, аналітичного та

контрольно-відслідковуючого забезпечення; розвитку корпоративних інтересів соціально-економічних систем та ін. [6].

В контексті методології формування соціальної відповідальності проф. Судомир С. М. запропоновані основні пріоритетні орієнтаційні погляди в системі напрямів дій, які предсталені в табл. 1.

Таблиця 1

Пріоритет орієнтаційних поглядів в системі напрямів дій в контексті соціальної відповідальності

Показники	Напрями переосмислення дій
Цінностей	Орієнтація на: гармонійний розвиток систем; рівень і якість життя людей; розвиток культурної складової системної цілісності; самоорганізацію і саморозвиток; інтелектуальний розвиток та ін.
Цільових установок	Орієнтація суб'єктів діяльності на: задоволення потреб споживачів згідно з обраними сегментами ринку відповідних стратегічних зон господарювання; виконання зобов'язань перед суб'єктами за корпоративними інтересами; сталий розвиток соціально-економічних систем
Споживчих пріоритетів	Орієнтація на: якісні характеристики споживчих товарів, наданих послуг; структурної раціональності споживчих пріоритетів
Значимості факторів забезпечення успіху в діяльності суб'єктів господарювання в системній цілісності	Орієнтація на: раціонально збалансовану факторну складову функціонального забезпечення успіху в діяльності суб'єктів господарювання як системну цілісність; поведінку мінімального фактору збудження системи через розвиток фази хаосу та біфуркацій
Свідомості, світогляду	Орієнтація на: широту і глибину кругозору в системі взаємодій явищ і процесів екологічного, соціального та економічного спрямування; розуміння сутності економічних категорій і понять як динамічно-розвиваючих елементів системно-синергетичної методології; динамічно-структурної раціональності; інтелектуальний розвиток інтелектуально-людського капіталу
Сутності значної частини економічних категорій і понять	Орієнтація на: розуміння сутнісних категорій через динамічний розвиток їх якісних семантичних параметрів системних знань про явища і процеси. Орієнтація на: функціонально-забезпечуючі підсистеми управління системним розвитком

	соціально-економічних формувань через сформований потенціал їх здатності з найвищою результативністю виконувати обслуговуючі функції
Змістовності владних, власнісних, владно-власнісних відносин	Орієнтація на: раціональну збалансованість владно-власнісних відносин в тріадній взаємодії «функцій, обов'язків і відповідальності» – «ресурсів, прав і влади»; правомочність в контексті права на розпорядження і користування ресурсним потенціалом та функцією; раціональну збалансованість державної власності в різних її формах з приватною; владу через право розпоряджатися ресурсами та функцією
Відносин відповідальності	Орієнтація на: раціональну збалансованість обов'язків і відповідальності з правом розпоряджатися і користуватися ресурсами функціонального призначення; ієрархічно-спрямовану відповідальність в системі діяльності організацій та менеджменту
Ключових орієнтирів в структурі потреб та інтересів	Орієнтація на: задоволення потреб соціально-духовного при достатньому науково обґрунтованому рівні матеріального забезпечення; рівень і якість життя; саморозвиток особистісних характеристик як складових інтелектуального потенціалу
Критеріїв оцінки діяльності організацій та їхніх систем менеджменту	Орієнтація на: результативність діяльності організаційних соціально-економічних систем; результативність системи менеджменту; досягнення цілей організацій та менеджменту як головного системо утворюючого критерія

Примітка. Розробка [16]

Таким чином, як вважають автори Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. результативна система соціальної відповідальності суб'єктів бізнесової діяльності може бути сформована лише на обґрунтованих теоретико-методологічних засадах корпоративної соціально-економічної відповідальності як цілісності в органічній єдності інтегрованих складових потенціалу соціально-економічних систем [6].

Підтримуємо авторів і в тому, що соціальна відповідальність повинна охоплювати в системі такі аспекти як: психологічний, поведінковий, етичний, соціальний, організаційно-культурний, ціннісноорієнтаційний, світоглядний,

системно-інноваційний, організаційновзаємодіючий, екологічний, системно-комплексний, мотиваційно-активізаційний, інтелектуально-креативний, владно-власницький, комунікаційний, моральний, економічний, правового спрямування, управлінський та ін., кожний із яких є складовою системної цілісності, спрямованої на досягнення загальної соціально-економічної цілі організаційних формувань, має свої особливості, які повинні враховуватися при розробці методологічних засад формування результативної системи соціальної відповідальності підприємницьких структур [5].

Слід відмітити, що розвиток корпоративної культури повинен базуватися на використанні моральних принципів етичного кодексу компаній.

Висновки. На основі узагальнення теоретичних положень та сформованої мети соціальної відповідальності обґрунтована методологія розробки корпоративної соціальної відповідальності організаційних утворень як системних цілісностей, що охоплює в органічній єдності соціальну і економічну відповідальність як системну цілісність. Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність організацій перед людьми та компаніями, з якими організація взаємодіє в процесі своєї діяльності та в цілому і перед суспільством. Проведені дослідження щодо розуміння корпоративної соціальної відповідальності між керівними підприємств та населення України, де встановлено, важливим напрямом являється випуск якісної продукції, а працівникам важливою складовою являється високі заробітні плати.

Список використаних джерел

1. Oleksiv I., Lema H., Kharchuk V., Lisovych T., Dluhopolskyi O., Dluhopolska T. Identification of stakeholder's importance for the company's social responsibility using the analytic hierarchy process. 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (16-18 September 2020). Deggendorf, Germany, 2020. P. 573-576.
2. Porter M., Kramer M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. 2009. Vol. 84(12). P.78-94. URL: <http://svb.org.ua/contacts> (дата звернення 04.03.2023).
3. Антохов А. А. Інноваційні стратегії соціальної відповідальності бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 18. С. 5-10.
4. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. URL: <https://dse.org.ua/arhchive/15/3.pdf> (дата звернення 09.03.2023).
5. Гудзинський О. Д., Судомир С. М. Соціальна відповідальність бізнесової діяльності в аграрному секторі економіки. *Вісник ХНАУ*. 2018. № 3. С. 211-219.
6. Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. Теоретико-методологічні засади результативного управління розвитком підприємств: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2017. 404 с.
7. Гудзинський С. О. Соціальна відповідальність бізнесу: її сутність та роль в регулюванні зайнятості. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2013. № 2(2) С. 63-72

8. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5-26
9. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу: монографія / під заг. ред. М. П. Буковинської. Київ: ЦП «Компринт», 2015. 297 с.
10. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика / М. А. Саприкіна, О. Ляшенко, М. А. Саєнсус, Г. А. Місько, А. Г. Зінченко. Київ: ТОВ «Фарбований лист», 2011. 480 с.
11. Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. Ефективність соціально відповідальної діяльності: взаємозв'язок з інвестиційним кліматом та привабливістю. *Формування сучасних механізмів розвитку інноваційної сфери економіки*. 2013. Вип. 11. С. 280-300.
12. Новікова О. Ф., Дейч М. Є., Панькова О. В. та ін. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія. Донецьк, 2013. 296 с.
13. Олійник О. В. Соціальна відповідальність міжнародного бізнесу як стратегія діяльності підприємств України: європейський досвід. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2017. Вип. 3. С. 104-110.
14. Палех Ю. І. Ключі до успіху, або організаційна та управлінська культура. Київ: Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджмент і бізнесу, 2000. 211 с.
15. Система менеджменту інституціональної трансформації економіки України (теоретико-методологічний аспект): колективна монографія / [О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Ю. С. Гудзинська та ін.]; за заг. ред. О. Д. Гудзинського. Київ: ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2012. 771 с.
16. Судомир С. М. Формування системи управління розвитком сільськогосподарських підприємств: теорія, методологія: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2015. 469 с.
17. Форд Генрі. Моє життя та робота / пер. з англ. Уляни Джаман. Київ, 2016. 344 с.
18. Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устенко, С. І. Юрій; [За ред. С. В. Мочерного]. У 2 т. Т. 1. Львів: Світ, 2005. 616 с.

References

1. I. Oleksiv I., Lema H., Kharchuk V., Lisovych T., Dluhopolskyi O., Dluhopolska T. (2020, 16-18 September). Identification of stakeholder's importance for the company's social responsibility using the analytic hierarchy process. *10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies*, 573-576.
2. Porter M., Kramer M. (2009). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-94. URL: <http://svb.org.ua/contacts>.
3. Antokhov A. A. (2018). Innovative strategies of social responsibility of business. *Investments: practice and experience*, 18, 5-10 [in Ukrainian].
4. Grishnova O. A. (2011) Social responsibility in the context of overcoming the systemic crisis in Ukraine. <https://dse.org.ua/arhive/15/3.pdf> [in Ukrainian].
5. Gudzinsky O. D., Sudomyr S. M. (2018). Social responsibility of business activity in the agrarian sector of the economy. *KHNAU Bulletin*, 3, 211-219 [in Ukrainian].
6. Gudzinskyi O. D., Sudomyr S. M., Gurenko T. O. (2017). Theoretical and methodological principles of effective management of enterprise development: monograph. Kyiv: CP "Comprint" [in Ukrainian].
7. Gudzynskyi S. O. (2013). Social responsibility of business: its essence and role in regulating employment. *Collection of scientific works of Tavriyya State Agro-Technological University*, 2(2), 63-72 [in Ukrainian].
8. Kolot A. M. (2013). Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views. *Economic theory*, 4, 5-26 [in Ukrainian].
9. Corporate social responsibility of business: monograph (2015) / edited by M. P. Bukovynska. Kyiv: CPU "Comprint" [in Ukrainian].
10. Corporate social responsibility: models and management practice (2011) / Saprykina M. A., Lya-shenko O., Saensus M. A., Misko G. A., Zinchenko A. G., (edited by Doctor of Economics ., prof., retired figure of science and technology of Ukraine O. S. Redkina). Kyiv: "Farbovany list" [in Ukrainian].
11. Kussyk N. L., Kovalevska A. V. (2013). Effectiveness of socially responsible activity: relationship with investment climate and attractiveness. *The formation of modern mechanisms for the development of the innovative sphere of the economy*, 280-300 [in Ukrainian].
12. Novikova O. F., Deich M. E., Pankova O. V. and others. (2013). Diagnostics of the state and prospects for the development of social responsibility in Ukraine (expert assessments): monograph. Donetsk [in Ukrainian].
13. Oliynyk O. V. (2017). Social responsibility of international business as a strategy of Ukrainian enterprises: European experience. *Problems of the theory and methodology of accounting, control and analysis*, 3, 104-110 [in Ukrainian].
14. Palekh Y. I. (2000). Keys to success, or organizational and management culture. Kyiv: View of Europe. University of Finance, inform. systems, management and business [in Ukrainian].
15. The management system of the institutional transformation of the economy of Ukraine (theoretical and methodological aspect): collective monograph (2012) / [O. D. Gudzynskyi, S. M. Sudomyr, Yu. S. Gudzynska, etc.]; in general ed. O. D. Gudzinsky. Kyiv: "Agrar Media Group" [in Ukrainian].
16. Sudomyr S. M. (2015). Formation of the management system for the development of agricultural enterprises: theory, methodology: monograph. Kyiv: CP "Comprint" [in Ukrainian].
17. Ford Henry. (2016). My life and work / trans. from English Ulyan Zhaman. Kyiv.
18. Mocherny S. V. (2005). Economic encyclopedic dictionary / S. V. Mocherny, Y. S. Larina, O. A. Ustenko, S. I. Yuriy; [Editor's note S. V. Mocherny]. In 2 vols. Vol. 1. Lviv: Svit [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-151-163

УДК [336.7+330.131.7](477):004.9

Трусова Н. В., д. е. н., професор

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

trusova_natalya5@ukr.net

Чкан І. О., к. е. н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

iryna.chkan@tsatu.edu.ua

КІБЕРЗАХИСТ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Анотація. В статті актуалізовано проблеми кібератак на банківську систему України, пов'язані зі зломом електронної системи та виманювання коштів. Наведено розмежування поняття безпеки банківського сектору за рівнем і характером дій. Обґрунтовано, що швидкість цифрової трансформації в банківському секторі спричинює появу нових ризиків, особливо кібернетичних. Акцентовано, що урядом приймається нормативна законодавча база з врахуванням вимог ЄС з питання кіберзахисту банківської системи на основі якого забезпечується національна безпека країни.

Ключові слова: економіка, цифровізація, кіберризики, банківська система, кіберзахист, кібербезпека.

JEL classification: E58, G28, H56

Trusova N. V., Doctor of Economic Sciences, Professor

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

trusova_natalya5@ukr.net

Chkan I. O., PhD, Associate Professor

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

iryna.chkan@tsatu.edu.ua

CYBER PROTECTION OF THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE IN CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATIONS

Abstract. The article updates the problems of cyberattacks on the banking system of Ukraine, exacerbated by military actions and numerous cyberattacks of the aggressor country, related to the hacking of the electronic system and extortion of funds. Possible cyber threats to the banking system of Ukraine in the conditions of inevitable digitization are analyzed. Demarcation of the concept of security of the banking sector according to the level and nature of actions into the information security of the banking sector, the security of information technologies of the bank and directly the cyber security of the banking institution is presented. Research by international institutes on the analysis of the impact of Fintech on banking activities identified the key risks associated with the development of digital technologies: strategic risk, operational risk, cyber risk, compliance risk. The impact of key risks in banking related to digitalization is shown, where the cyber risk is identified as the key one, the occurrence of which has a direct impact on the entire information system of the state and on national security. New challenges to the banking system of Ukraine, caused by the war, have formed stable business models for banks, taking into account a balanced approach to risks, especially cyber risks. The conducted research gave reasons to state that the joint efforts of commercial banks and the regulator of the financial sector hardened to the biggest shocks and ensured uninterrupted work. It was emphasized that the government adopts a regulatory legislative framework taking into account EU requirements on the issue of cyber protection of the banking system, based on which the national security of the country is ensured.

Key words: economy, digitalization, cyber risks, banking system, cyber protection, cyber security.

Постановка проблеми. Питання кіберзахисту економічної системи з кожним роком набуває сильнішої проблематики, тому що кібератаки стають все

більш частими та витонченими, зачіпаючи окремо як особу, так і всю міжнародну спільноту. Фінансові установи та інфраструктура фінансового ринку найбільше піддаються кібератакам, специфіка яких змінюється майже щодня. Поширення криптовалютного світу ще більше збільшило ймовірність зломів в масштабі фінансового сектору. Інформаційні технології вже давно є ядром фінансової системи й кібербезпеки та пов'язані з нею загрози знаходяться під пильним, щоденним, безперервним наглядом центральних банків. Тенденція до зростання кіберзлочинності зробила кібербезпеку ключовим питанням державної політики для регуляторних і наглядових органів. Фінансові установи, а саме банки, стають все більш привабливою мішенню для кіберзлочинців, тому що фінансовий сектор приваблює великих інвесторів з інформаційних технологій, виділяючи значні фінансові ресурси.

Саме цифрова трансформація в банківській сфері забезпечує розширення можливостей ведення банківської справи, збереження клієнтської бази, покращення позицій на міжнародному фінансовому ринку, зменшення витрат ведення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності тощо. Все це повинно реалізовуватись під щільним контролем виявлення можливих внутрішніх і зовнішніх загроз, суб'єктивного та об'єктивного характерів, на тлі яких кіберінциденти стають найнебезпечнішими. Тому дослідження інструментів кіберзахисту фінансової системи, яка працює за допомогою банківської, потребує виваженого та детального вивчення з метою розроблення ефективного механізму кіберзахисту банківської системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Трансформація банківської діяльності під впливом цифрових технологій, створення нових банківських бізнес-моделей в своїх працях розкривають іноземні автори, такі як Forcadell F. J. [5], Eisenbach T. M., Kovner A., Lee M. J. [9] та багато інших. Трофіменко О. Г. [4] та ряд науковців досліджують широкий спектр питань, вирішення яких на основі державно-приватного партнерства створить комплексну протидію кіберзагрозам. Сучасні науковці, такі як Абрамова А. С. [2], Гончарук В., Івлєєва М., Шелудько С. А. у своїх працях досліджують ризики, які

супроводжують банківську діяльність з впровадженням нових цифрових технологій. Удосконалення механізму кібербезпеки економічного простору посилює його пріоритетність серед всіх завдань і функцій уповноважених інститутів його забезпечення. Тому дослідження цифрової трансформації банківського сектору та виявлення шляхів покращення кіберзахисту потребує подальшого дослідження.

Мета статті. Метою статті є аналіз можливих кібернетичних загроз банківській системі України в умовах неминучої дії цифровізації та визначення характеру дій кіберзагроз на різні види захисту цифри банківської системи.

Виклад основного матеріалу. На фоні повномасштабного вторгнення в Україні цифрові атаки стали невід'ємною складовою і війни, на державні сайти та сайти великих системно важливих компаній. Разом з цим кіберзлочинці опановують нові методи кібернетичних атак. Тому завданням регуляторів є збереження системності у протидії кібератакам, а банківському сектору – інвестувати в кібербезпеку. Нажаль, робота банківської системи, посилена умовами війни, в напрямі забезпечення кіберзахисту спрямована на інвестування коштів у пошук засобів захисту даних та рахунків своїх клієнтів та подолання наслідків здійснених кібератак.

За інформацією НБУ у 2022 р. майже усі кібератаки на банківський сектор здійснювались хакерськими угрупованнями, за якими стояла влада країни агресора (групи хакерів Armageddon, Fancy Bears та інші) (рис. 1). Наразі усі кібернапади країни агресора звелись до двох напрямків: DDoS-атаки різного характеру, від яких страждає вся банківська система, але не НБУ та фішингові атаки різних типів (різні види шахрайства). Майже усі фішингові атаки, які спрямовані на банківську систему, є виманюванням коштів у клієнтів банків за різними схемами надання допомоги. Аферисти використовують найпростішу соціальну інженерію, найпростіші методи створення фейкових мобільних додатків та фейкових сторінок банків, де використовується айдентика справжніх банків [1].

Насправді, кібернетичних атак на банківську систему набагато більше, ніж свідчить офіційна статистика. Це пояснюється тим, що багато з кібератак є невдалими, а виявлені прогалини в системі електронного банкінгу швидко відновлюються.

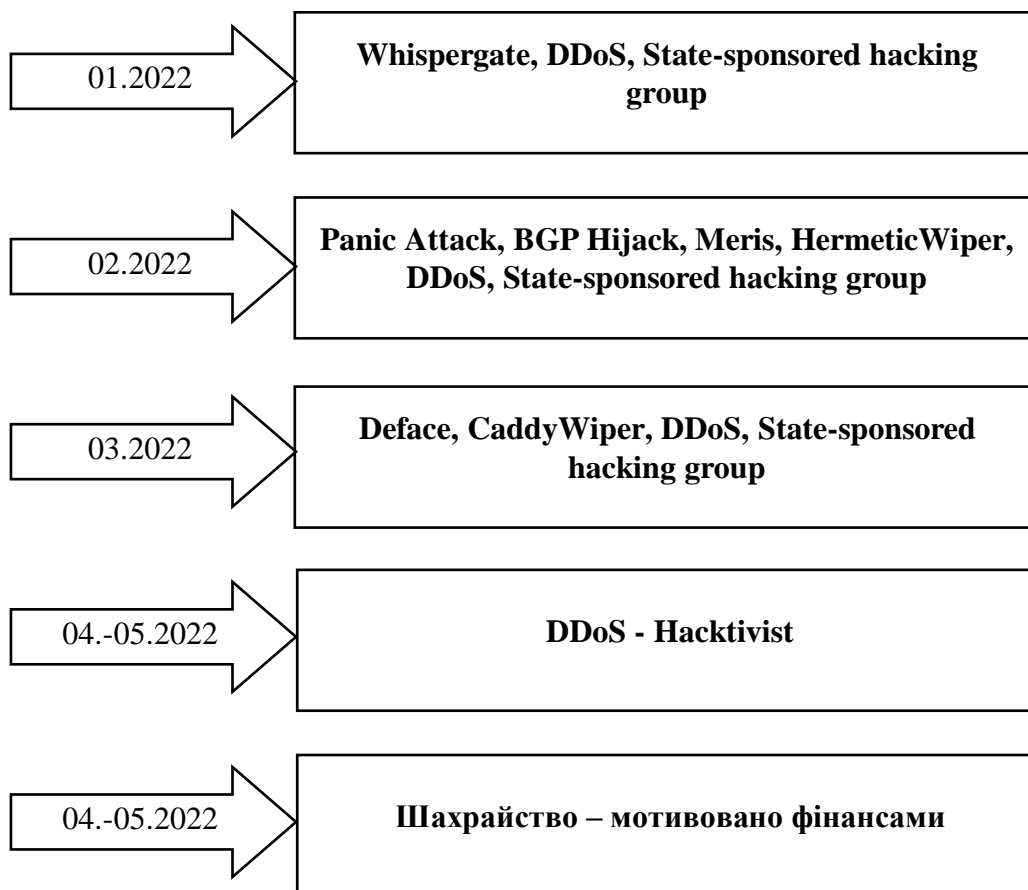


Рис. 1. Хронологія атак на НБУ та банківську систему України у 2022 році [1]

Ключовими трендами банківської цифровізації в Україні сьогодні є: оптимізація віддаленої роботи працівників банку, зростання операцій онлайн, спрощення доступу до послуг банку, розвиток каналів дистанційного продажу, боротьба з шахраями та хакерами, широке застосування технологій штучного інтелекту, перехід до управління на основі даних, програми тотальної персоніфікації, імпортозаміщення, розвиток екосистем, розробка власного програмного забезпечення та зростання потреби в ІТ-фахівцях [2, с. 187; 3].

Саме стрімкий розвиток інформаційних технологій надає окремого значення кібербезпеці, зокрема банківського сектору. Розмежування понять

формується на основі посилення їх змісту в глобалізаційному просторі. Безпека банківського сектору може носити різний характер дій. Можна виокремити інформаційну безпеку банківського сектору, безпеку інформаційних технологій банку та безпосередньо кібербезпеку банківської установи.

Інформаційна безпека банківського сектору – це безпека будь-якої інформації, включаючи паперові документи, голосову інформацію, забезпечення банківської таємниці, цензура, фізична безпека, безперервність роботи банківської установи, соціальна інженерія тощо. Найбільшою загрозою для кібербезпеки є людська помилка. Саме люди зрештою піддають ризику дані та системи через те, що їх обманом змусили надати конфіденційну інформацію, не захистили належним чином свої паролі, використали слабкі облікові дані, натиснули шкідливі посилання або відкрили підозрілі вкладення електронної пошти (85% порушень кібербезпеки є наслідком людської помилки, 94% всіх заражених файлів та програм передаються через електронну пошту) [4].

Безпека інформаційних технологій банку полягає у захисті від хакерів, вірусів, спаму, фішингу та інших загроз, що виникають, головним чином, з Інтернету. Встановлення вимог, які пред'являються до обчислювальної та комунікаційної техніки та інформації, яку вона зберігає, обробляє та передає, забезпечує цілісність, доступність та конфіденційність банківської інформації. Якщо інформаційна безпека банківського сектору в значній мірі покладається на нормативи та вимоги з державної безпеки, то організація безпеки інформаційних технологій банку покладається на керівні органи та технічне забезпечення банківської системи і таким чином реалізація захисту проводиться через організаційні та технічні елементи роботи банку. Безпека інформаційних технологій банку полягає в ефективному управлінні забезпечення безпеки банківських процесів, зокрема, використанні кіберстрахування, дотримання відповідності нормативним вимогам безпеки банку, надання гарантій безпеки, забезпечення безперервності роботи банку з виявленням потенційних кіберзагроз. Все це висуває вимоги до компетенції менеджерів банку, фінансистів, економістів, аналітиків, маркетологів, юристів із застосуванням

економіко-математичних методів. У безпеці інформаційних технологій банку все зводиться до процесів управління ризиками.

Банки зобов'язані детально відстежувати потенційні загрози та ризики. При цьому необхідно чітко розрізняти об'єкти таких кібератак. Якщо згрупувати найбільш типові кібератаки на банківський сектор, можна виділити наступні елементи атаки: конфіденційна чи банківська таємниця; банківська інфраструктура; кошти клієнтів і банку; веб-сайти банків і регуляторів [5].

Дослідження Базельського комітету з банківського нагляду з аналізу впливу фінтеху на банківську діяльність (у тому числі трансформації банківських ризиків) ключовими ризиками, пов'язаними з розвитком цифрових технологій, визначає стратегічний ризик, операційний ризик, кіберризик, комплаєнс-ризик [6].

Стратегічні ризики носять масштабний характер передбачення можливих загроз з наслідками фінансових втрат всієї банківської системи. Стратегічні ризики виникають з процесами швидкого розвитку технологій нових банківських продуктів з виходом на міжнародний рівень, що збільшує ризик втрати прибутковості банків через тривалий адаптаційний період. Процеси адаптації до нових продуктів кіберпростору банківського сектору матимуть для окремих банків затяжний характер в порівнянні з учасниками ринку, які надають аналогічні банківські послуги з нарощеною клієнтською базою. Спад прибутковості всього банківського сектору через відсутність гнучкості у взаємодії з клієнтами може послабити здатність діючих банківських установ витримувати цикли ділової активності. Це призведе до послаблення ролі соціальної системи, дестабілізації процесів реалізації державних інтересів.

Операційні ризики виникають в процесі користування електронними системами платіжної інфраструктури банківського сектору, взаємопов'язаної зі всією електронною сіткою як всередині окремої банківської установи, так і всієї мережі банків. Збій на використовуваній електронній платформі та сервері веде до збою роботи всієї банківської ІТ-інфраструктури, підкріплюючи обмеженим досвідом управління ризиками окремих банківських установ, що робить

складнішим і затратним подолання наслідків кіберінцидентів. Крім того, застарілі банківські ІТ-системи складніше «вилікувати» та адаптувати до удосконалених. Складність уникнення, подолання операційних ризиків банківської системи несуть відносини, які банки мають залучаючи спеціалізовані компанії, роблячи вразливим збереження конфіденційності і чистоти інформації, порушення норм фінансового моніторингу [7]. Але при обмежених власних можливостях забезпечення кібербезпеки банківської установи залучення легальних спеціалізованих ІТ-компаній (ІТ-outsourcing) на постійній основі є необхідною умовою забезпечення кіберзахисту [8]. Водночас, згідно зі стандартами Базельського комітету з банківського нагляду, хоча частина функціоналу банку може бути передана на аутсорсинг, ризики та зобов'язання, пов'язані з цим, залишаються за банками.

Кіберризики як результат цифрових атак, ризики функціональної моделі банківського обслуговування та ризики зараження і пошкодження персональних даних клієнтів та звітних даних діяльності банків набувають тенденції поширення, тому регулятори банківського сектору відносять до системних кіберризиків – ризик порушення стабільності банківської системи внаслідок реалізації кіберзагроз щодо окремого банку через відповідні недоліки в його кіберстійкості [9]. Кібербезпека самої банківської установи повністю покладається на органи управління банком та фахівців. Втрати цілісності даних і несанкціонованого доступу до даних клієнта, ризики порушення функціонування технічної системи в інформаційному просторі знижують довіру клієнтів, суспільства й держави в цілому у разі неможливості банку забезпечити належний рівень кібербезпеки.

Комплаєнс-ризики призводять до виникнення збитків/санкцій, додаткових втрат або недоотримання запланованих доходів або втрати репутації внаслідок невиконання банком вимог законодавства, коли банки співпрацюють з великою кількістю залучених компаній, кожна з яких прагне отримати доступ до персональних даних клієнтів, що призводить до порушення

правил добросовісної конкуренції, правил корпоративної етики, виникнення конфлікту інтересів і збереження чистоти інформації.

Банківська система під впливом ризиків цифровізації в першу чергу залежить від кібернетичних ризиків, які здійснюють безпосередній вплив на всю інформаційну систему держави і від так на її безпеку (рис. 2).

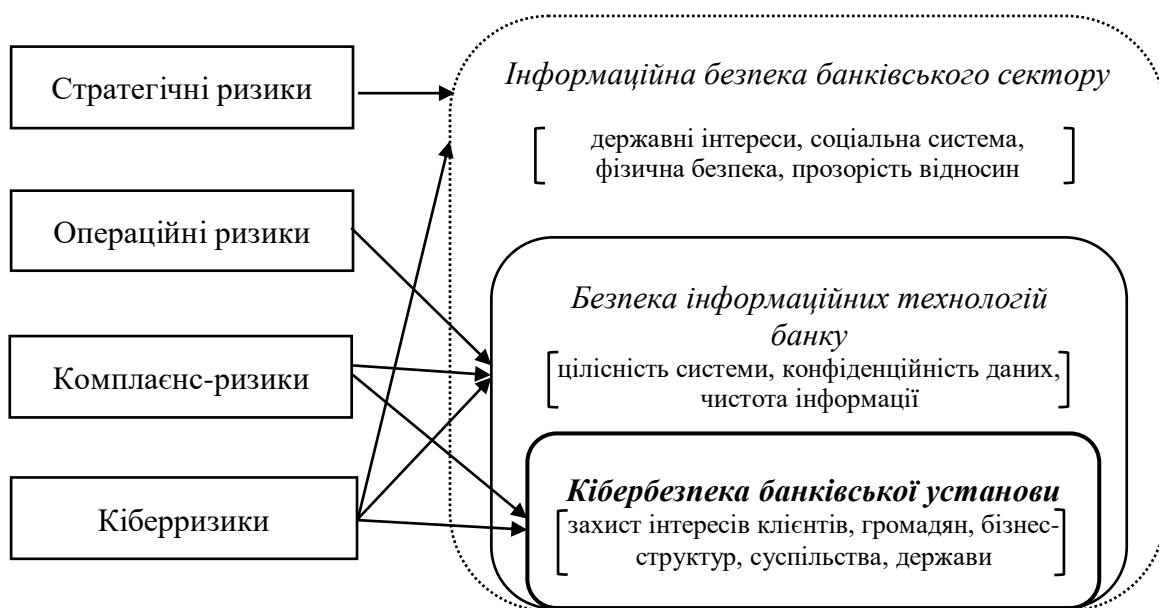


Рис. 2. Кібербезпека в системі інформаційної безпеки банківського сектору

Джерело: побудовано авторами

Забезпечення кібербезпеки банківського сектору є досить складним завданням для органів законодавчої влади і безпосередньо для органів управління установою чи організацією. Існує багато стандартів, норм і правових положень, пов'язаних з інформаційною безпекою та кібербезпекою фінансового сектору, зокрема, банківського, які час від часу змінюються, а нові нормативні акти регулярно з'являються. Найпопулярнішим і визнаним стандартом є ISO/IEC 27001 (ISO/IEC 27001 standard) «Інформаційні технології. Методи захисту. Системи управління інформаційною безпекою. Вимоги». Стандарт ISO/IEC 27001 підлягає сертифікації. Крім того є стандарти з платформи ISO 27000, які допомагають у впровадженні 27001, надаючи різні поради та передові практики [10].

Система управління кібербезпекою (CSMS), запропонована стандартом IEC 62443 (ISA/IEC 62443 standard) [11], складається з шести основних елементів: впровадити програму CSMS (щоб надати інформацію, необхідну для отримання підтримки керівництва); оцінити ризики високого рівня (виявлення та визначення пріоритетів загроз); детальна оцінка ризику (детальна оцінка технічної вразливості); встановити правила безпеки, організації та поінформованості; вибрати і впровадити контрзаходи (для зниження ризику для організації); підтримувати CSMS (щоб переконатися, що CSMS залишається ефективною і підтримує цілі організації).

Стандарт ISA/IEC 62443 містить вимоги до проектування, безпечної реалізації (програмування), верифікації та перевірки справжності, управління дефектами, управління виправленнями та закінчення терміну служби продукту з урахуванням безпеки. Цей стандарт визначає вимоги до процесу безпечної розробки продуктів, ґрунтуючись на 6 основних принципів [9, 11]: безпека периметра мережі (передбачає встановлення безпеки периметра мережі для контролю тих точок, де чужорідне програмне забезпечення може проникнути в систему автоматизації виробництва); захист робочих станцій (передбачає захист робочих станцій системи управління, щоб утруднити їх зараження шкідливим програмним забезпеченням); управління обліковими записами (передбачає управління обліковими записами); оновлення безпеки (забезпечує актуальність усіх оновлень безпеки для операційної системи та системи управління); резервне копіювання та відновлення (передбачає розробку та реалізацію плану резервного копіювання та відновлення); моніторинг безпеки та оцінка ризиків (включає моніторинг системи на предмет підозрілих активностей та оцінку ризиків).

Центральні банки зазвичай відповідають за управління та нагляд за критичною інфраструктурою (наприклад, платіжними системами) у фінансовому секторі. Відтак, кібератака на центральний банк або критично важливу інфраструктуру може не лише завдати значних грошових і репутаційних збитків самій установі, а й призвести до широкомасштабних збоїв

у фінансовій системі та, зрештою, до значних суспільних витрат. Крім того, центральні банки захищають конфіденційну інформацію, яку часто шукають злочинці. Наприклад, конфіденційний матеріал щодо майбутньої політики може стати мішенню для злочинців і залучених державних організацій в кібершпигунстві.

Національний банк України в системі протидії кіберзлочинності має подвійний статус. З одного боку, як орган державного нагляду та управління не тільки банківською системою, а і всією фінансовою системою, повинен забезпечувати функціонування налагодженого механізму кіберзахисту. З іншого боку, будучи банком, Національний банк України сам підлягає захисту.

Нові виклики банківській системі України, спричинені війною, сформували у банків стійкі бізнес-моделі з урахуванням виваженого підходу до ризиків, особливо кібернетичних. Спільні зусилля комерційних банків та регулятора фінансового сектору загартували до найбільших потрясінь і забезпечили безперебійну роботу. Так, аналітика банківського сектору України у 2022 р. суттєво не змінилась (рис. 3), кількість банків зменшилась на 4 одиниці (з них 2 з російським капіталом – Сбербанк та Промінвестбанк).

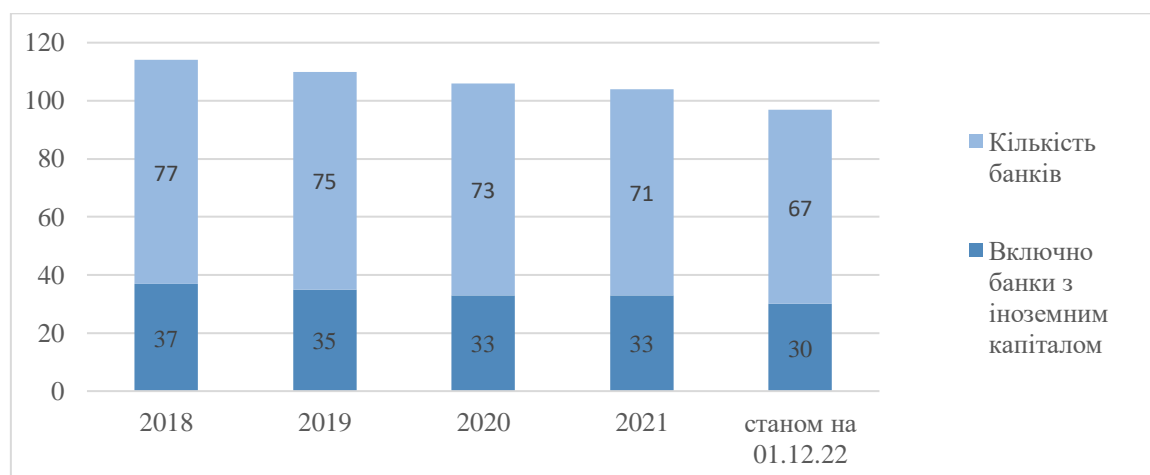


Рис. 1. Кількість банків в Україні [12]

Значним кроком в кіберзахисті банківської системи національним регулятором стала розробка вимог до функціонування системи кіберзахисту в банківській системі України, актуалізація для банків критеріїв та порядку

віднесення до об'єктів критичної інформаційної інфраструктури. Ці норми містить постанова Правління Національного банку України від 12 серпня 2022 року № 178 «Про затвердження Положення про організацію кіберзахисту в банківській системі України та внесення змін до Положення про визначення об'єктів критичної інфраструктури в банківській системі України» [13]. Національний банк унормував питання організації і забезпечення кіберзахисту в банківській системі України та визначив:

- основні засади функціонування системи кіберзахисту;
- принципи забезпечення інформаційного обміну між Центром кіберзахисту Національного банку і банками України;
- вимоги щодо заходів із забезпечення кіберзахисту об'єктів критичної інформаційної інфраструктури;
- вимоги щодо проведення незалежного аудиту інформаційної безпеки банків.

Система кіберзахисту в банківській системі України включає суб'єктів, упроваджених систем, комплексів та засобів забезпечення кіберзахисту, взаємопов'язаних заходів організаційного, технічного, інформаційного характеру щодо забезпечення належного рівня кібербезпеки та кіберстійкості системи України. Для цього створений при НБУ Центр кіберзахисту [13].

Крім того, Національний банк України з врахування вимог ЄС встановив відповідальність у разі порушення банківськими установами вимог нормативно-правових актів з питань захисту критичної інфраструктури, кіберзахисту та інформаційної безпеки, оскільки при масштабній загрозі, це може призвести до дестабілізації та платоздатності банківської системи в цілому.

Висновки. Протидіяти кіберзлочинам в сучасних умовах є завданням не тільки міжнародних організацій, а й національних регуляторів в кожній країні. Цей комплекс повинен включати правові, технічні, організаційні та інформаційні заходи й інструменти, ефективність яких залежить від своєчасного виявлення фінансових операцій, що можуть бути пов'язані з

кіберзлочинністю, використанням банківських установ для відмивання коштів, фінансуванням тероризму.

Тому важливим кроком в управлінні кібернетичними ризиками в банківській діяльності є чітко розроблена правова база на основі якої учасники електронно-дистанційного мережі матимуть базу захисту та знатимуть свою відповідальність. Не менш важливим способом кібербезпеки банківського сектору є залучення надійних інвесторів для фінансування заходів забезпечення надійного кіберзахисту, використання послуг кіберстрахування, підготовка кадрів з питань кібербезпеки, вчасне оновлення програмного забезпечення до актуальних, розвиток міжнародного співробітництва.

Таким чином, кібербезпека банківського сектору починається із заходів, які використовує сама банківська установа на основі найсучасніших цифрових технологій, забезпечуючи інформаційну безпеку не тільки банку, а й всієї країни. При цьому важливим на кожному етапі захисту від кібернетичних атак є застосування ефективних способів управління стратегічними, операційними, комплаєнс-ризиками та кіберризиками.

Список використаних джерел

1. Цифрові технології у банках в умовах війни: кейс IBOX BANK та міжнародний досвід (31 серпня 2022). URL: <https://ua.news/ua/money/tsyfrovyye-tehnologyy-v-bankah-v-uslovyah-voyny-kejs-ibox-bank-y-mezhdunarodnyj-opyt> (дата звернення 30.01.2023)
2. Абрамова А. С. Система ризиків діяльності комерційних банків в умовах цифровізації. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 4(28). С. 186-193.
3. Barr, M.S., Harris, A., Menand, L., & Xu, W. Building the Payment System of the Future: How Central Banks Can Improve Payments to Enhance Financial Inclusion. *Center on Finance, Law & Policy*. 2020. P. 1-28. URL: <https://financelawpolicy.umich.edu/sites/cflp/files/2021-07/cbotf-paper-3-future-payment-systems.pdf> (дата звернення 06.01.2023).
4. Трофіменко О. Г., Прокоп Ю. В., Логінова Н. І., Задерейко О. В. Кібербезпека України: аналіз сучасного стану. *Захист інформації*. 2019. Т. 21, № 3. С. 150-157.
5. Forcadell F. J., Aracil E., & Úbeda, F. The Impact of Corporate Sustainability and Digitalization on International Banks' Performance. *Global Policy*. 2020. № 11 (S1). P. 18-27. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12761>
6. Regulatory complexity and the quest for robust regulation: Reports of the Advisory Scientific Committee. URL: https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/asc/esrb.asc190604_8_regulatorycomplexityquestrobustregulation~e63a7136c7.en.pdf (дата звернення 03.01.2023)
7. Кондрацька Н. М., Любовська М. М. Фінансово-економічна безпека банківських установ: загрози та шляхи їх подолання. *Вісник НУВГП. Серія «Економіка»*. 2019. № 4(88). С. 51-63.
8. Bahuguna, A., Bisht, R.K., & Pande, J. Country-level cybersecurity posture assessment: Study and analysis of practices. *Information Security Journal*. 2020. № 29 (5). P. 250-266.
9. Eisenbach, T.M., Kovner, A., & Lee, M.J. Cyber risk and the U.S. financial system: A pre-mortem analysis. *Journal of Financial Economics*. 2022. № 145(3). P. 802-826. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.10.007>.
10. ISO/IEC 27001 and related standards Information security management. URL: <https://www.iso.org/isoiec-27001-information-security.html> (дата звернення 02.01.2023)
11. International Society of Automation. ISA/IEC 62443 standard. URL: <https://www.isa.org/standards-and-publications/isa-standards/search> (дата звернення 02.01.2023)

12. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення 04.01.2023).

13. Про затвердження Положення про організацію кіберзахисту в банківській системі України та внесення змін до Положення про визначення об'єктів критичної інфраструктури в банківській системі України: постанова Правління Національного банку України від 12 серпня 2022 року № 178. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_12082022_178 (дата звернення 12.02.2023)

References

1. Tsyfrovi tekhnologii u bankakh v umovakh viiny: keis IBOX BANK ta mizhnarodnyi dosvid (31 serpnia 2022). URL: <https://ua.news/ua/money/tsyfrovyte-tehnologyy-v-bankah-v-uslovyah-voyny-kejs-ibox-bank-y-mezhdunarodnyj-opyt> [in Ukrainian]
2. Abramova A. S. (2021). Systema ryzykiv diialnosti komertsiiykh bankiv v umovakh tsyfrovizatsii. *Problemy i perspektivy ekonomiky ta upravlinnia*, № 4(28), 186-193 [in Ukrainian].
3. Barr, M. S., Harris, A., Menand, L., & Xu, W. (2020). Building the Payment System of the Future: How Central Banks Can Improve Payments to Enhance Financial Inclusion. *Center on Finance, Law & Policy*, 1-28. URL: <https://financelawpolicy.umich.edu/sites/cflp/files/2021-07/cbotf-paper-3-future-payment-systems.pdf>
4. Trofimenko O. H., Prokop Yu. V., Lohinova N. I., Zadereiko O. V. (2019). Kiberbezpeka Ukrainy: analiz suchasnoho stanu. *Zakhyst informatsii*, 21, № 3, 150-157 [in Ukrainian].
5. Forcadell, F. J., Aracil, E., & Úbeda, F. (2020). The Impact of Corporate Sustainability and Digitalization on International Banks' Performance. *Global Policy*, 11(S1), 18-27. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12761>.
6. Regulatory complexity and the quest for robust regulation: Reports of the Advisory Scientific Committee. URL: https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/asc/esrb.asc190604_8_regulatorycomplexityquestrobustregulation~e63a7136c7.en.pdf
7. Kondratska, N. M., Liubovska, M. M. (2019). Finansovo-ekonomichna bezpeka bankivskykh ustanov: zahrozy ta shliakhy yikh podolannia. *Visnyk NUVHP. Seriiia «Ekonomika*, № 4(88), 51-63 [in Ukrainian].
8. Bahuguna, A., Bisht, R.K., & Pande, J. (2020). Country-level cybersecurity posture assessment: Study and analysis of practices. *Information Security Journal*, 29 (5), 250-266.
9. Eisenbach, T. M., Kovner, A., & Lee, M. J. (2022). Cyber risk and the U.S. financial system: A pre-mortem analysis. *Journal of Financial Economics.*, 145(3), 802-826. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.10.007>.
10. ISO/IEC 27001 and related standards Information security management. URL: <https://www.iso.org/isoiec-27001-information-security.html>
11. International Society of Automation. ISA/IEC 62443 standard. URL: <https://www.isa.org/standards-and-publications/isa-standards/search>
12. Nacionalnij bank Ukrainy. URL: <https://bank.gov.ua/> [in Ukrainian]
13. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro orhanizatsiiu kiberzakhystu v bankivskii systemi Ukrainy ta vnesennia zmin do Polozhennia pro vyznachennia ob'ektiv krytychnoi infrastruktury v bankivskii systemi Ukrainy: postanova Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy vid 12 serpnia 2022 roku № 178. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_12082022_178 [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-164-175

УДК 657.01:339.5

*Пристемський О. С., д. е. н., професор,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
e-mail: pristemskiyaleksandr@gmail.com*

*Сакун А. Ж., к. е. н., доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
e-mail: agorg@ukr.net*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТОВАРНИХ ОПЕРАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Анотація: У статті розглянуто теоретико-методологічні аспекти обліку товарних операцій на підприємствах торгівлі. Приділено увагу проблемі раціонального та ефективного використання матеріальних ресурсів підприємства, що є досить нагальною. Визначено, що є основою господарської діяльності торговельних підприємств, а також як і з якою метою вони функціонують. Проаналізовано правові норми, що регулюють всі операції, які пов'язані з бухгалтерським обліком товарів. Виділені функції торговельних підприємств. Визначено процеси, які здійснюють підприємства на всіх етапах торговельної діяльності. Розглянуто процедуру надходження товарів на підприємство та порядок здійснення первинного обліку товарних операцій. Приділено увагу здійсненню обліку в місцях зберігання товарів і тари, а також обліку їх руху. Розглянуто процедуру вибуття товарних запасів в залежності від потреб підприємства та цілей та їх документальне оформлення.

Ключові слова: бухгалтерський облік, товарні операції, підприємство торгівлі, управління, аналіз.

JEL code classification: F 19, L 30, L 81, M 40, Q 18

*Prystemskiy O. S., D.Sc., Professor
Kherson State Agrarian and Economic University
e-mail: pristemskiyaleksandr@gmail.com*

*Sakun A. Zh., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Kherson State Agrarian and Economic University
e-mail: agorg@ukr.net*

THEORETICAL-METHODOLOGICAL ASPECTS OF ACCOUNTING OF COMMODITY TRANSACTIONS AT TRADING ENTERPRISES

Abstract. The article deals with the theoretical and methodological aspects of the accounting of commodity operations at trade enterprises. Attention is paid to the problem of rational and effective use of the company's material resources, which is quite urgent considering the fact that the market system generates fundamentally new forms and models of management. It is determined what is the basis of the economic activity of trade enterprises, as well as how and for what purpose they function. The legal norms established by the state regulating all transactions related to the accounting of goods and their main provisions, which are based on their mandatory compliance, have been analyzed. The principles of organization, record-keeping, as well as the preparation and submission of financial statements to the relevant authorities have been determined. Attention is paid to the issue of responsibility for the organization of accounting at the enterprise, which belongs to the competence of its owner (owners) or authorized body (official) in accordance with the legislation and founding documents. Selected functions of trade enterprises. The processes carried out by enterprises at all stages of trade activity are defined, the main ones of which are commercial (studying and

forecasting consumer demand, formation of trade assortment, inventory management and other processes) and production (transportation and storage, packaging, packaging, sorting). It has been investigated that trade enterprises are divided into wholesale and retail trade enterprises, depending on the nature of their activity. The procedure for the receipt of goods at the enterprise and the procedure for the primary accounting of commodity transactions were considered. Attention is paid to accounting in places of storage of goods and containers, as well as accounting for their movement. The importance and necessity of conducting an inventory is determined, which allows you to check the availability of goods in the warehouse, as well as to identify the remains or shortages of commercial products. The procedure for disposal of goods stocks is considered, depending on the needs of the enterprise and goals, and also the main documents are defined, which are used to formalize the disposal of goods from the warehouse.

Keywords: *accounting, commodity operations, trade enterprise, management, analysis.*

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин на шляху трансформації економіки України виникає чимало проблем та перешкод, що мають важливе значення у здійсненні господарської діяльності торговельних підприємств та підвищення їх ефективності. Проблема раціонального та ефективного використання матеріальних ресурсів підприємства є досить нагальною зважаючи на те, що ринкова система породжує принципово нові форми та моделі господарювання.

Основою фінансово-операційної діяльності на підприємствах торгівлі є товарні операції. Оскільки в процесі обліково-аналітичної діяльності формується інформаційна та методична база, що необхідно для прийняття відповідних управлінських рішень, то управління товарними запасами неможливе без проведення їх обліку, контролю та аналізу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам організації обліку товарних операцій присвячена значна кількість наукових праць як зарубіжних так і вітчизняних вчених, зокрема, Ф. Ф. Бутинця, Н. Н. Грабової, В. Н. Добровського, Ю. В. Бакуна, І. О. Бланка, Г. В. Блакити, І. О. Гладій, О. М. Дзюби, Т. О. Тарасової, А. В. Янчева, І. Г. Волошан та інших. Однак, поряд з важливими науковими результатами, на сьогоднішній день залишаються невирішеними проблеми теоретичних та методологічних аспектів обліку товарних операцій на підприємствах торгівлі.

Формулювання цілей статті. Ціль проведеного дослідження полягає у розкритті сутності та особливостей здійснення товарних операцій, зокрема,

вдосконалення теоретико-методологічних аспектів їх обліку на торговельних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Основою господарської діяльності торговельних підприємств є виготовлення, закупівля, зберігання та реалізація товарів, а також надання відповідних супутніх послуг. Вони функціонують як самостійний суб'єкт господарювання, метою створення яких є ведення торгівлі, забезпечення особистого та суспільного попиту, задоволення потреб ринку, отримання прибутку чи досягнення соціального ефекту. Залежно від типу підприємства до видів господарської діяльності підприємств також відносять: дослідження ринку товарів, інноваційна діяльність, післяпродажний сервіс, комерційна та соціально-економічна діяльності [1].

Державою встановлені відповідні правові норми, що регулюють всі операції, які пов'язані з бухгалтерським обліком товарів. Вони містять основні положення та норми, що ґрунтуються на обов'язковому їх дотриманню. Законодавчо такі норми закріплені у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2]. Він визначає принципи організації, ведення обліку, а також складання та подання фінансової звітності відповідним органам. Основним нормативним документом, що визначає методологічні основи обліку запасів, зокрема і товарів, виступає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». В ньому наводяться основні терміни, визнання та оцінка запасів, розкриття інформації про запаси в примітках до фінансової звітності, а також додаток з прикладами [3].

Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належать до компетенції його власника (власників) або уповноваженого органу (посадової особи) відповідно до законодавства та установчих документів. Відповідальність за організацію бухгалтерського обліку та забезпечення фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах, збереження оброблених документів, реєстрів і звітності протягом встановленого терміну, але не менше трьох років, несе власник (власники) або уповноважений орган

(посадова особа), який здійснює керівництво підприємством відповідно до законодавства та установчих документів [4].

Учасники бізнесу зацікавлені в прозорості інформації, основою якою є єдині правила. Ефективність управління значною мірою визначається ступенем організації процесу та якістю його інформаційного забезпечення. При цьому інформаційне забезпечення менеджменту організації тісно пов'язане з його обліково-аналітичним забезпеченням. Базовою в обліково-аналітичному забезпеченні є облікова підсистема, оскільки саме вона забезпечує постійне формування, накопичення, класифікацію і узагальнення необхідної інформації. Як і інші підприємства, торговельне підприємство має право самостійно формулювати облікову політику, виходячи із застосування принципів бухгалтерського обліку, нормативно-правових актів з організації бухгалтерського обліку в Україні. Наказ про облікову політику підприємства є розпорядчим документом, який включає сукупність способів та процедур ведення обліку і повинен бути складений і затверджений керівником торговельного підприємства [5].

Велику увагу з обліку товарів і товарних операцій вчені приділили дослідженню основних аспектів організації обліку у сфері торгівлі, документального оформлення торгових операцій, а також особливостям обліку товарних запасів та податковому обліку товарів на підприємстві [6, 7]. Зокрема, варто виділити такі функції торговельних підприємств:

- вибір найбільш ефективної організаційної форми діяльності підприємства;
- управління технологічними процесами;
- управління персоналом;
- управління товарообігом;
- управління доходами;
- управління витратами;
- управління прибутком;

- управління активами;
- управління капіталом;
- управління інвестиціями;
- управління фінансовим станом [8].

У нових умовах ведення торгівельної діяльності, враховуючи соціальні, екологічні та економічні фактори, роль інформаційної складової облікової політики є особливо важливою і з кожним днем стає все більш актуальною, адже такі функції управління, як прогнозування та прийняття рішень є суттєво неминучими в умовах зміни зовнішніх чинників [9].

Торгівельні підприємства залежно від характеру діяльності поділяють на підприємства оптової та підприємства роздрібною торгівлі. До оптових належать підприємства, які за власні кошти та від власного імені набувають права власності на придбані товари, спеціалізуються на веденні оптової торгівлі та наданні спеціальних послуг, а також мають власні або орендовані складські приміщення, що слугують основою для виконання комплексу закупівельних, складських та збутових операцій. Роздрібні торговельні підприємства безпосередньо спеціалізуються на продажу товарів кінцевим споживачам для їх особистого користування та не в комерційних цілях. Предметом роздрібною торгівлі, крім продажу товарів, є також торговельне обслуговування та надання додаткових послуг споживачам.

Надходження товарів на підприємство роздрібною торгівлі здійснюється шляхом придбання за грошові кошти та зараховується на баланс за первісною вартістю (собівартістю), облік таких операцій ведеться у кількісному та вартісному вимірниках. Основною відмінністю в обліку оптової та роздрібною торгівлі є формування доходу з продажу за рахунок встановленої націнки на товари. Якщо в оптовій торгівлі використовуються оптово-збутові націнки, то підприємства роздрібною торгівлі додають в ціну товару ще й торгові націнки. При складанні облікової політики торговельного підприємства необхідно враховувати специфіку діяльності роздрібною торгівлі, яка повинна бути

розкрита в документі. У торговельних підприємств є право вибору способу обліку товарів, який в обов'язковому порядку повинен бути відображений в її обліковій політиці [10].

Підприємства здійснюються певні процеси на всіх етапах торговельної діяльності, що відбуваються у сфері товарного обігу. Основними серед них є комерційні (вивчення та прогнозування споживчого попиту, формування асортименту торгівлі, управління товарними запасами та інші процеси) та виробничі (транспортування та зберігання, упаковка, фасування, сортування). На підприємствах торгівлі товарними операціями є всі господарські процеси, що пов'язані з надходженням товарів, їх зберіганням, рухом та реалізацією [11].

Для торговельного підприємства ведення обліку товарів та товарних операцій необхідне для того, щоб отримувати достовірну інформацію про наявність та рух товарів на складі, контролювати заборгованість перед постачальниками (кредиторську) та від покупців (дебіторську), давати оцінку роботи співробітників, контролювати виручку та рентабельність підприємства. Проведення інвентаризації дає змогу перевірити наявність товарів на складі, а також виявити залишки або нестачі товарної продукції [12].

Надходження товарів на підприємство може відбуватися кількома шляхами: придбання за грошові кошти, як внесок до статутного капіталу, безоплатне одержання або обмін на подібний актив. Рахунок 28 «Товари», що є активним по відношенню до балансу і входить до класу 2 «Запаси» використовують торговельні, збутові та заготівельні промислові підприємства та організації, що проводять товарні операції.

Підприємства купують товари, укладаючи при цьому договори постачання з їх виробниками чи постачальниками (посередниками). Матеріально відповідальні особи здійснюють приймання товарів на склад, що оформлюється відповідними документами: накладними, товарно-транспортними накладними та актами приймання-передачі. За необхідності можуть додаватися сертифікати щодо якості отриманого товару.

Товари, що надійшли на підприємство, зараховуються на баланс за первісною вартістю (собівартістю). Вибуття товарів відбувається за продажними цінами, що включають в себе первісну вартість та торгову (оптову) націнку. Аналітичний облік товарів ведеться за групами, видами, місцями продажу товарів, цінами на них, матеріально відповідальними особами. Надходження товарів на підприємство роздрібною торгівлі здійснюється шляхом придбання за грошові кошти та зараховується на баланс за первісною вартістю (собівартістю), облік таких операцій ведеться у кількісному та вартісному вимірниках. Головною відмінністю в обліку оптової та роздрібною торгівлі є формування доходу з продажу за рахунок встановленої націнки на товари. Якщо в оптовій торгівлі використовуються оптово-збутові націнки, то підприємства роздрібною торгівлі додають в ціну товару ще й торгові націнки.

Початковою ланкою організації документообігу та обробки інформації є первинний документообіг, а первинні облікові документи становлять основу документообігу та інформаційного забезпечення підприємства. Саме процес документування та первісна обробка інформації є основними елементами системи первинного обліку. Для ведення первинного обліку товарних операцій щодо руху товарів використовують відповідні первинні документи встановленого зразка. Переважна більшість товарів, що надходять на підприємство, оформлюються шляхом придбання за грошові кошти та відображаються в балансі за первісною вартістю. Підприємства, які здійснюють свою діяльність у сфері роздрібною та оптовою торгівлі, проводять облік товарів у вартісному та кількісному вимірниках [13].

Надходження товарів на склад підприємства оформлюється відповідними документами, а саме:

- документами постачальника (сертифікати, посвідчення, специфікації, накладні, рахунки-фактури, товаро-транспортні накладні);
- документами підприємства (прибутковий ордер, акт приймання).

Здійснення обліку в місцях зберігання та аналітичний облік в бухгалтерії у кількісно-сумовому та сумовому вираженні необхідне для отримання інформації про наявність та рух товарів і тари за окремими найменуваннями, гатунками, партіями, та з метою контролю за зберіганням цінностей. Відповідальність за облік руху товарів і тари у місцях зберігання покладається на завідувача складу, тобто матеріально-відповідальна особа на підставі первинних документів здійснює записи в реєстри, форма і порядок заповнення яких залежить від способу зберігання товарів і тари складі [13].

У випадках, коли підприємство не має можливості зберігати певні види товарів у власних складських приміщеннях, то вони передаються на тимчасове зберігання іншій особі чи підприємству. Такі операції оформлюються договором зберігання (схову) в якому фіксуються зобов'язання сторін та умови зберігання. Крім надходження та збуту рух товарів може відбуватися всередині підприємства, тобто внутрішнє їх переміщення. До таких операцій відносять переміщення між складами, зі складу в магазин та навпаки, списання, переоцінка, відображення результатів проведеної інвентаризації тощо.

Вибуття товарних запасів в залежності від потреб та цілей відбувається за такими документами:

- лімітно-забірна картка;
- накладна внутрішньогосподарського призначення;
- товарно-транспортна накладна.

При реалізації товарів на торговельних підприємствах також широко застосовуються такі документи як фіскальний чек на товари, розрахункова квитанція, карт-чек, прибутковий касовий ордер тощо. Основним з документів, яким оформлюється вибуття товарів зі складу, є накладна вимога на відпуск (внутрішнє переміщення) матеріалів (типова форма № М-11), що застосовується для обліку руху матеріальних цінностей в середині підприємства та їх відпуску господарствам свого підприємства, що розташовані за межами його території, а також стороннім організаціям. Вона складається в

двох примірниках та засвідчується підписом головного бухгалтера або особою, яка має на те повноваження [14].

Велику увагу на підприємствах як роздрібною, так і оптовою торгівлі, приділяють детальному аналізу економічних процесів та показників фінансово-господарської діяльності, а також чинникам, що впливають на динаміку їх змін. Ефективність механізму керування та контролю за товарними ресурсами підприємства залежить від якісного проведення аналітичної роботи, раціональності та обґрунтованості економічного аналізу. Аналіз товарних операцій дає змогу прогнозувати показники економічної ефективності підприємства та планувати його подальшу діяльність. Виявлено, що для забезпечення управління бізнес-процесів торгівлі необхідна нова модель обґрунтування інформації, яка разом з адекватним представленням економічних явищ забезпечить усіх менеджерів необхідним матеріалом у найбільш зручній формі для ефективного прийняття рішень. У сучасних умовах такою системою є управлінський облік, який функціонує як інформаційна база управління [15]. Введення та використання системи управлінського обліку можливо при умові, що досягнутий позитивний ефект перевищує витрати, необхідні для створення такої системи. Метою формування управлінської звітності є швидке прийняття рішень, пов'язаних з будь-якою діяльністю підприємства. Інформація управлінського обліку доступна лише внутрішнім користувачам, керівникам та працівникам постачальників фінансових послуг [16].

Стосовно торгівельного бізнесу, то основне направлення управлінського обліку є складання кошторисів витрат, своєчасне виявлення відхилень від кошторисів, систематичний аналіз руху запасів (товарів) та прийняття управлінських рішень на підставі оцінки витрат. Крім того, управлінський облік виконує функції контролю, організації, мотивації та планування [17]. Отже система управлінського обліку зобов'язана надавати інформацію, яка допоможе керівникам підприємства виконувати ці функції управління.

Важливо зазначити, що для торговельних підприємств потребує вдосконалення облікове забезпечення реалізації товарних запасів та покращення інформаційної бази управління підприємницькою діяльністю. Основними проблемами на цьому етапі є первинне відображення інформації стосовно товарних операцій, узагальнення та систематизація даних бухгалтерського обліку [18].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, можна сказати, що у відповідності до національного законодавства України торговельне підприємство повинно проводити бухгалтерський облік товарів, дотримуючись всіх норм і вимог відповідних нормативно-правових актів. Саме дотримання чинного законодавства дозволить надавати достовірну інформацію відповідним користувачам, контролювати дохідність підприємства та забезпечить ефективне його функціонування. Торгівля, як економічне явище, передбачає комерційну діяльність з приводу купівлі-продажу товарів і послуг. Для торговельного підприємства ведення обліку товарів та товарних операцій необхідне для того, щоб отримувати достовірну інформацію про наявність та рух товарів на складі, контролювати заборгованість перед постачальниками (кредиторську) та від покупців (дебіторську), давати оцінку роботи співробітників, контролювати виручку та рентабельність підприємства.

Список використаних джерел

1. Пашинний А.В., Пристемський О.С. Основні аспекти обліково аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств. *Наукові читання професора Григорія Герасимовича Кірейцева (до 90-річчя від дня народження)*. Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції (м. Київ, 22 лютого 2022 р.). Київ: НУБіП України, 2022. С.110-113.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14> (дата звернення 11.08.2021).
3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку Мінфін України; Наказ, Положення від 20.10.1999 № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення 02.02.2023).
4. Пристемський О. С. Організаційно-правові засади бухгалтерського обліку на підприємствах торгівлі. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали IV Міжнар. наук. – практ. конф. (м. Полтава, 20-21 квітня 2022 р.). Полтава: ПДАУ, 2022. С. 183-185.
5. Сакур А., Пристемський О. Аргументування ролі облікової політики як системоутворюючого інструменту в бухгалтерському просторі підприємництва. *Scientific Collection «InterConf+»*. 2023. Vol. 30(143). P. 80–90. <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.02.2023.009>.
6. Trusova N., Kotvytsk N., Pikhniak T., Pavlova M., Plotnichenko S. & Sakun A. Attracting foreign investment in cyclic imbalances of the economy. *Scientific Horizons*. 2022. Vol. 25(5). P. 101-116.

7. Медвідь Л. Г., Хариневич-Яворська Д. О. Організаційно-методичні аспекти внутрішнього контролю діяльності торговельних підприємств у конкурентному середовищі. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. С. 348–367.
8. Чабанюк О. М. Облік товарів у системі управління підприємств роздрібної торгівлі / О.М. Чабанюк, Н.О. Юганович. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23, № 3. С. 297–301.
9. Hilorme T., Perevozova I., Sakun A., Reznik O., Khaustova Ye. (2020). Accounting model of human capital assessment within the information space of the enterprise. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. Vol.24. No.3. P. 1-7. URL: <https://www.abacademies.org/journals/month-june-year-2020-vol-24-issue-3-journal-aafs-j-past-issue.html> (дата звернення 17.02.2023).
10. Шмигель О. Особливості розроблення облікової політики торговельних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2021. № 3-4. С. 159-163. DOI:<https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.3-4.22>
11. Дзюба О. М. Товарні операції підприємства: особливості обліку з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки*. 2016. Вип. 17(1). С. 134-137.
12. Ганусич В. О. Облік дебіторської заборгованості: управлінський та організаційний аспекти. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2016. Вип. 1(1). С. 441-445. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2016_1\(1\)_75](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2016_1(1)_75) (дата звернення 02.03.2023).
13. Тарасова Т. О., Янчев А. В., Волошан І. Г. Первинний облік товарних операцій підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2015. 240 с.
14. Бакун Ю. В. Методологічні аспекти бухгалтерського та податкового обліку товарів на підприємствах торгівлі. *Вісник Київського державного торговельно-економічного університету*. 2000. № 4. С. 88–98.
15. Alina Zh. Sakun, Iryna V. Perevozova, Olha H. Kartashova, Oleksandr S. Prystemskiy, Andrii S. Mokhnenko. Innovative Paradigm of Management Accounting and Development of Controlling in the Entrepreneurship. *Universal Journal of Accounting and Finance*. 2021. Vol. 9. No. 4. P. 548-564. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2021.090403>.
16. Sarapina O., Sakun A., Prystemskiy O., Iarova L., Marmul L. Improving the Methodology of Financial and Accounting Support for Business Activities. *International Journal of Management*. 2020. Vol. 11(6). P. 838-846.
17. Zadorozhniy Z.-M., Krupka Y., & Nazarova I. Accounting and information provision of reorganization processes in emergency conditions. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2020. № 2(33). P. 139–148.
18. Drobyazko S., Shapovalova A., Bielova O., Nazarenko O., Yunatskiy M. Formation of Hybrid Costing System Accounting Model at the Enterprise. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. 2019. Vol. 23. Issue 6. URL: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-hybrid-costing-system-accounting-model-at-the-enterprise-8796.html> (дата звернення 11.03.2023).

References

1. Pashynyi A. V., Prystemskiy O. S. (2022). The main aspects of accounting and analytical support for the activities of trading enterprises. *Scientific readings by Professor Hryhoriy Gerasimovich Kireitsev (for his 90th birthday)*. Collection of abstracts of reports of the All-Ukrainian scientific and practical online conference. Kyiv [in Ukrainian].
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (1999), The Law of Ukraine “On accounting and financial reporting in Ukraine”, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14> [in Ukrainian].
3. On the approval of the Regulation (standard) of accounting of the Ministry of Finance of Ukraine (1999). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> [in Ukrainian].
4. Prystemskiy O.S. (2022). Organizational and legal principles of accounting at trade enterprises. *Problems of accounting and analytical support of business management: materials of the 4th International of science - practice conf.* (Apr 20-21, 2022). Poltava [in Ukrainian].
5. Sakun, A., Prystemskiy, O. (2023). Argumentation of the role of accounting policy as a system-forming tool in the accounting space of entrepreneurship. *Scientific Collection «InterConf+»*, 30(143), 80–90. <https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.02.2023.009> [in Ukrainian].
6. Trusova, N., Kotvytska, N., Pikhniak, T., Pavlova, M., Plotnichenko, S. & Sakun, A. (2022). Attracting foreign investment in cyclic imbalances of the economy. *Scientific Horizons*, 25(5), 101-116.
7. Medvid L., Kharynovych-Yavorska D. (2014) Organizational and methodological aspects of internal control of trade enterprises in a competitive environment. *Efficient economy* (electronic journal). Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University, 11, 348–367 [in Ukrainian].
8. Chabanyuk O.M. (2013). Accounting of goods in the management system of retail trade enterprises. *Scientific Bulletin of National Technical University of Ukraine*, 23.3, 297–301 [in Ukrainian].
9. Hilorme, T. Perevozova, I. Sakun, A. Reznik, O. and Khaustova, Ye. (2020). Accounting model of human capital assessment within the information space of the enterprise, *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24, 3, 1–7. URL: <https://www.abacademies.org/journals/month-june-year-2020-vol-24-issue-3-journal-aafs-j-past-issue.html> [in Ukrainian].

10. Shmygel, O. (2021). Peculiarities of developing the accounting policy of trading enterprises. *Innovative economy*, 0(3-4), 159-163. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.3-4.22>
11. Dzyuba O. M. (2016). Commodity operations of the enterprise: features of accounting taking into account domestic and international experience. *Scientific Bulletin of Kherson State University. ser.: economic sciences*, 17(1), 134-137 [in Ukrainian].
12. Ganusych V. O. (2016). Accounts receivable: managerial and organizational aspects [electronic resource]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. series: Economy*, 1(1), 441-445. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2016_1\(1\)_75](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2016_1(1)_75) [in Ukrainian].
13. Tarasova T.O., Yanchev A.V., Voloshan I.G. (2015). Primary accounting of commodity transactions of retail trade enterprises: monograph. Kharkiv: KDUHT [in Ukrainian].
14. Bakun Yu.V. (2000). Methodological aspects of accounting and tax accounting of goods at trade enterprises. *Bulletin of the Kyiv State University of Trade and Economics*, 4, 88–98 [in Ukrainian].
15. Alina Zh. Sakun, Iryna V. Perevozova, Olha H. Kartashova, Oleksandr S. Prystemskiy, Andrii S. Mokhnenko (2021). Innovative Paradigm of Management Accounting and Development of Controlling in the Entrepreneurship. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 9(4), 548-564. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2021>.
16. Sarapina, O., Sakun, A., Prystemskiy, O., Iarova, L., Marmul, L. (2020). Improving the Methodology of Financial and Accounting Support for Business Activities. *International Journal of Management*, 11 (6), 838-846.
17. Zadorozhniy, Z.-M., Krupka, Y., & Nazarova, I. (2020). Accounting and information provision of reorganization processes in emergency conditions. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. №2(33). 139–148.
18. Drobyazko S., Shapovalova A., Bielova O., Nazarenko O., Yunatskyi M. (2019). Formation of Hybrid Costing System Accounting Model at the Enterprise. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. Volume 23, Issue 6, 2019. – URL: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-hybrid-costing-system-accounting-model-at-the-enterprise-8796.html>.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-176-189

УДК [657.6+332.3]:631.95

Сахно Л. А.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет імені
Дмитра Моторного
liudmyla.sakhno@tsatu.edu.ua

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ОБЛІКОВУ ПОЛІТИКУ І АУДИТ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Анотація. Досліджено актуальні проблеми еколого-економічної оцінки якості ґрунтів в аграрних підприємствах, що є пріоритетною умовою підвищення ефективності землекористування.

Висвітлено сучасні реалії та особливості екологічної ситуації, спричиненої військовими діями, щодо земельних ресурсів України.

Розглянуто організаційні основи обліку і аудиту з врахуванням екологічної складової на підвалинах конкретного аналізу усіх чинників для удосконалення економічної оцінки земель сільськогосподарського призначення в умовах війни.

Вивчено проблемні питання, що потребують дослідження для вдосконалення облікової політики підприємства (методичну та технічну складові) в частині земельних ресурсів та їх еколого-економічного стану.

Розкрито алгоритм дій щодо оцінки шкоди завданої земельним ресурсам під час ведення бойових дій і підготовки аграріями доказів для їх належного відшкодування.

Ключові слова: екологічний аудит, облік, земельні ресурси, еколого-економічна оцінка, облікова політика, військовий стан.

JEL Classification: M41, M42, Q15, Q56

Liudmyla Sakhno

Ph.D., Associate Professor of Finance, Accounting and Taxation Department
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
liudmyla.sakhno@tsatu.edu.ua

ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC FACTORS AND THEIR INFLUENCE ON THE ACCOUNTING POLICY AND AUDIT OF LAND RESOURCES

Summary. The war has had a global impact on the state of land resources in Ukraine. Taking into account the ecological quality of soils in the assessment of agricultural land is a prerequisite for identifying priority measures to improve the efficiency of land use on an ecological basis.

The organisation of accounting and audit of ecological and economic assessment of agricultural land in the context of war is currently an underdeveloped and unimproved area of activity that requires immediate resolution.

One of the priority and most difficult tasks is to restore agricultural land after hostilities and to transition agricultural enterprises to the path of environmentally friendly development.

Paying due attention to the formation of an enterprise's accounting policy, namely its methodological and technical components, in terms of land resources with the systematisation of their elements, ensures the availability of a complete and reliable information array of data for making timely management decisions under martial law.

The organisation of a proper accounting system taking into account environmental components and the conduct of an audit with subsequent disclosure of environmental performance indicators in the financial statements will help to resolve a number of issues related to land resources.

As a result of the environmental audit, the company receives reliable information on the use of land plots, their environmental and economic condition, environmental feasibility and efficiency of business entities, improvement of environmental characteristics of products, recommendations on the development of a system of preventive measures aimed at complying with applicable laws, reducing financial risks, and improving the environmental management system.

Key words: environmental audit, accounting, land resources, ecological and economic assessment, accounting policy, military status.

Постановка проблеми. В умовах війни склалася вкрай напружена соціально-економічна й екологічна ситуація у різних галузях економіки України. Як наслідок – зменшення та погіршення стану природних екосистем, хімічне та промислове забруднення, замінування територій, нищівна шкода для біорізноманіття. Збитки українському доквіллю від війни перевищили \$38 млрд. гривен і ця сума ще збільшиться, адже наразі фахівці не мають доступу до окупованих територій та прифронтової зони. Фактично нові виклики віддзеркалюються на вже існуючі проблеми: сільськогосподарське виробництво мало екстенсивний характер, що призводило до великих загальних витрат ресурсів та високої собівартості продукції на фоні погіршення екологічного стану навколишнього середовища.

Існуючі теоретичні та методичні підходи стосовно оцінки земель сільськогосподарського призначення не враховують показники її екологічної якості. Врахування екологічної якості ґрунтів в оцінці сільськогосподарських земель є необхідною умовою для визначення пріоритетних заходів щодо підвищення ефективності землекористування на екологічних засадах. А ведення обліку та аудиту еколого-економічної оцінки земель сільськогосподарського призначення в умовах війни є на сьогодні нерозвинутою та невдосконаленою сферою діяльності. Тому дослідження в цій галузі дасть змогу виявити і зрозуміти її наявні проблеми та перспективи щодо вдосконалення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми еколого-економічного стану земельних ресурсів та їх обліку, оцінки і аудиту в Україні, дослідженні в роботах Костантино Ф., Ди Гравио Г., Тронси М. [1], Кинг С., Вардон М., Грэнтэм Х. С. [2], Нгуен Т. Д. [3], Эрнхарт Д., Леонард Дж. М. [4], Мэри Эванс, Лиронг Лю, Сара Стаффорд [5], Замула І.В. [6], Голуб Н. О. [7],

Нечипорук О. М. [8], Сахно Л. А. [9, 10], Швиданенко Г. О. [11], Криворучкіна О. В. [11], Матукова Д. Г. [11] та інших.

Однак, на наш погляд, проблема врахування екологічної якості ґрунтів в оцінці сільськогосподарських земель розглянута недостатньо, особливо в частині дослідження впливу забруднення та його врахування в еколого-економічній оцінці земель на територіях де велись бойові дії.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є еколого-економічний стан земельних ресурсів територій де велись активні бойові дії. Розробка теоретико-методичних основ врахування екологічної якості ґрунтів в оцінці, обліку та аудиту земель України під час війни.

Виклад основного матеріалу. Однією з передумов активізації інвестиційної діяльності, підвищення ефективності податкової системи в Україні на сучасному етапі є створення дійових механізмів визнання і захисту державою речових прав на нерухоме майно.

Виходячи з визначення поняття «нерухомість» як земельної ділянки із нерозривно пов'язаними з нею поліпшеними, інформаційною основою для відповідної реєстраційної системи мають бути дані державного земельного кадастру, а саме: відомості про місце розташування ділянок, їхні межі, кадастрова нумерація, відомості про характеристики земельних ділянок тощо.

Таким чином, у період становлення системи реєстрації прав на нерухоме майно в Україні, набувають особливої актуальності питання запровадження ефективного і точного обліку та аудиту геопросторових параметрів земельних ділянок, за допомогою яких розмежовуються права власників нерухомого майна, а також пов'язані з ними обмеження та характеристики землекористування (ефективне чи неефективне), що має вираження у якісному стані закріпленої за землекористувачем ділянки [11].

Вирішальним принципом оцінки дієвості та результативності механізмів управління земельними ресурсами в ринкових умовах є, з одного боку, екологічно-раціональне та безпечно високоефективне використання землі в інтересах суспільства, а з другого – захист ґрунтів від деградації, виснаження та

забруднення і збереження відтворювального та асиміляційного потенціалу земельних ресурсів. Цей принцип зумовлює необхідність застосування подвійного, а саме: еколого-економічного критерію при визначенні оптимальних варіантів, напрямів і способів землекористання й охорони земель [1, 2].

З метою досягнення екологічної рівноваги, усунення диспропорцій між можливостями агроландшафтів і потребою економіки, оцінки кінцевих результатів та екологічних наслідків землекористування розроблено нормативи економіки ґрунтозахисного землеробства. Вони містять показники повної прямої річної шкоди (втрат ґрунту) від водної та вітрової ерозії, нормативи недобору врожаю на еродованих ґрунтах; нормативи економічного й еколого-економічного ефекту від здійснення протиерозійних заходів та їх комплексу; нормативи поопераційних і поресурсних витрат за ґрунтозахисної технології протиерозійного обробітку ґрунту [3, 5].

На базі цих нормативів розраховано економічний ефект від протиерозійних заходів по природних зонах і України в цілому. Розрахунки свідчать, що найдешевшими і швидкоокупними є ресурсозберігаючі протиерозійні агротехнічні заходи; більш капіталоемні – запровадження культурних пасовищ на схилах, зведення складних гідротехнічних споруд і полезахисні лісосмуги [8].

Незважаючи на високу економічну ефективність протиерозійних заходів, в останні роки за відсутності державних коштів та введення військового стану в Україні обсяги їх впровадження скоротилися (а по окремих з них – навіть припинилися). Так, по Україні в 2021-2022 роках порівняно із середніми показниками за 2010-2020 роки застосування протиерозійних агротехнічних заходів зменшилося в 5 разів, посадка лісосмуг – у 4 рази. Не проводилися протиерозійні культуротехнічні та гідротехнічні роботи, рекультивация порушених земель. Якщо взяти до уваги різке скорочення норм внесення органічних (з 11 до 2,5 т/га, тобто в 4,4 рази) і мінеральних добрив (з 170 до 25 кг діючої речовини на 1 га, або в 6,8 рази), відсутність вапнування та гіпсування

ґрунтів, то проблеми охорони земель і відтворення родючості ґрунтів у країні досить загострилися і призвели до екологічної кризи в агроландшафтах.

За останнє десятиліття реалізація заходів щодо підвищення родючості ґрунтів значно погіршилася. В 2021 році на 1 га посівної площі було внесено 4,3 тони органічних добрив проти 8,1 тон у 2011-му, також значно зменшилося внесення мінеральних добрив. На охорону і раціональне використання земельних ресурсів з державного бюджету виділяються мізерні кошти, але і вони використовуються незадовільно.

У видатках державного бюджету практично відсутні кошти на охорону і раціональне використання земельних ресурсів, хоча для цього існують реальні умови у вигляді плати за землю, питома вага якої становить 2,8-3,6% усіх доходів бюджету. Зібрана плата за землю „губиться” в бюджеті, використовується неефективно і не за цільовим призначенням. Земля як національне надбання і найбільш цінний капітал у країні не має захисної індульгенції, найважливіший матеріально-сировинний ресурс України не має ніяких пріоритетів щодо державної захищеності [13].

Звісна річ всі ці процеси призупинились в зв'язку з військовою агресією росії та з'явивсь нові виклики. Так в Україні станом на 05.01.2023 року потенційно небезпечні території, де відбувались або проходять бойові дії становлять 13,6 млн. га землі, заміновано 4,8 млн га сільськогосподарських угідь. Це поля, без урахування Чорнобиля, річок, боліт та озер. Від \$5 млрд приблизна сума, яка наразі необхідна для розмінування, за оцінкою Feodal.online 70,4 тис. га деокупованої території обстежено та очищено службами ДСНС переважно в Київській та Чернігівській областях [12].

Все це матиме наступні наслідки для земельного фонду України:

- Забруднення ґрунту, повітря та ґрунтових вод нафтопродуктами і важкими металами може призвести до того, що деякий час на цих територіях не можна буде нічого вирощувати;

- Утворення вирв, ущільнення ґрунтів, знищення рослинності і загибель ґрунтової фауни внаслідок вибухових хвиль та руху військової техніки;
- Забруднення навколишнього середовища внаслідок влучання в промислові чи хімічні об'єкти;
- Україна попередньо стане першою країною у світі по замінованих територіях, кількості жертв від мін та ВНП за прогнозами Landmine Monitor;
- Тривалий та дороговартісний процес гуманітарного розмінування територій [13].

Все вищезазначене має вагомий вплив на подальше функціонування аграрних підприємств, а саме тому слід максимально адаптувати організацію облікових процесів та аудиту еколого-економічного стану земельних ресурсів для отримання оперативної управлінської інформації в умовах сьогодення.

Вважаємо, що побудова облікової політики з врахуванням запропонованих нижче елементів методичної та технічної складових забезпечить побудову ефективної інформаційної системи для прийняття якісних та дієвих управлінських рішень, створить передумови для розробки єдиної методики відображення господарських операцій з земельними ресурсами відповідно до основних методологічних принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Облікова політика підприємства (методична складова) щодо земельних ресурсів та їх еколого-економічного стану повинна містити інформацію стосовно:

- облікова одиниця і критерії віднесення земельних ресурсів до нерухомості;
- кадастрова оцінка землі при надходженні;
- типізація (класифікація) земельних ресурсів;
- переоцінка земельних ресурсів;
- оцінка земельних ресурсів в складі інвестиційної нерухомості на дату формування балансу;

- класифікація і терміни корисної експлуатації капітальних витрат на поліпшення земель;
- метод амортизації і визначення ліквідаційної вартості капітальних витрат на заходи щодо поліпшення земель;
- оцінка права користування земельною ділянкою.

Технічна складова облікової політики підприємства щодо земельних ресурсів та їх еколого-економічного стану:

- проведення інвентаризації та аудиту земельних ресурсів;
- діджиталізація облікової інформації;
- аналітичний облік земельних ресурсів;
- номенклатура статей капітальних витрат на поліпшення земель;
- форми розроблених первинних документів і внутрішньої управлінської звітності стосовно обліку земельних ресурсів;
- збереження та захист інформації.

Оцінка і облік земель сільськогосподарського призначення можуть бути більш точними і мати більш ефективний характер, якщо враховувати такі фактори як ґрунтове обстеження, розроблення картограм агровиробничих груп ґрунтів, бонітування ґрунтів та економічну оцінку земель при веденні реєстру прав на нерухоме майно та їх обмежень, яким займається Держгеокадастр на місцях і, в цілому, Державний земельний кадастр.

Також доцільним є введення до робочого плану рахунку підприємства нового субрахунку 911 «Витрати, пов'язані з екологічною діяльністю» рахунку 91 «Загальновиробничі витрати» 9-го класу «Витрати діяльності», який дасть змогу більш чіткого регламентування витрат підприємства щодо відновлення та підтримання виробництва, як сільськогосподарської продукції, так і продукції в цілому, що відповідно буде забезпечене через застосування екологозберігаючих технологій.

Запропонована оптимізаційна модель облікової політики земельних ресурсів підприємства дозволить вибудувати єдину систему обліково-аналітичного відображення земельних ресурсів, виконання якої повністю

задовільнить управлінський персонал інформацією стосовно питань їх оцінки, наявності, руху та дозволить здійснювати своєчасний контроль за їх ефективним використанням.

Слід зазначити, що в наш час кожне аграрне підприємство бажає забезпечити свою діяльність та власне виробництво продукції екологічним аудитом, який у свою чергу спрямований на підвищення екологічної обґрунтованості та ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Екологічний аудит проводиться з метою забезпечення додержання законодавства про охорону навколишнього природного середовища в процесі господарської та іншої діяльності [15].

У багатьох випадках ведення господарської діяльності з врахуванням вимог чинного законодавства супроводжується оформленням документів: розробка ОВНС (Оцінка впливу на навколишнє природне середовище); дозвіл на викиди в атмосферу (Стаціонарними джерелами); висновок санітарно-епідеміологічної експертизи; ідентифікація об'єкта підвищеної небезпеки; дозвіл на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки; консультування щодо порядку навчання з питань охорони праці; дозвіл на роботи підвищеної небезпеки; атестація робочих місць за умовами праці [14].

Та все ж більшість керівників розуміють що окрім дозвільних екологічних документів, вони більше зацікавлені в безпосередньому проведенню аудиту який полягає в:

1. Отримані юридичної консультації з питань екологічного аудиту, а також об'єктивне оцінювання доказів для встановлення відповідності визначених видів діяльності, заходів, умов, системи екологічного управління та інформації з питань вимог законодавства України про охорону навколишнього природного середовища та іншим критеріям екологічного аудиту.

2. Юридична та екологічна допомога у встановленні характеристик фактичного стану об'єкта екологічного аудиту, включаючи оцінку ефективності та достатності його природоохоронної діяльності, систем екологічного

управління, стану природоохоронного обладнання та споруд, зокрема, час установа, амортизація, придатність; відомості про сплату екологічних зборів і платежів, оцінка впливу екологічних наслідків діяльності підприємства на земельні ділянки, встановлення відповідності вимогам діючого земельного законодавства, збитки, заподіяні навколишньому природному середовищу, стан статистичної та іншої звітності з охорони навколишнього природного середовища на предмет відповідності її фактичним екологічним показникам;

3. Підготовка висновку екологічного аудиту у разі виявлення невідповідностей екологічних характеристик об'єкта екологічного аудиту вимогам законодавчих актів та інших нормативних документів;

4. Підготовка Звіту про екологічний аудит з рекомендаціями щодо заходів, які необхідно вжити для усунення виявлених невідповідностей;

5. Усунення виявлених екологічних недоліків шляхом оформлення дозвільної документації, виконання нормативно-екологічних документів та інших способів та прийомів за допомогою яких екологічний аудит на підприємстві спрямує підвищення екологічної обґрунтованості та ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Отже за результатами екологічного аудиту підприємство отримує достовірну інформацію щодо використання земельних ділянок, їх еколого-економічного стану, екологічної обґрунтованості і ефективності діяльності суб'єктів господарювання, поліпшення екологічних характеристик продукції, рекомендації стосовно розробки системи попереджувальних заходів, спрямованих на дотримання норм чинного законодавства, зниження фінансових ризиків, удосконалення системи екологічного управління.

Військові дії на території нашої держави змушують аграріїв оперативно та своєчасно реагувати на всі непередбачувані зміни, які відбуваються із земельними ресурсами. Це не простий шлях, який вони змушені пройти, щоб відновити свою діяльність і починається він з органів місцевого самоврядування, від дій яких залежить формування вихідних даних для оцінки завданої шкоди. Саме останні отримали відкритий доступ до Реєстру пошкодженого та знищеного

майна, а також мають право за запитом до обласної адміністрації отримувати інформацію про заподіяну екологічну шкоду ґрунтам.

Для визначення збитків Кабінетом Міністрів України створено Комісію з проведення аудиту збитків, тож органи місцевого самоврядування зобов'язані взяти участь у її роботі, а також надавати усю інформацію, необхідну для виконання покладених на комісію завдань [19].

Важливо зауважити, що на визначення розміру збитків впливає вартість витрат на відновлення територій, що зазнали погіршень внаслідок воєнної агресії. До прикладу, вартість неотриманого врожаю та забруднення земель на 1 га може оцінюватися у 30 тис. грн, а витрати на відновлення можуть становити 150 тис. грн. Результати оцінки шкоди земельним ресурсам фіксуються виконавчими комітетами сільських, селищних та міських рад в Актах оцінки збитків відповідно до Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії російської федерації [16].

Розмір завданих збитків власникам (землекористувачам) земельних ділянок сільськогосподарського призначення, в тому числі з урахуванням фактично понесених витрат на приведення земельних ділянок у придатний для використання стан, визначається відповідно до Порядку визначення та відшкодування збитків власникам землі та землекористувачам, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України ще у квітні 1993 р. [17]. Слід акцентувати, що в оцінку вартості збитків враховуються витрати на очищення ґрунтів та ліквідацію засмічення. Якщо засмічення ґрунтів можна позбутися фізичним прибиранням земель, то їх очищення може відбуватися за допомогою використання властивостей природи та впровадження природоорієнтованих рішень. А згідно методики визначення шкоди та збитків, завданих земельному фонду України внаслідок збройної агресії РФ, витрати власників землі та землекористувачів на рекультивацію земель, які були порушені внаслідок бойових дій, будівництва, облаштування та утримання інженерно-технічних і фортифікаційних споруд, огорож, прикордонних знаків, прикордонних просік, комунікацій для облаштування державного кордону, визначаються на підставі кошторисної вартості запроектованих робіт відповідних

реалізованих робочих проектів землеустрою щодо рекультивації порушених земель [18].

Висновки. Екологізація аграрного сектору та державна політика повинні бути спрямовані на вирішення природоохоронних проблем, що справляють першочерговий вплив на процес сталого економічного розвитку. Одним із головних і найскладніших завдань у цьому напрямі є відновлення сільськогосподарських земель після ведення бойових дій та перехід аграрних підприємств на шлях еколого-безпечного розвитку.

Для відтворення екологічної ситуації стратегія системи сільськогосподарського природокористування має передбачати: формування високопродуктивних, екологічно стійких агроландшафтів; гармонійне поєднання механізму дії економічних законів (і законів природи в межах територій з урахуванням чинників навантаження на сільськогосподарські угіддя, біологічні ресурси та ландшафти; розроблення природоохоронних заходів на основі вимог міжнародного законодавства. Ті методики оцінки землі, що складаються на показниках багаторічної врожайності вирощування культур без врахування детального агрохімічного та екологічного стану не забезпечать об'єктивної оцінки земель, так як вони не враховують показники екологічної якості ґрунтів, які впливають на зниження кількості та якості врожаїв, зміни якісного стану тощо. Неврахування цієї складової при оцінці землі спонукає вкладати додаткові ресурси у вирощування на забруднених землях неякісної та навіть небезпечної продукції, тобто завищує реальну оцінку та сприяє поширенню впливу забруднення як в самому агропромисловому секторі, так і за його межами. Це обумовлює підвищення ступеня обґрунтованості врахування екологічної якості ґрунтів в економічній оцінці сільськогосподарських земель.

Надання відповідної уваги організації обліку, формуванню облікової політики підприємства, а саме її методичній та технічній складовій, в частині земельних ресурсів із систематизацією їх елементів, обумовлює наявність

повного та достовірного інформаційного масиву даних для прийняття своєчасних управлінських рішень в умовах сьогодення.

Необхідність застосування в аграрній сфері економіки екологічного аудиту є на сьогодні одним із першочергових завдань. Це здійснюється з метою мінімізації негативного впливу на земельні ресурси, як засіб виробництва. При проведенні аудиторських процедур пов'язаних з перевіркою земельних ресурсів аграрних підприємств слід брати до уваги взаємозалежність їх економічної ефективності та екологічної складової землекористування.

Не менш значущим викликом для аграріїв на сьогодні є проблема визначення суми збитків та втрат пов'язаних із завданою шкодою земельним ресурсам під час ведення бойових дій і наявність всіх доказів для їх належного відшкодування. Рішення цих питань напрацьовується державою шляхом розробки і прийняття відповідних законодавчих актів та єдиного концептуального підходу, а також уніфікації методології визначення збитків, фіксації та зберігання інформації і доказів.

Список використаних джерел:

1. Costantino F., Di Gravio G., Tronci M. Environmental audit improvements in industrial systems through FRAM. *IFAC-Papers OnLine*. 2018. Vol. 51(11). P. 1155-1161
2. King S., Vardon M., Grantham H.S., Eigenraam M., Ferrier S.; Juhn D., Larsen T.; Brown C.; Turner K. Linking biodiversity into national economic accounting. *Environmenta. Science & Policy*. 2021. Vol. 116. P. 20-29.
3. Nguyen T.D. Factors Influencing Environmental Accounting Information Disclosure of Listed Enterprises on Vietnamese Stock Markets. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2020, 7(11). P. 877–883.
4. Earnhart D., Leonard J. M. Environmental audits and signaling: The role of firm organizational structure. *Resource and Energy Economics*. 2016. Vol. 44. P. 1-22.
5. Mary Evans & Lirong Liu & Sarah Stafford. Do environmental audits improve long-term compliance? Evidence from manufacturing facilities in Michigan. *Journal of Regulatory Economics*. 2011. Vol. 40(3). P. 279-302.
6. Замула І. В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності у забезпеченні стійкого розвитку економіки: монографія. Житомир : ЖДТУ, 2010. 440 с.
7. Голуб Н. О. Документальне забезпечення обліку витрат на поліпшення земель сільськогосподарського призначення. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 3. С. 52-56.
8. Нечипорук Н. В. Актуальні питання бухгалтерського обліку земельних ресурсів. *Агроекономіка*. 2018. № 10. С. 58-64.
9. Сахно Л. А. Облік і аудит екологічної складової в діяльності агропромислового підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 1.1(41.1). С. 73–76.
10. Сахно Л. А. Екологічний облік і аудит в реформуванні традиційної системи обліку на підприємстві. *Облік і фінанси АПК*. 2009. № 1. С. 89-92. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/ekologichniy-oblik-i-audit-v-reformuvanni-tradiciynoisistemi-obliku-na-pidpriemstvi> (дата звернення: 01.02.2023).
11. Швиданенко Г. О. та ін. Розвиток підприємства на еколого-економічних засадах: монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 184 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197268892.pdf> (дата звернення 01.02.2023).
12. Feodal.Land. URL: <https://feodal.online/#feodal.land> (дата звернення: 01.02.2023).
13. Агробізнес України під час війни - інфографічний довідник 2021–2022. URL: <https://agribusinessinukraine.com/the-infographics-report-ukrainian-agribusiness-2022/> (дата звернення: 01.02.2023)

14. Закон України «Про оцінку впливу на довкілля» від 23.05.2017 № 2059-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2059-19#Text> (дата звернення 01.02.2023).
15. Закон України «Про екологічний аудит» від 24.06.2004 № 1862-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1862-15#Text> (дата звернення 01.02.2023).
16. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку визначення шкоди та збитків, завданих Україні внаслідок збройної агресії Російської Федерації» від 20.03.2022 № 326. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення 01.02.2023).
17. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Порядок визначення та відшкодування збитків власникам землі та землекористувачам» від 19.04.1993 № 284. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/284-93-%D0%BF#Text> (дата звернення 01.02.2023).
18. Наказ «Про затвердження Методики визначення шкоди та збитків завданих земельному фонду України внаслідок збройної агресії Російської Федерації» від 18.05.2022 №295. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0586-22#Text> (дата звернення 01.02.2023).
19. Як і хто повинен оцінити пошкодження внаслідок війни URL: <https://agroportal.ua/blogs/yak-i-hto-povinen-ociniti-poshkozheniya-vnaslidok-viyni?prevw=2314364973> (дата звернення 01.02.2023).

References:

1. Costantino F., Di Gravio G., Tronci M. (2018). Environmental audit improvements in industrial systems through FRAM. *IFAC-Papers OnLine*, 51(11), 1155-1161.
2. King S., Vardon M., Grantham H.S., Eigenraam M., Ferrier S.; Juhn D., Larsen T.; Brown C.; Turner K. (2021). Linking biodiversity into national economic accounting. *Environmenta. Science & Policy*, 116, 20-29.
3. Nguyen T. D. (2020). Factors Influencing Environmental Accounting Information Disclosure of Listed Enterprises on Vietnamese Stock Markets. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 877-883.
4. Earnhart D., Leonard J. M. (2016) Environmental audits and signaling: The role of firm organizational structure. *Resource and Energy Economics*, 44, 1-22.
5. Mary Evans & Lirong Liu & Sarah Stafford. (2011). Do environmental audits improve long-term compliance? Evidence from manufacturing facilities in Michigan. *Journal of Regulatory Economics*, 40(3), 279-302.
6. Zamula I. V. (2010). Buhgalters'kij oblik ekologichnoï dijāl'nosti u zabezpechni stijkogo rozvitku ekonomiki: monohrafiia [Accounting of environmental activities in ensuring sustainable development of the economy: a monograph]. Zhitomir: ZhDTU [in Ukrainian].
7. Golub N. O. (2013). Dokumental'ne zabezpechnnja obliku vitrat na polipshennja zemel' sil'skogospodars'kogo priznachennja [Documentary provision of accounting for the costs of improving agricultural land]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky). Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University (economic sciences)*, 3, 52-56 [in Ukrainian].
8. Nechiporuk N. V. (2018). Aktual'ni pitannja buhgalters'kogo obliku zemel'nih resursiv. [Actual issues of accounting of land resources]. *Agrosvit*, 10, 58-64 [in Ukrainian].
9. Sahno L. A. (2017). Oblik i audit ekologichnoï skladovoi v dijāl'nosti agropromislovogo pidpriemstva. [Accounting and auditing of the ecological component in the activity of an agro-industrial enterprise.] *Molodij vchenij. Young scientist*, 1.1(41.1), 73-76 [in Ukrainian].
10. Sahno L. A. (2009). Ekologichnij oblik i audit v reformuvanni tradicijnoi sistemi obliku na pidpriemstvi. [Environmental accounting and auditing in reforming the traditional accounting system at the enterprise]. *Oblik i finansi APK*, 1, 89-92. Retrieved from: <http://magazine.faaf.org.ua/ekologichnij-oblik-i-audit-v-reformuvanni-tradicijnoisistemi-obliku-na-pidpriemstvi.html> [in Ukrainian].
11. Shvidanenko G. O. [et al.]. (2017) Rozvitok pidpriemstva na ekologo-ekonomichnih zasadah: monografija. Kyiv: KNEU. Retrieved from: <https://core.ac.uk/download/pdf/197268892.pdf> [in Ukrainian].
12. Feodal.Land. Retrieved from: <https://feodal.online/#feodal.land> [in Ukrainian].
13. Agrobiznes Ukraïni pid chas vijni - infografichnij dovidnik 2021–2022. [Agribusiness of Ukraine during the war - infographic guide 2021–2022]. Retrieved from: <https://agribusinessinukraine.com/the-infographics-report-ukrainian-agribusiness-2022/> [in Ukrainian].
14. Zakon Ukraïni «Pro ocinku vplivu na dovkillja» vid 23.05.2017 № 2059-VIII. [Law of Ukraine "On Environmental Impact Assessment" dated May 23, 2017 No. 2059-VIII]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2059-19#Text> [in Ukrainian].
15. Zakon Ukraïni «Pro ekologichnij audit» vid 24.06.2004 № 1862-IV. [Law of Ukraine "On Environmental Audit" dated June 24, 2004 No. 1862-IV]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1862-15#Text> [in Ukrainian].
16. Postanova Kabinetu Ministriv Ukraïni «Pro zatverdzhennja Porjadku viznachennja shkodi ta zbitkiv, zavdanih Ukraïni vnaslidok zbrojnoï agresii Rosijs'koï Federacii» vid 20.03.2022 № 326. [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Procedure for determining damage and losses caused to Ukraine as a result of the armed aggression of the Russian Federation" dated March 20, 2022 No. 326]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/326-2022-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].

17. Postanova Kabinetu Ministriv Ukraïni «Pro Porjadok viznachennja ta vidshkoduвання zbitkiv vlasnikam zemli ta zemlekoristuvacham» vid 19.04.1993 № 284. [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On the Procedure for determining and compensating for damages to land owners and land users" dated April 19, 1993 No. 284]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/284-93-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
18. Nakaz «Pro zatverdzhennja Metodiki viznachennja shkodi ta zbitkiv zavdanih zemel'nomu fondu Ukraïni vnaslidok zbrojnoï agresii Rosijs'koï Federacii» vid 18.05.2022 №295. [Order "On Approval of the Methodology for Determining Damage and Losses Caused to the Land Fund of Ukraine as a Result of the Armed Aggression of the Russian Federation" dated May 18, 2022 No. 295]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0586-22#Text> [in Ukrainian].
19. Jak i hto povinen ociniti poshkodzhennja vnaslidok vijni. [How and who should assess war damage]. Retrieved from: <https://agroportal.ua/blogs/yak-i-hto-povinen-ociniti-poshkodzhennja-vnaslidok-vijni?prevw=2314364973> [in Ukrainian].

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-190-207

УДК 339.138:332.72

Буднікевич І. М., д.е.н., професор

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

i.budnikevich@chnu.edu.ua

Тафій Н. В., к.е.н.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

natalija.tafij@gmail.com

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ДУМОК І ВРАЖЕНЬ КЛІЄНТІВ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ В МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ

***Анотація.** В статті описано авторську методіку маркетингового дослідження думок і вражень клієнтів, результати якого сприяють впровадженню інноваційного підходу в маркетинг ринку житлової нерухомості. Сформовано загальну логіку запропонованого інноваційного дослідницького процесу потреб та намірів споживачів регіонального ринку нерухомості Чернівецької області. Розроблено багатофакторну анкету, яка включає сім блоків запитань, які стосувалися потреб та переваг потенційних і фактичних покупців житлової нерухомості.*

Обґрунтовано, що для підвищення рівня персоналізації ринкової пропозиції ринку житлової нерухомості необхідно проводити професійні маркетингові дослідження потреб і намірів споживачів. Запропонована методика маркетингового дослідження споживачів регіонального ринку житлової нерухомості базується на опитуванні респондентів та фокусує увагу на питаннях визначення поточного рівня житлового забезпечення населення та рівня задоволеності якістю житла; причин та мотивів придбання житла; перспектив розвитку сегменту довгострокової оренди в регіоні; параметрів та критеріїв вибору житла; рівня задоволеності якістю середовища проживання та міграційних намірів населення.

Відзначено, що проведення маркетингового дослідження дає інформаційний матеріал та підстави для розробки регіональних стандартів житла, дозволяє трансформувати ринок житлової нерухомості з місця купівлі-продажу нерухомості в діалоговий майданчик продуцента і споживача.

***Ключові слова:** інновації, маркетинговий підхід, маркетингове дослідження, методика, анкета.*

JEL code classification: M12, R31

Budnikevich I. M. Doctor of Economics, professor,

Head of the Department of Marketing, Innovation and Regional, Development

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

i.budnikevich@chnu.edu.ua

Tafiy N. V., PhD,

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

natalija.tafij@gmail.com

THE METHOD OF RESEARCHING THE OPINIONS AND IMPRESSIONS OF CUSTOMERS AS THE BASIS OF AN INNOVATIVE APPROACH IN MARKETING IN THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET

***Summary.** The article describes the author's method of marketing research of customer opinions and impressions, the results of which contribute to the introduction of an innovative approach to the marketing of the residential real estate market. The general logic of the proposed innovative research process of the needs and*

intentions of consumers of the regional real estate market of the Chernivtsi region has been formed, which includes the following sections: research design (preparation of technical terms of reference and formulation of research goals and objectives; development of tools, in accordance with research tasks; piloting of tools, the results of which are refined questionnaire; fieldwork; quality control and automated data processing; development of recommendations); aim of the study; objectives of the study; research hypotheses; object and boundaries of research; research method; methods of collecting information; sample; development and correction of the questionnaire; data processing and analysis; formulation of results.

A multifactorial questionnaire was developed, which includes seven blocks of questions that were related to the needs and preferences of potential and actual buyers of residential real estate: 1) Current state of housing supply and filter questions. 2) Benefits, motives and reasons for purchasing housing. 3) Time, monetary and investment horizons of consumer demand. 4) Research in the real estate rental segment. 5) Research in the housing acquisition segment. 6) Intentions of respondents. 7) Identification data of respondents.

It is justified that in order to increase the level of personalization of the market offer of the residential real estate market, it is necessary to conduct professional marketing research of the needs and intentions of consumers. The proposed method of marketing research of consumers of the regional residential real estate market is based on a survey of respondents and focuses attention on the issues of determining the current level of housing provision of the population and the level of satisfaction with the quality of housing; reasons and motives for purchasing housing; prospects for the development of the long-term rental segment in the region; parameters and criteria for housing selection; the level of satisfaction with the quality of the habitat and migration intentions of the population. As a result of the application of a new method of researching the opinions and impressions of customers, it is possible to adjust marketing plans and programs: determine the preferences of citizens regarding options for improving living conditions; set price parameters of housing; find out the criteria for choosing real estate; determine the need to allocate plots for individual, low-rise and multi-story construction in the region; to investigate the impact of tariff increases on buyers' choice of real estate type; to identify the cost of housing per 1 m² acceptable for regional consumer; determine the respondents' life intentions; determine the demographic, social and behavioral profile of buyers.

It was noted that conducting marketing research provides information and grounds for the development of regional housing standards, allows to transform the market of residential real estate from a place of purchase and sale of real estate into a dialogue platform between the producer and the consumer.

Keywords: *innovations, marketing approach, marketing research, methodology, questionnaire.*

Постановка проблеми. Формування, функціонування та розвиток регіональних ринків житлової нерухомості без урахування потреб, вимог, намірів споживачів нівелює саме поняття «ринок» і, безперечно, гарантує ринковий провал будь-яким регіональним житловим програмам та корпоративним концепціям забудовників у регіонах. Вивчати споживачів і розуміти їхні споживчі переваги та сприйняття, формувати поселенську привабливість територій є основою сучасного інноваційного маркетингового підходу [12] до розвитку об'єктів різних ієрархічних рівнів. Теорія і практика маркетингових досліджень набуває особливої актуальності в контексті збору, акумулювання, відображення, моніторингу, аналізу та інтерпретації даних про проблеми, пов'язані з ринком житлової нерухомості та розробки рекомендацій стосовно його розвитку. Стан кон'юнктури та її уточнення по регіонах України потребує прискіпливих маркетингових досліджень, адже відповідно до

міжнародної практики він засвідчує незбалансованість ринку житла – попит та пропозиція вважаються збалансованими, якщо оціночний час продажу квартир становить рік-півтора. Важливість маркетингових досліджень в методиках аналізу ринків визначається сутністю сучасного маркетингу, його чітко вираженою орієнтацією на створення і підвищення споживчої цінності, на задоволення інтересів як споживачів, так і представників пропозиції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Консалтингові компанії України пропонують різні методики маркетингового дослідження ринку житла (Консалтингова компанія City Development Solutions [6], Західна маркетингова компанія, ЗМК (Чернівці), Група компаній УВЕКОН [4], Аналітичний центр CEDOS [5], Консалтингова компанія Pro-Consulting [1; 7]), кожна з яких відповідає цілям, потребам та можливостям компанії, а обсяг дослідження визначається, виходячи з принципу достатності. Методики консалтингових компаній, як правило, стосуються загалом країни, великих областей, столиці, великих міст. Аналіз же окремих регіонів, у тому числі Чернівецької області, практично не проводиться.

Мета статті. Розробка та презентація методики дослідження думок і вражень клієнтів як основи інноваційного підходу в маркетингу на ринку житлової нерухомості.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні потреба людини в житлі у піраміді Маслоу переходить з рівня «задоволення фізіологічних потреб» на більш високий і складний рівень «потреби у спілкуванні, у відчутті приналежності до певної групи, у самореалізації» / «потреби у спілкуванні (формування сім'ї, соціалізація), зростанні і розвитку (наявність високоякісного облаштування, дорогого устаткування тощо)» [10] / «потреби у розвитку кар'єри та професійної діяльності» [13] / «потреби у встановленні зв'язків і відносин (формування сім'ї, соціалізація), автономності (місце проживання знаходиться в повному володінні індивіда), компетентності (житло забезпечує заняття професійною діяльністю)» [11]. Зміна поколінь споживачів та змін економічних моделей, розвиток цифрового суспільства, трансформація системи

цінностей, приводять до того, що житло відображає соціальний статус, відношення до певної субкультури та професійної групи, рівень освіченості та інтелектуальний рівень споживача. Сьогодні змінюються форми взаємодії споживачів та будівельних організацій на користь прямих взаємовідносин та спільне створення цінностей. Пріоритетність думок і вражень клієнтів формують сучасні тенденції нового підходу в маркетингу СЕМ (Customer experience management – управління враженням клієнта) пов'язаного із створенням умов для отримання нового споживчого досвіду, нових позитивних емоцій, унікальних вражень, споживчий краудсорсинг, спільноти споживачів, співтворчість (co-creation).

Головна ідея маркетингових досліджень потреб, думок та намірів споживачів регіонального ринку житлової нерухомості полягає у пошуку відповіді на питання: чи планують вони здійснювати транзакції на ринку нерухомості? де, коли і скільки планують купити/продати/орендувати? як оцінюють поселенську привабливість даного регіону? Специфіка маркетингових досліджень на ринку нерухомості пов'язана з тим, що у категорію «споживач» потрапляють і ті, хто купує нерухомість, і ті, хто її продає на вторинному ринку (адже вони, як правило, стають покупцями іншого житла). Аналіз поведінки покупців на ринку житлової нерухомості може здійснюватися за багатьма напрямками, зокрема такими як: оцінювання думок і переваг споживачів; оцінювання рівня задоволеності якістю житлової нерухомості в регіоні та середовищем проживання; аналіз мети та причин придбання нерухомості; визначення ставлення членів територіальної громади до напрямів, темпів, стандартів житлового будівництва в регіоні; сегментування покупців (виявлення особливих переваг кожного сегмента, оцінювання розміру і темпів зростання сегменту, оцінювання прибутковості сегменту); ідентифікація алгоритмів споживчої поведінки; визначення критеріїв оцінки та вимог до житла, визначення важливості певних критеріїв при виборі об'єктів нерухомості; опис ключових характеристик нерухомості (наявної та бажаної); визначення переважного типу нерухомості, який буде

користуватись попитом у недалекому майбутньому/; дослідження намірів покупців; аналіз частоти і повторюваності транзакцій; оцінювання обсягу витрат на купівлю нерухомості; моделювання поведінки споживачів; оцінювання життєвого стилю та звичок споживачів; оцінювання рівня лояльності покупців житлової нерухомості до регіону як місця проживання; виявлення методів пошуку, вибору, купівлі нерухомості.

Метою проведеного нами маркетингового дослідження було визначення характеру потреб та намірів населення Чернівецької області щодо придбання об'єктів житлової нерухомості. Виходячи з мети, сформульовано наступні завдання: отримати та дослідити первинну інформацію про чинники, що впливають на вибір споживачів; визначити змінні, які впливають на вибір цільових аудиторій; зрозуміти сприйняття та логіку споживачів; визначити наміри споживачів; виявити відмінності в поведінці покупців житлової нерухомості залежно від віку, освіти, доходів та досвіду купівлі; виявити відмінності в поведінці покупців житлової нерухомості у залежності від особистих стильових та поведінкових характеристик; сформувати профіль споживача; узагальнити результати дослідження; сформувати рекомендації щодо розробки регіональних програм у сфері житлової нерухомості.

Концепція маркетингового дослідження базується на формулюванні робочих гіпотез. Для кращого розуміння згадаємо визначення цього терміну: робоча гіпотеза (hypothesis) – це «ймовірне припущення про суть проблеми, про структуру об'єкта, характер зв'язків між явищами, можливі шляхи, підходи та алгоритми вирішення проблеми, які можна перевірити шляхом проведення маркетингових досліджень. В основі гіпотези маркетингового дослідження лежить припущення, що пропонує можливі варіанти вирішення адекватно сформульованої проблеми та передбачає ймовірні наслідки їх реалізації» [2]. Для потреб нашого дослідження сформульовані такі робочі гіпотези:

- Гіпотеза 1. На прийняття рішення про придбання житла впливають демографічні, соціальні, стильові та поведінкові характеристики споживачів.

- Гіпотеза 2. Більшість споживачів купує житлову нерухомість для власного проживання, і лише невелика частка розглядає нерухомість як об'єкт інвестування.
- Гіпотеза 3. Основним критерієм вибору житла є цінова доступність та місце розміщення.
- Гіпотеза 4. Значущість факторів при купівлі нерухомості на первинному і вторинному ринках є різною.
- Гіпотеза 5. Основним критерієм вибору будівельної компанії є репутація забудовника.
- Гіпотеза 6. Важливою умовою оренди є зрозумілі правила договору, чітко стандартизовані та формалізовані відносини орендаря та орендодавця.
- Гіпотеза 7. Чернівчани надають перевагу придбанню житла в нових житлових районах.
- Гіпотеза 8. Більша частина споживачів свою поведінку пов'язує з перспективою проживання у Чернівцях.
- Гіпотеза 9. Споживачі надають перевагу опціям нового житла, які пов'язані з комфортом та безпекою.
- Гіпотеза 10. Більш як 50% респондентів для придбання житла цікавляться можливостями отримання кредитних коштів.
- Гіпотеза 11. На вибір споживачів впливають вік, доходи, стилеві та поведінкові характеристики.
- Гіпотеза 11. Цільовими споживачами є сімейні пари, середній вік яких 25-40 років, які мають дітей (молодшій дитині менше шести років), як правило, з рівнем доходу вище середнього (середній+).
- Об'єкт дослідження – споживачі регіонального ринку житлової нерухомості Чернівецької області.

Межі проведення дослідження – Чернівецька область. Предмет дослідження – потреби та наміри споживачів. Збір первинної інформації здійснюється через опитування споживачів методом анкетування у формі особистого (face-to-face) інтерв'ю з респондентами старше 18 років для «з'ясування їхніх позицій, намірів

та поглядів на підставі відповідей на задалегідь поставлені запитання» [2] стосовно регіонального ринку житлової нерухомості.

Багатофакторна анкета включала сім блоків запитань, які стосувалися потреб та переваг потенційних і фактичних покупців житлової нерухомості: 1) Поточний стан забезпечення житлом та запитання-фільтри. 2) Переваги, мотиви та причини придбання житла. 3) Часові, монетарні та інвестиційні горизонти споживчого попиту. 4) Дослідження у сегменті оренди нерухомості. 5) Дослідження у сегменті придбання житла. 6) Наміри респондентів. 7) Ідентифікаційні дані респондентів. Результати дослідження, за винятком Індексів, доцільно подавати у відсотках від кількості опитаних. Сума всіх відповідей може бути більше 100% в тих випадках, коли передбачена можливість вибору декількох варіантів відповіді.

Розрахунок генеральної сукупності необхідно здійснювати, виходячи з припущення, що попит на нерухомість формується як під впливом внутрішнього попиту жителів міста та області, так і потенційними споживачами (внутрішні переселенці, іногородні студенти, міграція). Вибірка – це відібрана частина об'єктів генеральної сукупності, яка дозволяє зробити висновок про всю величину останньої.

Розроблена багатофакторна анкета включає сім блоків запитань, які стосуються потреб та переваг потенційних і фактичних покупців житлової нерухомості: 1) Поточний стан забезпечення житлом та запитання-фільтри. 2) Переваги, мотиви та причини придбання житла. 3) Часові, монетарні та інвестиційні горизонти споживчого попиту. 4) Дослідження у сегменті оренди нерухомості. 5) Дослідження у сегменті придбання житла. 6) Наміри респондентів. 7) Ідентифікаційні дані респондентів. Методика маркетингового дослідження пройшла апробацію, зокрема було проведене пілотне дослідження. Це дозволило уточнити структуру анкети та алгоритми переходів до наступних питань залежно від обраного варіанту відповіді на окремі питання.

Перший блок сформованої нами анкети містить питання, які дозволяють визначити поточний рівень житлового забезпечення респондентів (загальна площа

житла, тип житла за офіційною типологізацією), рівень задоволеності якістю житла та їхні наміри / плани / дії на ринку нерухомості, оцінити сприйняття респондентами рівня цін на нерухомість у Чернівцях та їхнє суб'єктивне уявлення стосовно достатності обсягів житлового будівництва у місті: «В квартирі/будинку якої загальної площі ви проживаєте? До якого типу відноситься житло, у якому ви проживаєте (питання вимагає додаткової інформації від інтерв'юера)? Чи задоволені ви якістю свого житла? На вашу думку, обсяги житлового будівництва у Чернівцях є достатніми? Чи вважаєте ви нинішній рівень цін на нерухомість у Чернівцях прийнятним? Ваші дії /плани на ринку нерухомості?». Останнє питання є фільтром, відповіді на яке дозволять дослідникам визначити плани та дії респондентів стосовно їх активності на ринку житлової нерухомості міста Чернівців.

Наступна група питань визначає переваги, мотиви та причини придбання житла: «Якій житловій нерухомості Ви надаєте перевагу? Обираючи нове житло, якому класу ви надаватимете перевагу (питання вимагає додаткової інформації від інтерв'юера)? Яке житло ви бажаєте придбати? Мотиви операцій на ринку житлової нерухомості? Причина покращення житлових умов, не пов'язана з площею житла?». Перше питання дозволяє досліднику визначити, на якому сегменті зосередить свою увагу потенційний покупець нерухомості: первинному чи вторинному. Одне з питань дозволяє вивчити переваги споживачів щодо вибору майбутнього житла: студія чи мікроапартаменти, таунхаус (комплекс малоповерхових комфортабельних будинків, які мають спільну стіну та невеликий власний дворик), квартира, заміський чи приватний будинок. Цікаво буде отримати дані про можливі «міграції» споживачів з індивідуальних будинків у квартири. Однак, з огляду на наші спостереження, буковинці досить позитивно сприймають забудови типу «танхаус», які займають проміжне становище між індивідуальним будівництвом та багатоповерховими будинками, «вже не квартира, але ще не котедж» – зелена зона, екологічне середовище проживання, окремий під'їзд, 2-3 поверхи, небагато сусідів, прибудинкова територія, додатковий вихід на задній двір, охорона.

Мотиви придбання житла різноманітні: можливість стати власником житла, відмова від оренди житла, переїзд від батьків, розширення чи зменшення житлової площі, купівля житла для батьків чи дітей, інвестиції, для подальшої здачі в оренду та отримання пасивного доходу, інвестиції з метою надійного збереження коштів без отримання додаткового доходу, зміна місця проживання, покращення житлових умов, не пов'язаних з площею житла. Оскільки частина респондентів точно вважає інвестування в будівництво житла прибутковим видом діяльності, то маркетинг компанії-забудовника повинен формувати пропозиції для цільової аудиторії «інвестори». Останнє питання блоку дозволяє уточнити причини, які не пов'язані з розширенням площі: збільшення кількості кімнат; легша транспортна доступність; краща прибудинкова інфраструктура; особистий статус вимагає іншого житла; бажання переселитися зі старого житла в новобудову; краща доступність до шкіл, дитячих установ, об'єктів торгівлі, дозвілля та розваг, безпека, погане сусідство та інше. Це лише частина завдань, які людина прагне вирішити за допомогою поліпшення житлових умов. Процес купівлі житла специфічний, усі його фази супроводжуються страхами покупця, пов'язаними з великими інвестиціями та відповідальністю.

Наступний блок питань дозволяє окреслити часові, монетарні та інвестиційні горизонти споживчого попиту (орієнтовний термін покращення житлових умов, максимально можлива вартість 1 м² на сьогодні, для прийняття рішення про купівлю, максимальний розмір інвестицій / витрат на житло): «Ви маєте намір покращити свої житлові умови? Максимально можлива вартість 1 м² на сьогодні, для прийняття рішення про купівлю? Максимальний для вас розмір інвестицій / витрат на житло? Які джерела фінансування ви розглядаєте для придбання житла? За якими критеріями ви обираєте компанію-забудовника?». Такі питання є важливим для розробки або коригування регіональної житлової політики, адже відповіді на нього дозволяють оцінити попит на кредити, іпотеку, міграційні наміри жителів, рівень заощаджень.

Цікавим нам видається питання «За якими критеріями ви обираєте

компанію-забудовника?». Відповідні на дане питання: репутація (популярність компанії, термін роботи на ринку, відгуки); реклама; здані об'єкти; цінова доступність; частка капіталу, вкладеного забудовником у фінансування забудови; готовність до заселення; умови придбання (кредит, іпотека, розтермінування платежів); гарантії забудовника; рекомендації знайомих, друзів; якість забудови; можливість спостерігати онлайн за ходом будівництва) є основою формування маркетингових і фінансових програм національних та регіональних забудовників або можуть лягти в основу розробки регіональних житлових стандартів. Експерти ринку житлової нерухомості сьогодні говорять про перехід ринку від продавця до покупця і про те, що «ринок житла сьогодні стає більш дружнім до покупця» [9]. Провідні гравці активно пропонують маркетингові й фінансові інструменти лояльності: скидки за умови повної оплати, безпроцентна розстрочка до введення будинку в експлуатацію, максимально доступна, реальна та приваблива початкова ціна за 1 м², програми лояльності, виважені знижки, партнерські програми від банків, безпроцентні розстрочки, опція щодо можливості виплачувати її вже після введення будинку в експлуатацію, акційні пропозиції.

Блок наступних питань стосується тих респондентів, які на фільтр-питання «Ваші дії /плани на ринку нерухомості?» відповіли, що їх цікавить довгострокова оренда: «Ваші плани щодо оренди? Максимально можлива сума орендної плати становить? Чи є необхідність в прийнятті Стандартів / Правил довгострокової оренди?». Актуальність оренди зумовлена наростанням тенденцій в Україні та її регіонах до оренди житла в основному молодим поколінням, яке планує так жити якщо і не постійно, то протягом тривалого періоду. Зміна поколінь, демонстрація молоддю самостійності, громадянські шлюби, бажання молодят жити окремо від батьків вимагають від органів місцевого самоврядування звернути увагу на цей сегмент у напрямі розробки «Регіональних стандартів довгострокової оренди», які дозволять врегулювати відносини, розділити відповідальність, обов'язки та права, узгодити інтереси орендаря та орендодавця.

Ще один блок питань дозволяє вивчити параметри та критерії вибору житла: «Назвіть три критерії, на які ви орієнтуєтесь при виборі житла (множинний вибір). Додаткові опції, за які ви готові платити вищу ціну (оберіть декілька варіантів відповіді). Функції «розумного будинку», за які ви готові платити?»

Гіпотетично, для споживачів первинного ринку пріоритетними чинниками вибору є ціна, планування, інфраструктура, в той час як для вторинного ринку важливим може бути місце розташування об'єкта нерухомості. Сьогодні навіть покупці житла економ-класу активніше звертають увагу на більш бюджетні проекти з продуманою інфраструктурою. Конкуренція змушує девелоперів орієнтуватися на потреби конкретної цільової аудиторії своїх житлових об'єктів. Окрім класичних параметрів успішного проекту – локації, комфортності, безпеки, сервісу, звертається увага на «стиль життя майбутніх резидентів, що диктує увагу до цілісності концепцій, найменших деталей об'єктів» [8]. Трендами під час розробки концепції житлових комплексів є перехід від точкової забудови до мультифункціональних комплексів, реновація і ревіталізація промислових територій. Критерії вибору: концептуальність житла; індивідуальні планування (розташування стін і приміщень); багатофункціональні простори, облаштовані під індивідуальні потреби; досконалий рівень комфорту; панорамне скління; наявність паркінгу і зарядок для електрокарів; використання натуральних екологічних матеріалів у будівництві; повна безпека на території, консьерж-сервіс; оздоблення фасаду; інтеграція комплексу в архітектуру місцевості; облаштований ландшафтний парк з окремими майданчиками для дітей, спорту і workout, зонами відпочинку і релаксу; зонування території за віком та інтересами; використання інноваційних будівельних матеріалів і технологій; лавки з usb-портами, системи контролю доступу та відеоспостереження. Не усі критерії ми внесли в анкету, оскільки їх наявність залежить від класу житла.

Наприклад, компанія DIM Group, яка орієнтується на представників бізнес-класу та преміумкласу, ключовим трендом проєктів комплексів визначає

людиноорієнтованість (з англ. human oriented). Житлові концепції включають зелені зони для відпочинку і прогулянок на свіжому повітрі, кімнати для зберігання колясок, вело- й електротранспорту, дитячі садки і початкові школи, лобі готельного зразка з зонами очікування, швидкісний Інтернет та wi-fi, автономне опалення, сервіси побутових послуг і маркети продуктових і непродовольчих товарів, зони з нульовою висотністю і пеленальні столики в зонах гостьових санвузлів, лапомийки для домашніх тварин, внутрішній простір за принципом «двір без машин», безпека та охорона 24/7 тощо. Основним трендом в організації прибудинкового простору є його багатофункціональність, зручність для проживання і ведення бізнесу, розваг і відпочинку, доброзичливе для дітей і цікаве дорослим, максимальна адаптація до потреб різних людей.

Актуальним результатом пропонованого нами анкетування є визначення базових функцій «розумного будинку», яких потребують потенційні покупці житла. Це, насамперед, такі як: 1) управління пожежною безпекою; 2) антизахоплення; 3) захист від проникнення у під'їзд; 4) захист від проникнення в квартиру; 5); ресурсозбереження. Отримання позитивних результатів щодо ставлення чернівчан до системи «розумний будинок» дозволить позиціонувати Чернівецьку область у форматі Digital.

Відповіді респондентів на питання шостого блоку дадуть можливість визначити рівень задоволеності їх якістю міського середовища Чернівців, міграційні наміри, бажання та мотиви переїзду в інший населений пункт Чернівецької області: «Чи задоволені ви якістю міського середовища в Чернівцях (зручністю, комфортністю міста для життя)? Чи плануєте ви переїзд в інше місто / країну? Якщо так, то коли? Чи розглядаєте ви варіант переїзду в інший населений пункт Чернівецької області? Яке із тверджень для вас є найбільш прийнятним?» Останнє питання визначає життєві наміри респондентів і пропонує обрати один з варіантів: «Працювати і жити тільки у Чернівцях. Працювати і жити в столиці. Не хочу ні працювати, ні жити в Чернівцях. Працювати у Чернівцях, а житло купити в іншому місці. Працювати

і жити за кордоном. Вчитися в Чернівцях, а жити за кордоном. Працювати в іншому місті, а повернутися жити в Чернівці. Працювати за кордоном, а повернутися жити в Чернівці. Інше».

Останній блок питань дозволяє ідентифікувати респондентів, об'єднати їх в різні групи за ознаками: стать, вік, освіта, сімейний стан, стадія життєвого циклу сім'ї, місця постійного проживання, соціальний статус, локальний статус, стильові характеристики, фінансовий стан. Сьогодні маркетологи змінюють підходи до маркетингових досліджень, формуючи базу для нового маркетингу, заснованого на даних та глибокому знанні про споживачів та його позитивний користувацький досвід. При цьому ознаки першого соціально-демографічного рівня (які дозволяють розділити споживачів на стійкі групи за віком, статтю, локальним статусом, освітою) доповнюються другим бенефіціарним рівнем – «особистісними, культурними, соціальними, психологічними» [14], поведінковими, стильовими, купівельними та іншими ознаками, що забезпечує більш якісну, релевантну, довгострокову взаємодію та роботу з потенційним споживачем, перетворюючи його у лояльного персоналізованого споживача з індивідуальними потребами та перевагами.

Цільові аудиторії по-різному реагують на маркетингові та фінансові інструменти, по-різному сприймають візуальні та абстрактні образи, технічні характеристики, грошові показники, формують різні рейтинги чинників комфортності, привабливості, зручності житла. Переваги одного і того ж об'єкта нерухомості для сімейної пари з дітьми і для холостого бізнесмена не одні і ті ж. Для перших пріоритетами є дитячий садок, відстань до школи, дитячі зони та лікарні, для другого – швидкий Інтернет, елементи розумного будинку, паркування, спортивний клуб. Вважається, що ініціатором купівлі квартири частіше виступає жінка, вона ж займається пошуком житла і на етапі вибору часто звертає увагу на візуальні та емоційні складові, проводить комплексний аналіз найважливіших факторів, схильна вникати в усі деталі, оглядати різні квартири і порівнювати їх між собою. А ось покупцем, який укладає договір, є чоловік, і для нього орієнтир на етапі вибору об'єкта нерухомості – цифри і вигоди. Найчастіше

чоловіки купують першу ж квартиру, де його все влаштовує. Своїм головним завданням жінки вважають пошук житла, яке максимально схоже на будинок їхньої мрії, а чоловіки – вибір «базового варіанту», який можна удосконалити.

Молоді люди дуже швидко приймають рішення про купівлю, звертаючи увагу на розташування і кількість кімнат, ціну та умови продажу. Покоління міленіалів, або покоління Y (люди, що народилися в 1981-2000 роках) сьогодні складають більшу частину споживчого попиту і є найбільш активними гравцями. Саме вони змінюють простори згідно до своїх переваг, інвестуючи у себе та свій розвиток, а не у житло, примушують забудовників генерувати та створювати нецінові переваги житла. Міленіали обирають спосіб життя digital-nomad, де нормою є отримувати одяг, їжу, новини та житло за підпискою. У будинку за підпискою є спільні зони (від фітнесу до ресторану, від коворкінгу до кабінету) і зовсім невеликий приватний простір де можна усамітнитися. У свою чергу, люди зрілого віку – вимогливі й обережні, хочуть поліпшити житлові умови або придбати нерухомість для дітей. Вони мають досвід подібних покупок, для них важливим є розташування і ціна об'єкта, а також забудовник, вентиляція, опалення, паркування та близькість лікарень, шкіл, магазинів.

Покупці квартир економ-класу пріоритетними критеріями вибору вважають ціну, площу, наявність інфраструктури, парк. Люди з високими доходами формують попит на нерухомість класу «бізнес», «преміум» та «люкс», їх цікавлять площа, планування та терміни здачі житла. Покупцям елітних квартир байдужі дитячі садки біля будинку, але їм потрібен гараж, басейн, спортклуб. В Європі проекти класу «бізнес» і вище включають декілька поверхів міської інфраструктури, сервісів і ритейлу, які використовують не тільки мешканці, а й городяни. Для мешканців створюються окремі паркінги і входи в приватну частину будинку, громадські зони, де можна відсвяткувати день народження або влаштувати вечірку. У лобі будинку часто інтегрують власні поштомати для служб доставки, а керуюча компанія може взяти на себе функції прибирання в квартирі і доставки їжі.

Освіта та соціальний статус впливають на задоволення потреби в житлі як поведінкові характеристики. Перебуваючи в оточенні людей певного фінансового рівня, людина прагне наслідувати більш успішних друзів, колег, керівництво. Більшість потенційних покупців під час вибору об'єкта нерухомості розглядають те ж місто або регіон, в якому проживають, тому потрібно досліджувати наміри та готовність до зміни місця проживання. Вибір покупця щораз більше залежить від ритму життя і бачення світу, ніж від доходу. Важливим є приємне сусідство, співтовариство – люди, які поділяють спільні цінності і відповідальність, у яких схожий спосіб життя, доступ до місцевих громад, інсайдерських місць та корисних знайомств. Хоча на ринку житлової нерухомості рівень доходів і накопичень покупців і є своєрідним обмежувачем споживчої поведінки на ринку житлової нерухомості, саме він визначає тип і особливості житлової нерухомості, які вони планують придбати.

Зауважимо, що окремі питання анкети спрямовані на дослідження бажань та переваг респондентів, їхніх суб'єктивних оцінок і намірів, які часто не підкріплені фінансовими можливостями, тому дані реальних продажів можуть не збігатися з даними дослідження. Рівень реальних доходів і розвиток іпотеки визначають платоспроможний попит, однак отримана інформація важлива для формування пропозиції, яка відповідає потребам цільових аудиторій. Програма SPSS Statistics та її модулі дозволяють виявити існування взаємозв'язку між багатьма даними: між віком і потребами споживачів, між віком опитаних і важливістю характеристик запропонованої нерухомості, між віком респондентів і критеріями вибору нерухомості, відмінності в поведінці покупців житлової нерухомості залежно від віку та досвіду.

Висновки. Таким чином, загальна логіка запропонованого інноваційного дослідницького процесу потреб та намірів споживачів регіонального ринку нерухомості Чернівецької області включає: 1) дизайн дослідження (підготовка технічного завдання і формулювання цілей і завдань дослідження; розробка інструментарію, відповідно до завдань дослідження; пілотаж інструментарію, за результатами якого доопрацьовується анкета; польові роботи; контроль

якості та обробка даних в автоматизованому вигляді; розробка рекомендацій). 2) Мета дослідження. 3) Завдання дослідження. 4) Гіпотези дослідження. 5) Об'єкт та межі дослідження. 6) Метод дослідження. 7) Методи збору інформації. 8) Вибірка. 9) Розробка та коригування анкети. 10) Обробка та аналіз даних. 11) Формулювання результатів.

Дослідження особливостей поведінки покупців, аналіз бажань, потреб, переваг і намірів споживачів, а також активна участь їх в проектуванні житла спільно з розробниками, дизайнерами, маркетологами, керуючими компаніями дозволяють трансформувати ринок житлової нерухомості з місця транзакцій пов'язаних з нерухомістю в діалоговий майданчик продуцента і споживача. Сучасному споживачу потрібен високий рівень персоналізації ринкової пропозиції і максимальне врахування його потреб та забаганок. Ми згодні з провідними експертами ринку житлової нерухомості стосовно тези, що гравці ринку мають «змінити координати свого розвитку – стати більш діджиталізованими, відкритими і людиноцентричними» [3]. Важливою при виборі забудовника є репутація компанії, її популярність, досвід реалізації проектів у регіоні, термін роботи на ринку, відгуки про неї. Маркетологи компанії та уся команда повинні постійно працювати з репутацією, досліджувати репутаційні рейтинги, відгуки в мережі та реагувати на них.

Для реалізації інноваційного підходу в маркетингу на ринку нерухомості, підвищення рівня персоналізації ринкової пропозиції необхідно ґрунтовне дослідження потреб і намірів споживачів. Для їх вивчення запропоновано методику маркетингового дослідження споживачів регіонального ринку житлової нерухомості, яка базується на опитуванні респондентів та фокусує увагу на питаннях визначення поточного рівня житлового забезпечення населення та рівня задоволеністю якістю житла; причин та мотивів придбання житла; перспектив розвитку сегменту довгострокової оренди в регіоні; параметрів та критеріїв вибору житла; рівня задоволеності якістю середовища проживання та міграційних намірів населення. Проведення маркетингового дослідження дає інформаційний матеріал та підстави для розробки

регіональних стандартів житла, дозволяє трансформувати ринок житлової нерухомості з місця купівлі-продажу нерухомості в діалоговий майданчик продуцента і споживача. В результаті застосування розробленої нами нової методики дослідження думок і вражень клієнтів можна коригувати маркетингові плани та програми: визначити переваги городян стосовно варіантів покращення житлових умов; встановити цінові параметри житла; з'ясувати критерії вибору нерухомості; визначити потребу у виділенні ділянок під індивідуальне, малоповерхове та багатоповерхове будівництво в регіоні; дослідити вплив підвищення тарифів на вибір покупцями типу нерухомості; виявити прийнятну для регіональних споживачів вартість житла за 1 м²; визначити життєві наміри респондентів; визначити демографічний, соціальний та поведінковий профіль покупців.

Список використаних джерел:

1. Аналіз галузі нерухомості в Україні. 2022 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-otrasli-nedvizhimosti-v-ukraine-2022-god> (дата звернення 11.03.2023).
2. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика. Чернівці: Чернів. нац. ун-т, 2012. 645 с.
3. Вавриш А. Ринок будівництва потрібно виводити з «задзеркала». URL: <http://saga-development.com.ua/rynok-budivnytstva-potribno-vyvodyty-z-zadzerkallya> (дата звернення 15.03.2023).
4. Група компаній УВЕКОН. Аналіз ринків нерухомості. URL: <https://www.uvecon.ua/ua/gotovi-doslidzhennya.html> (дата звернення 25.02.2023).
5. Державна житлова політика в Україні: сучасний стан та перспективи реформування. CEDOS. Аналітичний центр. URL: <https://www.cedos.org.ua/uk/articles/derzhavna-zhytlova-polityka-v-ukraini-suchasnyi-stan-ta-perspektyvy-reformuvannia> (дата звернення 15.02.2023).
6. Консалтинова компанія City Development Solutions. Огляди. URL: <https://cde.ua/ua/reports> (дата звернення 19.02.2023).
7. Маркетингове дослідження на ринку систем "розумний дім" в Одесі. 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/marketingovoe-issledovanie-na-rynke-sistem-umnyj-dom-v-odesse-2021-god> (дата звернення 02.03.2023).
8. Шульга Т. Нет «человейникам». Как рынок покупателя повлиял на проекты ЖК. URL: <http://kievlast.com.ua/text/net-chelovejnikam-kak-rynok-pokupatelya-povliyal-na-proekty-zhk> (дата звернення 06.03.2023).
9. Шульга Т. Рынок покупателя: какие финансовые инструменты лояльности предлагают сегодня застройщики жилья. URL: <http://kievlast.com.ua/text/rynok-pokupatelya-kakie-finansovye-instrumenty-loyalnosti-predlagayut-segodnya-zastrojshhiki-zhilya> (дата звернення 21.02.2023).
10. Alderfer C. P. Existence, relatedness, and growth; human needs in organizational settings. New York: Free Press, 1972.
11. Deci E. L., Ryan R. M. Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum press, 1985.
12. Levy D. Modern marketing research techniques and the property professional. *Property Management*. 1995. Vol. 13. P. 33–40.
13. McClelland D. C. Managing motivation to expand human freedom. *American Psychologist*. 1978. No. 33(3). P. 201–210.
14. Solomon, Michael R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 6th Edition. 9th edition, Prentice Hall, 2011. 654 p.

References:

1. Market analysis of the real estate in Ukraine. 2022 year. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-otrasli-nedvizhimosti-v-ukraine-2022-god> [in Ukrainian].

2. Budnikevich, I. (2012). Municipal marketing: theory, methodology, practice. IRD NAS of Ukraine. Chernivtsi: Chernivtsi Nat. Univ. [in Ukrainian].
3. Vavrysh, A. The construction market needs to be taken out of the «looking glass». URL: <http://saga-development.com.ua/ryнок-budivnytstva-potribno-vyvodyty-z-zadzerkallya> [in Ukrainian].
4. Consulting company UVECON. Of the research. URL: <https://www.uvecon.ua/ua/gotovi-doslidzhennya.html> [in Ukrainian].
5. Public Housing Policy in Ukraine: Current State and Prospects for Reform. CEDOS. URL: <https://www.cedos.org.ua/uk/articles/derzhavna-zhytlova-polityka-v-ukraini-suchasnyi-stan-ta-perspektyvy-reformuvannia> [in Ukrainian].
6. City Development Solutions. Reports. URL: <https://cde.ua/ua/reports> [in Ukrainian].
7. Marketing research on the market of "smart house" systems in Odessa. 2021. 2021 pik. URL: <https://proconsulting.ua/ua/issledovanie-rynka/marketingovoe-issledovanie-na-rynke-sistem-umnyj-dom-v-odesse-2021-god> [in Ukrainian].
8. Shulga, T. No «humans». How the buyer's market influence residential projects. URL: <http://kievlast.com.ua/text/net-chelovejnikam-kak-ryнок-pokupatelya-povliyal-na-proekty-zhk> [in Russian].
9. Shulga T. The buyer's market: what financial instruments of loyalty are offered by housing developers today. URL: <http://kievlast.com.ua/text/ryнок-pokupatelya-kakie-finansovye-instrumenty-loyalnosti-predlagayut-segodnya-zastrojshhiki-zhilya> [in Russian].
10. Alderfer, C. P. (1972). Existence, relatedness, and growth; human needs in organizational settings. New York: Free Press.
11. Deci, E. L., Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum press.
12. Levy, D. (1995). Modern marketing research techniques and the property professional. *Property Management*, 13, 33–40.
13. McClelland, D. C. (1978). Managing motivation to expand human freedom. *American Psychologist*, 33(3), 201–210.
14. Solomon, Michael R. (2011). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 6th Edition. 9th edition, Prentice Hall.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-208-219

УДК 339.3:681.5

Нікульча В. А., к. е. н., асистент
Венгер Є. І., к. е. н., доцент
Чернівецький національний університет
ім. Юрія Федьковича
v.nikulcha@chnu.edu.ua
e.venger@chnu.edu.ua

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

Анотація. Стаття присвячена розгляду доцільності автоматизації торговельних процесів. Встановлено, що автоматизація забезпечує високу якість обслуговування споживачів, що у межах реалізації концепції маркетингу взаємовідносин, через підвищення рівня задоволеності процесом купівлі сприяє формуванню лояльності. Досліджено сутність процесу, виокремлено ключові фактори, що впливають на доцільність автоматизації та вибір відповідного програмного забезпечення. На основі аналізу наявних функціональних можливостей програмних рішень визначено переваги для учасників торговельного процесу.

Ключові слова: торгівля, якість торговельного обслуговування, споживач, лояльність, автоматизація торговельних процесів, CRM.

JEL code classification: L81

Nikulcha V. A., PhD, Assistant
Venher Ye. I., PhD, Associate Professor
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
v.nikulcha@chnu.edu.ua
e.venger@chnu.edu.ua

CURRENT ISSUES OF TRADE PROCESS AUTOMATION

Abstract. Problem statement. The automation of trade processes is included in external factors that determine a high level of quality of trade service, which leads to the satisfaction of consumers with the services received and ensures the formation of loyalty on their part. Automation not only simplifies the performance of certain trade and technological operations, but also allows you to accumulate data on purchasing behavior, facilitating contact with the consumer at all stages of interaction.

Research results. Quite often, the automation of trade processes is associated only with the simplification of individual operations using barcode marking, however, the functionality of the software solutions that is offered on the market is much broader, what allows you to link equipment and services into a single system through appropriate integration protocols. Trade software is usually divided into two groups of solutions - front- and back - office, which is determined by the functions performed and the place in the interaction between the trade enterprise and the consumer. Based on a critical analysis, key factors that affect the feasibility of automation of trade enterprises and the choice of appropriate software are identified, which include: financial resources; the type of market in which the enterprise operates; form of sale; types of products in the assortment; the structure of the retail trade network; legislation; infrastructure. The advantages of automation are obvious for all participants of the trading process, which is determined by the offered set of software functions and the availability of additional modules. In addition, the automation of trade processes implies the presence or possibility of CRM integration, which should be understood as a certain set of information technologies that make it possible to accumulate and use information during the entire period of interaction with consumers to ensure effective relationship management.

Conclusions. The process of automating trade processes is important from the point of view of ensuring the competitive advantages of trade enterprises. Prospects of automation and approaches to the implementation of complex projects, improvement and modification of existing software solutions require clarification and are of scientific interest from the point of view of further research.

Key words: trade, trade service quality, consumer, loyalty, trade process automation, CRM.

Постановка проблеми. Розвиток торгівлі та підвищення вимогливості споживачів до якості наданих їм послуг та пропонованих товарів потребують критичного аналізу бізнес-процесів та пошуку шляхів формування конкурентоспроможності. Водночас необхідність забезпечення контролю та отримання актуальної інформації щодо окремих аспектів господарської діяльності потребує рішень у сфері використання відповідного програмного забезпечення, що реалізується у формі автоматизації торговельних процесів. Цей процес, попри необхідні інвестиції, обсяг яких прямо корелює із функціональними можливостями програмних рішень та необхідним видом й типом обладнання, у довгостроковій перспективі забезпечує підприємству переваги, пов'язані із досягненням високого рівня задоволеності споживачів якістю обслуговування та формуванням лояльності, що відповідає завданням сучасної концепції маркетингу взаємовідносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях питання автоматизації торговельних процесів достатньо широко досліджені з позицій визначення місця у забезпеченні якості торговельного обслуговування [2], удосконалення процесу обліку [8] та застосування програмних рішень у маркетингу та активізації продажів [3;4;10]. Проте, слід зазначити, що недостатньо описаними та вивченими залишаються аспекти автоматизації, пов'язані із інтеграцією обладнання, сервісів та програмного забезпечення у єдиний комплекс, який охоплює усі аспекти господарської діяльності, включно із допоміжними операціями торгово-технологічного процесу.

Мета статті полягає в обґрунтуванні доцільності автоматизації торговельних процесів, що обумовило вирішення таких завдань як аналіз змісту, сутності процесу автоматизації із подальшим дослідженням кола вирішуваних завдань; виокремлення факторів впливу, що визначають доцільність і можливість застосування програмних рішень та оцінка отриманих переваг за результатами такого виду діяльності.

Виклад основного матеріалу. Підприємства роздрібної торгівлі, відчуваючи високий конкурентний тиск, пріоритетним напрямком орієнтації

своїї діяльності визначають залучення та утримання споживачів. Аналізуючи сукупність маркетингових інструментів, які підприємства активно використовують, можемо констатувати підпорядкованість таких дій чинним принципам сучасної концепції маркетингу взаємовідносин, у результаті чого має досягатися лояльність споживача.

Загальновідомо, що задоволеність споживача процесом здійснення покупки ще не означає, що він є лояльним до підприємства, проте постійне підтримання високого рівня задоволення, що досягається якістю торговельно-технологічних процесів, суттєво підвищує ймовірність цього. Слід зазначити, що «якість торговельного обслуговування – це сукупність ознак і показників, які дозволяють установити ступінь відповідності основних і допоміжних торговельно-технологічних процесів у торговельному підприємстві вимогам споживачів» [1].

У цьому контексті до зовнішніх факторів, які визначають якість торговельного обслуговування серед інших належить «автоматизація торговельних процесів, що передбачає застосування штрихового кодування і засобів автоматизованої обробки інформації про рух товарів, високоефективного ваговимірювального обладнання, реєстраторів розрахункових операцій, електронних контрольно-касових апаратів» [2, с.66]. У роздрібній торгівлі, наприклад, цей процес включає низку технологій, які перекладають відповідальність за виконання певного завдання на програмне забезпечення, що, зменшує участь людини в підрахунку запасів, обробці накладних тощо [3]. Доповнюючи вищевизначене, погоджуємось із твердженням, що «автоматизація – це процес підбору та підготовки обладнання, програмного забезпечення до ефективного вирішення завдань» [4, с.254], пов'язаних із виконанням основних та допоміжних торговельно-технологічних операцій.

Оприлюднені результати дослідження автоматизації між секторами, проведені McKinsey Global Institute, показали, що близько половини операцій в діяльності в роздрібній торгівлі можна автоматизувати за допомогою поточних,

масштабних технології [5]. Зважаючи на те, що утримання споживачів на 14% вище серед підприємств, які використовують Big Data та аналітику для взаємодії з споживачами [6], автоматизація торговельних процесів здатна забезпечити конкурентні переваги у довгостроковій перспективі. У міру вдосконалення процесів та застосовуваних технологій автоматизації, «вона пропонує нові способи ведення бізнесу, підвищення рівня прийняття рішень і вдосконалення залучення клієнтів» [7].

Зазвичай під час дослідження процесу автоматизації з позицій ведення обліку, програмні продукти, пропоновані на ринку, здебільшого розглядаються як такі, що використовують технології штрих-кодового маркування для ідентифікації товарів. Відповідно, на основі цього підходу, оскільки «первинні документи можуть формуватися лише в електронній формі, суттєво спрощується процес обліку й аналізу товарообігу, що підтримує штрих-кодову ідентифікацію товарів (рис.1.)» [8, с.56].

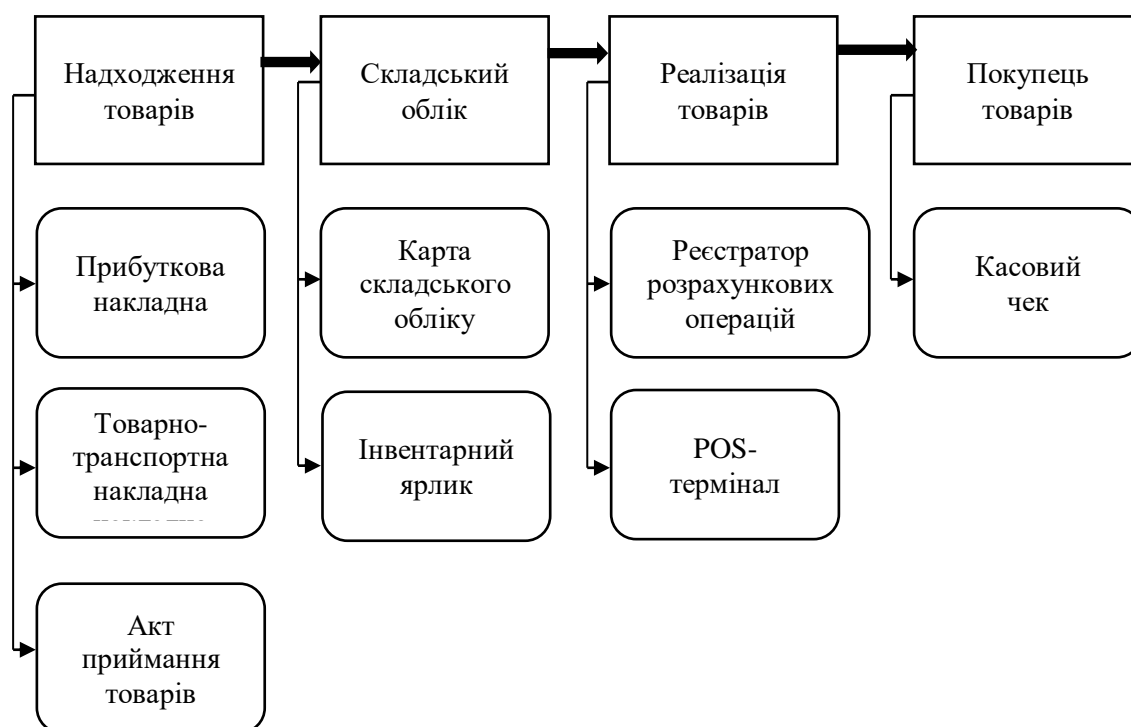


Рис.1. Формування первинної інформації про рух товарів на підприємствах роздрібної торгівлі

Джерело: [8, с.57]

Проте коло завдань, яке вирішує автоматизація, виходить за межі можливості використання лише штрих-кодової ідентифікації товарів. Впровадження рішень, що дозволяють автоматизувати процеси у роздрібній торгівлі, обумовлене такими причинами:

- наявністю в асортименті товарів, виробниками яких використовується різний тип пакування, що може потребувати подальшого розважування та фасування;

- необхідністю розділити товари в асортименті на різні групи залежно від ставки податку, які застосовуються при їх продажу;

- контролем за цінами на підакцизні товари, відповідно до рівня, визначеного законодавством та наявністю у чеках обов'язкової інформації щодо них;

- внесенням до асортименту штучних та вагових товарів, що визначає специфіку їх продажу;

- використанням різних типів ваг, зокрема з можливостями друку етикеток з подальшим фасуванням, зважування у процесі продажу на касі тощо;

- відсутністю штрих-кодів на пакуванні товару, або використання різних штрих-кодів для тих же самих товарів;

- наданням продавцям інформації щодо можливих додаткових товарів та аналогів того, щодо чого звертається споживач;

- необхідністю використання кількох робочих місць продавців-касирів;

- можливостями обліку наявних залишків та переміщення товарів, у тому числі консолідації інформації щодо них між підприємствами роздрібною торгівлі, які входять у торговельну мережу;

- впровадженням програм лояльності, зокрема використання бонусів та дисконтів;

- веденням обліку оплат за отримані товари й послуги, витрат за різними статтями та надходжень з можливістю формувати періодичні звіти;

- доцільністю використання додаткового обладнання на зразок терміналів збору даних та прайс-чекерів тощо.

Програмне забезпечення для торгівлі, зазвичай, розділяють на дві групи рішень:

– front-office (фронт-офіс): цей тип програмного забезпечення пов'язаний із забезпеченням позитивного клієнтського досвіду та представлений касовими програмами, основне призначення яких – скоротити час на придбання товарів та спростити розрахунок за них;

– back-office (бек-офіс): програмні продукти для ведення управлінського обліку, що охоплює усі сфери діяльності підприємства, починаючи від закупівлі товарів та розрахунків з постачальниками, закінчуючи можливостями формування фінансових звітів, аналізу асортименту та поданням відповідних звітів у органи контролю.

Процес підбору відповідного програмного забезпечення для автоматизації торговельних процесів передбачає попередню оцінку вимог до обладнання, наявного функціоналу та можливостей інтеграції із додатковими та сторонніми модулями; умов, швидкодії та зручності використання; доступу до звітних форм тощо, що корелює із вартістю пропонованих на ринку інформаційних продуктів. Відповідно, до ключових факторів, які впливають на доцільність автоматизації торговельних процесів та вибір програмного забезпечення, слід віднести:

1. Фінансові ресурси. Фінансові ресурси підприємства є чи не найбільш вагомим за значенням фактором, що впливає на прийняття рішення щодо автоматизації торговельного процесу. Відсутність або недостатня кількість коштів у поєднанні із достатньо різними пропонованими на ринку умовами щодо варіантів користування та функціональних можливостей програмного забезпечення можуть обумовити відмову від автоматизації на користь використання електронного контрольно-касового апарата, програмного реєстратора розрахункових операцій або книг обліку розрахункових операцій. Проте таким альтернативам не властиві усі ті переваги, що й спеціалізованому програмному забезпеченню, окрім можливостей отримання узагальнених фінансових звітів щодо обсягів реалізації. Варіанти використання програмного

продукту конкретного розробника у цілому зводяться до двох основних пропонуванних альтернатив – щомісячна обов'язкова оплата за використання або повноцінне придбання. Відповідно, початковий рівень інвестицій в автоматизацію може суттєво різнитися і вплинути на вибір конкретної пропозиції на ринку.

2. Тип ринку, на якому працює підприємство: B2B або B2C. Оптова торгівля як діяльність суб'єктів на ринку B2B потребує значно менших функціональних можливостей та додаткових модулів у порівнянні із ринком B2C. Більшість операцій та форм контролю за допомогою наявного програмного забезпечення є спільними для обох типів ринків, проте на ринку B2C, де якість послуг залежить від швидкості обслуговування покупців та організації розрахункових операцій, зокрема використання спеціалізованих касових програм у поєднанні із підключенням додаткових модулів є безальтернативним варіантом.

3. Форма продажу: онлайн/офлайн. Організація продажів офлайн без використання бонусних або дисконтних програм дозволяє використовувати найпростіші програмні рішення або ж відмовитися від них. Необхідність забезпечення впливу на споживачів, стимулювання збуту та аналізу покупок потребують використання більш складних та вартісних варіантів автоматизації. Це ж стосується й організації онлайн-продажів, що обумовлено необхідністю синхронізації між back-office та сайтом або електронним торговельним майданчиком, зокрема насамперед вивантаженням асортименту та залишків товарів, можливостями збору та використанням персоналізованої інформації щодо споживачів, а також роботою з чат-ботами у месенджерах, що потребує використання API (Application Programming Interface).

4. Типи товарів в асортименті: продовольчі/непродовольчі/лікарські засоби. Тип товару визначає вимоги щодо функціоналу пропонованого програмного забезпечення, оскільки, наприклад, продаж лікарських засобів вимагає жорсткого контролю за рецептурними товарами, термінами придатності, інтеграцію з eHealth, роботу із таким ідентифікатором ліків, як

«Код Маріона», зокрема для зменшення кількості дублікатів у базі даних, переміщенням медикаментів між аптеками, вивантаження асортименту на сайт та автоматичного завантаження накладних від постачальника, а також формування замовлень. Поряд із тим, продаж продовольчих товарів, окрім контролю за термінами придатності, потребує можливості контролю за коректністю та наявністю штрих-кодів, кодів УКТЗЕД, знижок та максимальних націнок відповідно до чинних у державі норм формування цін на підакцизні товари, як-от алкоголь та тютюнові вироби. Окрім цього, тип та асортимент товарів ставить вимоги щодо інтеграції із додатковим обладнанням: вагами, терміналами збору даних, прайс-чекерами тощо.

5. Структура роздрібної мережі: кількість торговельних об'єктів, їхні розміри та місцезнаходження. Розгалужена роздрібна мережа визначає як вимоги щодо необхідного обладнання, так і спосіб забезпечення комунікацій між окремими підрозділами для обміну даними. Варіант побудови схеми із використанням SaaS-рішень, або ж власних серверів із централізованою чи розподіленою схемою побудови, налаштування комунікації між ними, робочими місцями касирів та адміністраторів із відповідними функціональними можливостями залежить насамперед від визначеного фактору.

6. Законодавство. Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» визначає, що «...суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі ... при продажу товарів (наданні послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, а також операції з приймання готівки для виконання платіжної операції зобов'язані... проводити розрахункові операції на повну суму покупки (надання послуги) через зареєстровані, опломбовані у встановленому порядку та переведені у фіскальний режим роботи реєстратори розрахункових операцій або через зареєстровані фіскальним сервером контролюючого органу програмні реєстратори розрахункових операцій зі створенням у паперовій та/або електронній формі відповідних розрахункових документів...» [9]. Відповідно,

автоматизація торговельних операцій із використанням спеціалізованих програм дозволяє інтегрувати у систему реєстратор розрахункових операцій (як електронний контрольно-касовий апарат, так і електронний контрольно-касовий реєстратор) або ж програмний реєстратор розрахункових операцій.

7. Інфраструктура: можливість доступу до всесвітньої мережі Internet. Не в останню чергу наявність мережі Інтернет та засобів зв'язку визначає можливість автоматизації підприємств, оскільки дилери програмних продуктів або безпосередньо розробники програмного забезпечення можуть знаходитися на значній відстані від підприємства. Аналогічна ситуація із організацією доступу до хмари, віддалені сервери, які можуть перебувати закордоном та без відповідних умов не можуть використовуватися. Відсутність або низька якість зв'язку можуть суттєво утруднити як процес інсталяції та налаштування програмного забезпечення, так і процес його експлуатації.

Розглядаючи переваги автоматизації торговельних процесів у роздрібній торгівлі, слід відзначити наявність таких для усіх учасників торговельного процесу. Так, основною перевагою автоматизації для споживача є підвищення якості обслуговування, що виявляється у:

- скороченні витраченого часу на купівлю;
- можливості самостійного розрахунку без участі касира;
- отриманні актуальної інформації про ціни завдяки, наприклад, прайс-чекерам.

Для касира переваги використання програмних продуктів автоматизації обумовлені спрощенням виконання основних операцій торгово-технологічного процесу, внаслідок чого забезпечується:

- пришвидшення розрахунку покупця;
- зниження ймовірності помилки під час розрахунку клієнта, спричиненої підбиттям загальної суми чека, вибором відповідного типу оплати, визначенням суми решти;
- контроль за сумою коштів у касі протягом зміни.

Адміністратор магазину (мережі магазинів) отримує переваги від автоматизації у формі таких можливостей:

- контролю за діями касира (-ів) та, відповідно усунення зловживань персоналу;
- отримання актуальної інформації щодо наявних коштів та денної виручки для подальшого аналізу та подання звітів;
- контролю залишків товару та необхідності формування замовлень на постачання;
- ведення обліку оплат, витрат, розрахунків зі сторонніми організаціями.

Управлінському персоналу вищого рівня, зокрема і власникам малого бізнесу автоматизація торговельних процесів дозволяє:

- забезпечувати централізоване накопичення інформації про господарську діяльність, і на її основі приймати управлінські рішення;
- інтегрувати сторонні сервіси на умовах аутсорсу, зокрема доставку, програми лояльності, аналітику;
- спрощувати процедури подачі обов'язкових періодичних звітів;
- контролювати функціонування бізнесу без прив'язки до конкретного робочого місця завдяки віддаленому доступу до даних інформаційної системи.

Окремо відзначимо наявність очевидних переваг для підвищення ефективності як онлайн-, так і для офлайн-торгівлі, зокрема й через отримання онлайн- та офлайн-даних, забезпечуючи процес взаємовідносин із споживачами через різні канали взаємодії. Розглядаючи ці переваги, звернемо увагу на те, що автоматизація торговельних процесів та використання відповідних програмних продуктів зазвичай передбачають наявність або можливість інтеграції з CRM (Customer Relationship Management). Під нею розуміємо певний набір інформаційних технологій, що дають можливість протягом усього періоду взаємодії із споживачами накопичувати та використовувати інформацію для забезпечення ефективного управління відносинами. На рівні технологій CRM-система становить собою комплекс інструментів, включно зі спеціальними застосунками, що дозволяє вирішувати специфічні завдання щодо взаємодії із

споживачами на основі збору, аналізу, обробки релевантної інформації. Впровадження спеціальних застосунків та програм забезпечує вплив на окремих споживачів або сегменти, шляхом формування відповідної пропозиції із використанням найбільш зручного для споживача каналу взаємодії.

Висновки. Проведене дослідження змісту автоматизації торговельних процесів дозволило описати коло завдань, яке охоплює визначений процес, виокремити причини та ключові фактори, які впливають на доцільність вибору відповідних програмних рішень. Окрім цього, визначено, що автоматизація в торгівлі може бути реалізована як на ринках B2B та B2C, так і в процесі організації онлайн- та офлайн-продажів. Пропонований набір функціональних можливостей є доволі широким і дозволяє не лише спростити виконання окремих процесів, а й забезпечити збір необхідних даних для удосконалення впровадженої системи продажу та взаємодії із споживачем. Проте, механізми функціонування програмних рішень, як і можливості взаємної інтеграції, вивчені ще не достатньо, а тому потребують подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Організація торгівлі : підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін. 2-ге вид., перер. та доопр. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 616 с.
2. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/nayka/monography/bozulenko_2021.pdf (дата звернення 11.02.2023).
3. Lewis L. Business Process Automation in the Retail Industry. URL: <https://www.processmaker.com/blog/business-process-automation-in-the-retail-industry/#> (дата звернення 17.02.2023).
4. Бондарчук М. Ю. Удосконалення системи управління процесами торгівлі суб'єктів малого бізнесу Житомирської області. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 254–260
5. Begley S., Hancock B., Kilroy T., Kohli S. Automation in retail: An executive overview for getting ready. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/Automation%20in%20Retail%20An%20executive%20overview%20for%20getting%20ready/Automation-in-retail-An-executive-overview-for-getting-ready-FINAL.pdf> (дата звернення 21.02.2023).
6. Pangriya R., Singh A. Automation in Retail: Modern Ways of Customer Engagement. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*. Dec. 2020. Vol. 17. P. 10507-10533. URL: https://www.researchgate.net/publication/347954270_Automation_in_Retail_Modern_Ways_of_Customer_Engagemen_t (дата звернення 22.02.2023).
7. Chao G., Cheung J., Haller K., & Lee, J. The coming AI revolution in retail and consumer products. *IBM Institute for Business*. 2019. P. 24. URL: <https://nrf.com/sites/default/files/2019-01/The%20coming%20AI%20revolution.pdf> (дата звернення 09.02.2023).
8. Муравський В. В. Облік і аналіз руху товарів з використанням інформаційних технологій : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09. Тернопіль, 2012. 248 с. URL: http://library.wunu.edu.ua/images/stories/praci_vukladachiv/Факультет%20ОА/КОВС/Муравський%20В/дисертація/Муравський%20дисертація.pdf (дата звернення 21.02.2023).

9. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : Закон України від 06.07.1995 № 265/95-ВР. Дата оновлення: 01.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/265/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 01.02.2023)
10. Singh, A. Retail is Transforming – Thanks to Marketing Automation. URL: <https://bwdisrupt.businessworld.in/article/Retail-is-Transforming-Thanks-to-Marketing-Automation/01-10-2018-161230/> (дата звернення 06.02.2023).

References:

1. Аропій, В. В., Мисчук, І. П., Ребятський, В.М. et al (2005). *Orhanizatsiia torhivli*. Kyiv: Tsentr navchal'noi literatury [in Ukrainian].
2. Bozulenko, O. Ya. (2021). *Orhanizatsiia torhivli*. ChTEI KNTEU. http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/nayka/monography/bozulenko_2021.pdf [in Ukrainian].
3. Lewis, L. (2021, November 24). *Business Process Automation in the Retail Industry*. Processmaker. <https://www.processmaker.com/blog/business-process-automation-in-the-retail-industry/#>.
4. Bondarchuk, M.Yu. (2015). Improvement of management processes of small business in Zhytomyr region. *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, 7, 254–260 [in Ukrainian].
5. Begley, S., Hancock, B., Kilroy, T., Kohli, S. *Automation in retail: An executive overview for getting ready*. Mckinsey. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/Automation%20in%20retail%20An%20executive%20overview%20for%20getting%20ready/Automation-in-retail-An-executive-overview-for-getting-ready-FINAL.pdf>.
6. Pangriya, Ruchita & Singh, Aditi. (2020). Automation in Retail: Modern Ways of Customer Engagement. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, 17, 10507-10533
7. Chao, G., Cheung, J., Haller, K., & Lee, J. (2019). *The coming AI revolution in retail and consumer products*. National Retail Federation. <https://nrf.com/sites/default/files/2019-01/The%20coming%20AI%20revolution.pdf>.
8. Muravs'kyj, V. V. (2012). *Accounting and analysis of commodity turnover with information technologies using*. [Doctoral dissertation, Lviv Academy of Commerce, Lviv]. http://library.wunu.edu.ua/images/stories/praci_vukladachiv/Факультет%20ОА/КОВС/Муравський%20В/дисертація/Муравський%20дисертація.pdf [in Ukrainian].
9. *On the use of registrars of settlement transactions in the sphere of trade, catering and services*. Law of Ukraine of 06.07.1995 № 265/95-ВР. <https://zakon.rada.gov.ua/go/265/95-%D0%B2%D1%80> [in Ukrainian].
10. Singh, A. (2018). Retail is Transforming - Thanks to Marketing Automation. BW Disrupt Entrepreneurs' Disrupt. <http://bwdisrupt.businessworld.in/article/Retail-is-TransformingThanks-to-Marketing-Automation/01-10-2018-161230/>.

DOI: 10.31388/2519-884X-2023-47-220-229

УДК 338.43:330.3

*Трусова Н. В., д. е. н., професор
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
trusova_natalya5@ukr.net*
*Кукіна Н. В., к. е. н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
kukinanatala81@gmail.com*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ДОМІНАНТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Анотація. В статті розглянуто соціально-економічна домінанта розвитку підприємництва на сільських територіях. Обґрунтовано базовий функціонал сектору підприємництва на сільських територіях. Доведено, що економічна домінанта підприємницької діяльності на сільських територіях є платформою зміни структури сільської економіки, свободи економічного вибору, розширення принад сільських територій. Соціальна домінанта передбачає стримування міграційних процесів, розвиток соціального капіталу, реалізацію потенціалу підприємця. Обґрунтовано зростання впливу соціально-економічної домінанти на активність зміни вектору сільської економіки. Це дозволяє розширити нові форми господарювання, створити умови для розвитку альтернативних видів економічної діяльності та сприяти підвищенню якості життя сільського населення.

Ключові слова: соціально-економічна домінанта розвитку, підприємництво, сільські території, бізнес, ресурси, сектор підприємництва, потенціал підприємництва.

JEL Classification: Q13, Q18, R20

*Trusova N. V., D.Sc., Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
trusova_natalya5@ukr.net*
*Kukina N. V., PhD, Associate Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
kukinanatala81@gmail.com*

SOCIAL AND ECONOMIC DOMINANT OF DEVELOPMENT ENTERPRISES IN THE RURAL AREAS

Abstract. The article examines the social and economic dominant of the development of entrepreneurship in rural areas. The basic functionality of the entrepreneurship sector in rural areas is substantiated. It has been proven that the economic dominance of entrepreneurial activity in rural areas is a platform for changing the structure of the rural economy, freedom of economic choice, and expansion of rural areas. The social dominant involves restraining migration processes, developing social capital, realizing the potential of an entrepreneur. The growing influence of the social and economic dominant on the activity of changing the vector of the rural economy is substantiated. This makes it possible to expand new forms of business, create conditions for the development of alternative types of economic activity and contribute to improving the quality of life of the rural population. It was determined that the social stability of entrepreneurship in rural areas brings additional income for the people themselves, which contributes to raising the standard of living of the rural population and increasing its well-being. Entrepreneurship is directly the source of the formation of budgets of local village councils to solve the problem of food needs of the population and ensure food security in general. It is substantiated that agribusiness in rural areas contributes to the formation of agricultural product processing chains, procurement of raw materials, repair of agricultural machinery and provision of services. It has been proven that organizational, economic and legal measures are implemented on the state policy of the development of Ukrainian entrepreneurship, taking into account the peculiarities of rural areas, the real impact of the innovation-investment model of the rural economy and world globalization processes. The social and economic dominant factor in the development of

entrepreneurship is the logical structure of the interaction of all its elements at different levels, aimed at improving the quantitative and qualitative indicators of small and medium-sized businesses in rural areas.

Keywords: social and economic dominant development, entrepreneurship, rural areas, business, resources, entrepreneurship sector, entrepreneurship potential.

Постановка проблеми. Сучасний етап соціально-економічного зростання України, що характеризується реформуванням територіального устрою і місцевого самоврядування, вказує на об'єктивну необхідність пошуку нових механізмів та інструментів, що супроводжуватимуть якісні та кількісні перетворення сільської економіки на всіх її рівнях. Одним із таких перспективних напрямів є підприємництво на сільських територіях. Крім того, зважаючи на стрімке поширення агроструктур, підприємництво на селі розглядається основою розвитку традиційних видів зайнятості. Однак, недостатнє опрацювання проблематики створює суттєві перешкоди для практичної реалізації такої політики та унеможливорює отримання суб'єктами підприємництва максимально можливих ефектів економічного, соціального характеру, а відтак і реалізації конкурентних переваг окремих підприємців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічну парадигму розвитку підприємництва як економічного явища розкрито у фундаментальних працях О. Г. Булавка, О. М. Варченко, Т. В. Гоголь, І. В. Гончаренко, О. Ю. Єрмаков, Т. А. Заяць, А. В. Ключник, Г. О. Краєвська, М. Ф. Кропивко, І. В. Ксьонжик, Ю. М. Лузан, М. Й. Малік, О. І. Павлова, І. В. Прокопа, А. В. Руснак, П. Т. Саблук, Є. В. Савельєв, В. П. Славов, А. М. Третьак, В. Ю. Уркевич, М. М. Федоров, І. І. Червен, О. В. Шибаніна, О. Г. Шпикуляк та ін. Нині постає необхідність дослідження соціальних та економічних процесів розвитку підприємництва на сільських територіях та всебічного урахування чинників забезпечення життєздатності села.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування соціально-економічної домінанти розвитку підприємництва на сільських територіях, яка охоплює сукупність компонент економічної діяльності, визначає поточні можливості розширення бізнесу, ідентифікує та знімає

обмеження життєвого середовища населення та сприяє зростанню сільської економіки.

Виклад основного матеріалу. В умовах економічної нестабільності функціонування підприємництва на сільських територіях набуло непересічного значення, оскільки спрямоване на розвиток конкурентного середовища, створення додаткових робочих місць, зменшення рівня безробіття, формування середнього класу, підтримку продовольчої безпеки країни тощо. Наразі на регіональному рівні поширюються заходи, спрямовані на підтримку функціонування підприємництва у контексті розробки проектів місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва з урахуванням загальнодержавних пріоритетів, національних і регіональних соціально-економічних, екологічних, культурних та інших особливостей.

Функціональність сектору підприємництва на сільських територіях обґрунтовується його роллю в системі національного господарства, яка реалізується через вплив на темпи економічного зростання і формування ВВП та РВП, створення передумов структурної модернізації сільської економіки та економічних відносин, насичення внутрішнього ринку товарами та послугами, вплив на усунення деформації та диспропорцій розвитку сільської економіки, реалізації низки важливих соціальних функцій і завдань (рис. 1).

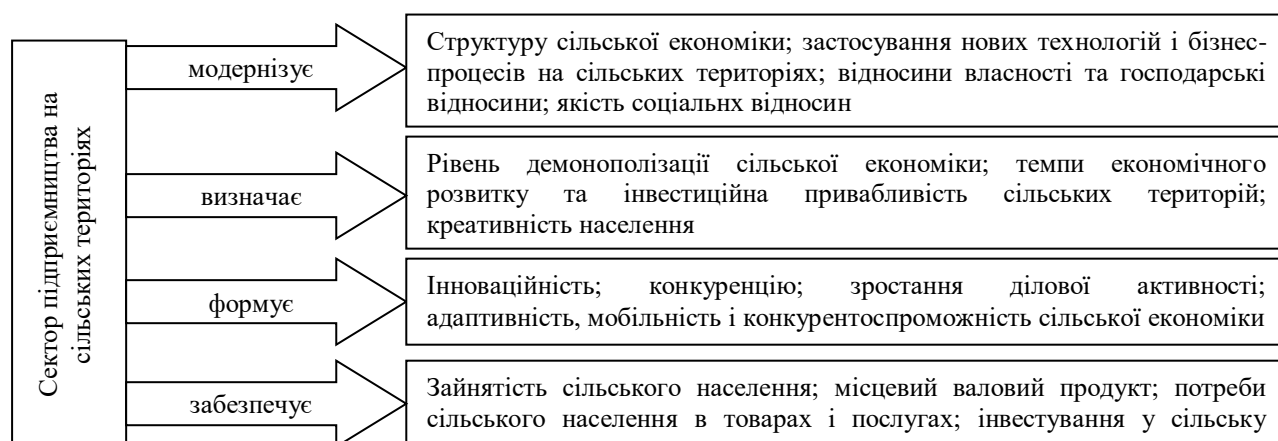


Рис. 1. Базовий функціонал сектору підприємництва на сільських територіях

Джерело: побудовано авторами за даними [12; 16]

Світовий досвід свідчить, що підприємство на сільських територіях є тим сектором сільської економіки, який здатний швидко створювати нові робочі місця в сільській місцевості та надавати соціальні гарантії, гучно реагувати на збалансування попиту і пропозиції на ринку ресурсів, впливати на повсякденне життя громадян села завдяки орієнтуванню на споживчий попит населення певного регіону, формувати мотивацію органів місцевого самоврядування до виконання соціальних функцій в інтересах сільського населення та забезпечувати соціальний контроль. Водночас, реалізація соціальної доміанти можлива лише на умовах соціальної відповідальності влади, включно зі створенням бізнес-середовища, нормативно-правового поля та інвестиційного клімату функціонування підприємницьких структур на сільських територіях [10].

Створення сприятливих умов соціально-економічної доміанти підприємництва на сільських територіях забезпечується за рахунок програми становлення малого і середнього бізнесу направленою на розвиток пріоритетних галузей сільського господарства, забезпечення зайнятості сільського населення. Нині на сільських територіях запроваджені заходи щодо спрощення процедур передачі нерухомого майна в оренду, виділення земельних ділянок, отримання дозволів на будівництво та реконструкцію об'єктів, перегляду ставок та пільг з орендної плати для підприємців-початківців і тих суб'єктів підприємницької діяльності, що працюють на пільгових умовах в сільській місцевості. Крім того, підприємству на сільських територіях, притаманна наявність багатьох видів ресурсів, які дозволяють розвивати різні види економічної та відтворювати вектор соціально-економічного розвитку окремих сільських територій (рис. 2).

Економічна діяльність населення в сільській місцевості має специфічні ознаки: 1) в сільській місцевості є вищою частка видів діяльності, які за своїм змістом є підприємницькими, тобто, спрямовані на отримання доходу та соціальної пільги. Це пов'язано з використанням населенням ресурсів природного походження (дикорослих грибів, ягід, трав, інших рослин),

обробкою земель навколо житла та вирощуванням продукції для власного споживання; 2) в сільській місцевості більшість видів діяльності пов'язана з одним з найважливіших ресурсів сільської місцевості – землею та сільськогосподарським виробництвом. При цьому, сільськогосподарське виробництво є базовим видом діяльності, оскільки складає основу для розвитку багатьох інших видів, що пов'язані із забезпеченням умов для ведення сільськогосподарського виробництва, просування продукції до споживачів [9].

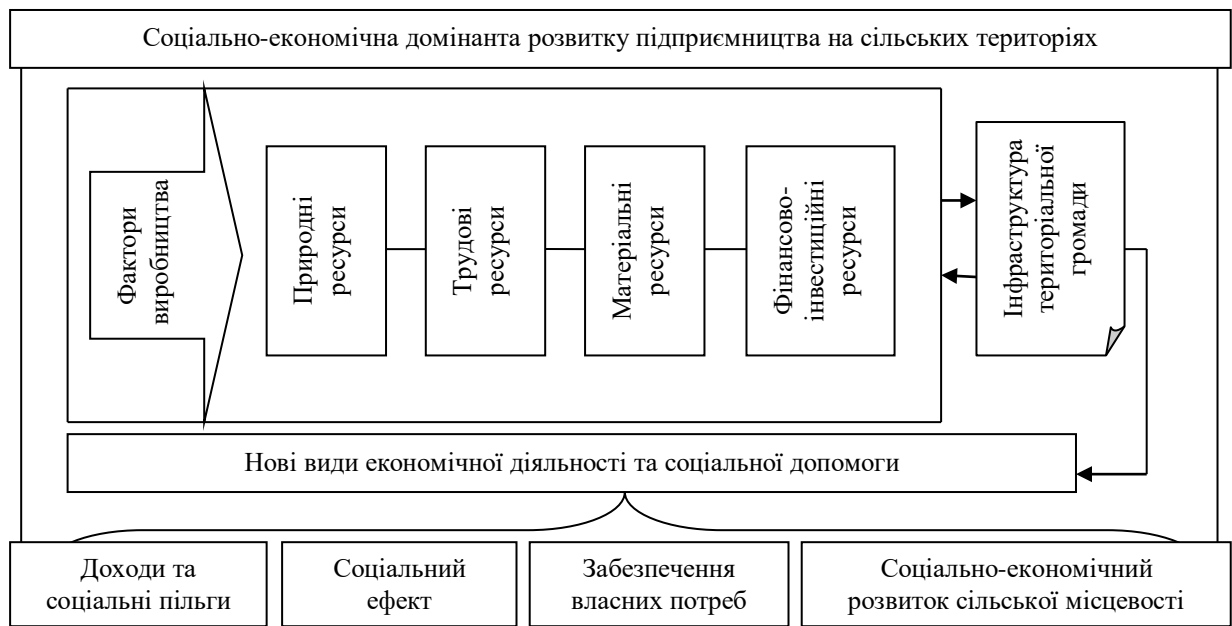


Рис. 2. Соціально-економічна домінанта розвитку підприємництва сільських територій

Джерело: побудовано авторами за даними [12; 16]

Економічна домінанта підприємницької діяльності на сільських територіях є платформою зміни структури сільської економіки, свободи економічного вибору, розширення принад сільських територій. Натомість соціальна домінанта передбачає стримування міграційних процесів, розвиток соціального капіталу, реалізацію потенціалу підприємця [7]. Зростання впливу соціально-економічної домінанти на активність зміни вектору сільської економіки, дозволяє розширити нові форми господарювання, створити умови для розвитку альтернативних видів економічної діяльності та сприяти підвищенню якості життя сільського населення [5].

Соціальна стабільність підприємництва на сільських територіях підтверджується такими положеннями: бізнес приносить додаткові доходи для самих людей, що сприяє підвищенню рівня життя сільського населення та зростання його добробуту; підприємництво безпосередньо є джерелом формування бюджетів місцевих сільських рад; підприємництво вирішує проблему продовольчої потреби населення сільських територій і цим сприяє забезпеченню продовольчої безпеки загалом; агробізнес сприяє утворенню ланцюгів переробки сільськогосподарської продукції, заготівлі сировини, ремонту сільськогосподарської техніки, а також наданню різноманітних видів послуг [8].

В умовах загострення ринкової конкуренції, посилення різких коливань зовнішнього бізнес-оточення підприємницьким формуванням на сільських територіях стає все важче імплементувати усталені підходи до ведення діяльності і зберігати при цьому ринкову стійкість, конкурентний статус, фінансову автономію та економічну безпеку. На цьому тлі виникає потреба пошуку нових інструментів, які дозволяють дієво впливати на розвиток підприємництва на сільських територіях в сучасних умовах. Необхідно зазначити, що сільське господарство на якісно новому етапі розвитку, потенційно може забезпечує зростання взаємозв'язків і взаємозалежності економічних систем на рівні територіальних громад, і, передусім детермінувати розвиток економічної домінанти, яка базується на підприємницькій ініціативі сільського населення, широкому використанні інноваційно-спрямованих інформаційних систем і технологій з орієнтацією на екологічну домінанту [4; 11].

Для подальшого розвитку підприємництва на селі, необхідні певні організаційно-економічні та правові заходи [3]. Насамперед, це формування й реалізація дієвої державної політики розвитку українського підприємництва з урахуванням регіональних особливостей, реального впливу інноваційно-інвестиційної моделі розвитку сільської економіки України та світових глобалізаційних процесів [11]. При цьому, формування належної системи

підтримки підприємництва має базуватися на комплексному підході, яким передбачено врахування соціальних, культурних, географічних та економічних особливостей підприємницького середовища, зосередження заходів підтримки на підприємстві, постійне вдосконалення інструментів системи підтримки підприємництва залежно від зміни кон'юнктури ринку. Заходи підтримки мають формуватися на основі показників ефективності, справедливості, пропорційності та стабільності функціонування [14].

Стан відтворення соціально-економічної домінанти розвитку підприємництва на сільських територіях під час воєнного стану в країні потребує системи організаційних, економічних, правових, управлінських і регулюючих дій, які мають впливати на показники діяльності суб'єктів-підприємців, що посилять потенціал їх активності з метою здійснення оцінки його стану та формування на цих засадах соціальної політики, що реалізується державною політикою стимулювання розвитку ринку праці в сільській місцевості (рис. 3).



Рис. 3. Потенціал активності підприємництва на сільських територіях

Джерело: побудова авторами за даними [12; 13]

Державна політика стимулювання розвитку ринку праці в сільській місцевості є складовою державної політики стабілізації і розвитку сільської економіки та підтримки малого та середнього підприємництва на селі,

спрямованої на регулювання господарських відносин між сільськими органами влади й суб'єктами бізнесу, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у економічну діяльність підприємців та усунення перешкод до проведення реформ, сприяння виходу сільської економіки з кризи та згладжування соціальних конфліктів в соціально-орієнтованому суспільстві [6].

Соціально-економічна домінанта розвитку підприємництва є логічною структурою взаємодії всіх її елементів на різних рівнях, спрямовану на поліпшення кількісних і якісних показників ведення малого та середнього бізнесу. Кожен із суб'єктів має власний набір інструментів і методів їх використання для підтримки підприємництва [15]. Однак, на функціональність широкого спектра зв'язків в підприємницькому бізнес-середовищі, впливають такі економічний інструмент, як фінансування. Сучасні умови розвитку малих та середніх форм підприємництва гостро потребують розробки та упровадження новітніх механізмів та методів фінансової підтримки малих та середній форм підприємництва в сільській місцевості, які мають стати стимулом не лише для здійснення поточних можливостей розширення бізнесу, але й для ідентифікації та зняття обмежень до зростання сільської економіці.

У загальному розумінні всі компоненти, що визначають потенційні можливості соціально-економічної домінанти розвитку підприємництва на сільських територіях, можна розділити на чотири групи [1; 2; 8]:

компоненти виробничо-економічного розвитку, пов'язані з рівнем розвитку сільськогосподарського виробництва та його станом в умовах ринку, розвитком інших видів виробництва та сфери послуг, особливо постачання виробництва та торгівлі виробленою продукцією (місцевий та регіональний маркетинг);

компоненти соціально-економічного розвитку, пов'язані з сільським населенням, його культурою та способом розселення, рівнем зайнятості сільських жителів та їх доходів, їх соціальним забезпеченням, умовами проживання та інфраструктурною сферою.

компоненти збереження природної, культурної та духовної спадщини, пов'язані з об'єктами природи (земельними, водними та іншими природними ресурсами) багато в чому визначають можливості та економічну цінність сільської території, що становить історію країни та представляють інтерес як для сьогодення, так і для наступних поколінь.

Компоненти інституційних перетворень, пов'язані з відносинами володіння, розпорядження та користування земельними ресурсами, об'єктами виробництва, інфраструктури та іншими, які беруть участь у системі багатофункціонального розвитку підприємництва на сільських територіях, пов'язаних з організацією влади і управління на місцях, в регіонах та країні загалом.

Висновки. Збереження інтеграційно-просторова та соціально-економічна диспропорцій розвитку бізнес-процесів в секторі підприємництва на сільських територіях повинні мати неформалізований індикативний характер впливу на внутрішній ринок товарообороту в країні. Оскільки, повільні структурні зрушення та нестабільна, і, навіть, загрозна для держави ситуація із сільською економікою не забезпечують якісного економічного зростання пріоритетних сфер підприємництва на селі. Усі зазначені вище ознаки та межі функціоналу соціально-економічної домінанти розвитку підприємництва мають відтворюватись на засадах ефективності виробництва, розвитку конкурентних переваг та раціонального використання наявних ресурсів сільських територій.

Список використаних джерел:

1. Ареф'єва О. В. Бізнес-процеси підприємств сфери послуг: фактори, формування, конкурентоспроможність. Київ: Вид-во: Європейський університет, 2009. 258 с.
2. Біленко В. О. Моніторинг та оцінка ефективності бізнес-процесів громади. Міжнародний інноваційний журнал. *Технології в економіці*. 2018. № 5(17). С. 22-29.
3. Бриль М. В. Формування локальної ідентичності через згуртованість сільської громади. *Право та державне управління*. 2018. № 1(30). С. 153-158.
4. Будник О. М. Кооперативний маркетинг як основа сучасного розвитку аграрних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. № 27(1). С. 24-28.
5. Гончаренко І. В., Мороз Т. О. Теоретичні засади формування механізму забезпечення сталого соціально-економічного розвитку сільських територій. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: Економічні науки*. 2013. № 1(1). С. 136–141.
6. Департамент розвитку підприємництва та регуляторної політики Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://regulation.gov.ua/catalogue/indexes> (дата звернення 01.03.2023).
7. Жерибор Л. Л., Судак Г. В. Програмування соціально-економічного розвитку сільських територій. *Вісник ЖНАЕУ. Сер. Економічні науки*. 2011. № 2 (29), т. 2. С. 33–41.

8. Руснак А. В. Функції, завдання, чинники функціонування та сталого розвитку сільських територій. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/244.pdf> (дата звернення 04.03.2023).
9. Саблук П. Т. Розвиток села – запорука відродження аграрної України. *Вісник аграрної науки*. 2006. № 5. С. 21-23.
10. Чуприна Л. В., Юзовицька С. А. Світовий досвід розвитку малого підприємництва та його використання в Україні. *Ринкова інфраструктура*. 2019. № 32. С. 264-269.
11. Шевченко І. В., Скриль О. О., Захарченко Я. Р., Самойленко Ю. М. Моделі оперативного моніторингу бізнес-процесів у бізнес-одинацях. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. 2016. № 6(2). С. 86-93.
12. Ярова Ю. М. Підприємницький потенціал сільських територій та фактори його реалізації в сучасних умовах України. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. № 3. С. 64-71.
13. Fidelman G. I. Business Processes and Organization Change. *Quality management methods*. 2002. № 1. P. 14-18.
14. Harrington H. J. Business process improvement: the breakthrough strategy for total quality, productivity and competitiveness. New York: McGraw-Hill, 1991. 178 p.
15. Hazuda S. M. Development of rural areas: the experience of the EU. *Economics of agro-industrial complex*. 2008. № 7. P. 23-28.
16. Skydan O., Sudak G. Development of entrepreneurship in rural areas: strategic milestones. *International scientific journal «Progress»*. 2018. № 7-8. P. 33-36.

References:

1. Arefieva, O.V. (2009). Business processes of enterprises in the field of services: factors, formation, competitiveness. Kyiv: Publishing House: European University [in Ukrainian].
2. Bilenko, V. O. (2018). Monitoring and evaluating the effectiveness of community business processes. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 5(17), 22-29 [in Ukrainian].
3. Bryl, M. V. (2018). Formation of local identity through the cohesion of the rural community. *Law and Public Administration*, 1(30), 153-158 [in Ukrainian].
4. Budnik, O. M. (2019). Cooperative marketing as a basis for modern development of agricultural enterprises. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University: International Economic Relations and World Economy*, 27(1), 24-28 [in Ukrainian].
5. Honcharenko, I.V., Moroz, T.O. (2013). Theoretical principles of formation of the mechanism of ensuring sustainable socio-economic development of rural areas. *Collection of scientific works of the Tavriya State Agrotechnological University: Economic sciences*, 1(1), 136-141 [in Ukrainian].
6. Department of Entrepreneurship Development and Regulatory Policy of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine. URL: <https://regulation.gov.ua/catalogue/indexes> [in Ukrainian].
7. Zheribor, L. L., Sudak, G. V. (2011). Programming of social and economic development of rural areas. *Bulletin of ZhNAEU. Ser. Economic sciences*, 2 (29), 33-41 [in Ukrainian].
8. Rusnak, A. V. (2016). Functions, tasks, factors of operating and sustainable development of rural areas. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/244.pdf> [in Ukrainian].
9. Sabluk, P. T. (2006). Development of rural areas – the key to the revival of agrarian Ukraine. *Bulletin of Agricultural Science*, 5, 21-23 [in Ukrainian].
10. Chupryna, L.V., Yuzovyt'ska, S.A. (2019). World experience of small business development and its use in Ukraine. *Market infrastructure*, 32, 264-269 [in Ukrainian].
11. Shevchenko, I. V., Skryl, O. O., Zakharchenko, Ya. R., Samoilenko, Yu. M. (2016). Models of operational monitoring of business processes in business units. *Bulletin of the Mykhailo Ostrogradsky Kremenchug National University*, 6 (2), 86-93 [in Ukrainian].
12. Yarova, Yu. M. (2015). Entrepreneurial potential of rural areas and factors of its implementation in modern conditions of Ukraine. *Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*, 3, 64-71 [in Ukrainian].
13. Fidelman, G. I. (2002). Business Processes and Organization Change. *Quality management methods*, 1, 14-18.
14. Harrington, H. J. (1991). Business process improvement: the breakthrough strategy for total quality, productivity and competitiveness. New York: McGraw-Hill.
15. Hazuda, S. M. (2008). Development of rural areas: the experience of the EU. *Economics of agro-industrial complex*, 7, 23-28.
16. Skydan, O., Sudak, G. (2018). Development of entrepreneurship in rural areas: strategic milestones. *International scientific journal "Progress"*, 7-8, 33-36.

**Вимоги до статей, що друкуються
у “Збірнику наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)”**

Збірник призначений для фахівців, які цікавляться теоретичними та прикладними проблемами економіки, фінансів і кредиту, обліку і аудиту, менеджменту та маркетингу мікро-, мезо- та макrorівня національної та міжнародної економіки. Збірник надає можливість вченим та здобувачам наукових ступенів провести публічну апробацію, а науковій спільноті – ознайомитися з останніми результатами досліджень теоретичних і прикладних проблем національної та міжнародної економіки.

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) включений до Переліку наукових фахових видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ МОН №1328 від 21.12.2015 р.). Відповідно до Порядку формування Переліку наукових фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня 2018 року № 32) Збірнику присвоєно категорію «Б», що затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020 № 886.

Збірник виходить до 4 разів на рік. Останні дати подання статей:

№1 – до 1 березня; №2 – до 1 травня; №3 – до 1 жовтня; №4 – до 1 грудня.

Для участі у формуванні збірника наукових праць необхідно подати:

1. Електронний варіант статті, оформлений відповідно до наведених нижче вимог, виконаний у редакторі MS Word.

2. Рецензію доктора наук (за тематикою статті) – для авторів без вченого ступеня. Відсканований документ повинен містити підпис рецензента, засвідчений печаткою установи, в якій він працює.

3. Файл із відомостями про автора (прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, поштова адреса для пересилання авторського примірника, контактні телефони, адреса електронної скриньки) та інформацією про кількість примірників і необхідність поштової пересилки.

4. Електронні копії анотації англійською мовою у форматах *jpeg* (сканована копія) та *doc* (у редакторі MS Word), завірену професійним перекладачем або викладачем англійської мови зі знанням економічної термінології.

5. Електронну копію платіжних документів (оплата здійснюється після прийняття позитивного рішення щодо друку статті).

Пакет перерахованих вище матеріалів надсилається на електронну скриньку:
sp_tsatu@tsatu.edu.ua, ivanvd@ukr.net

Структура статті:

1. Індекс УДК.

2. Прізвище та ініціали автора.

3. Відомості про автора – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без абревіатур), e-mail.

4. Назва статті (до десяти слів).

5. Анотація мовою статті (від 300 до 500 знаків)

6. Ключові слова мовою статті (не менше шести слів або словосполучень).

7. Код JEL Classification.

8. Прізвище та ініціали автора (англійською).

9. Відомості про автора (англійською) – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без абревіатур), e-mail.

10. Назва статті (англійською).

11. Розширена анотація англійською мовою (від 1600 до 1800 знаків) містить наступні розділи: постановка завдання, результати дослідження, висновки

12. Ключові слова (англійською).

13. Текст у структурованому вигляді із виділенням наступних елементів:

13.1 Постановка проблеми (постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями);

13.2 Аналіз останніх досліджень і публікацій (аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття);

13.3 Формулювання цілей статті (постановка завдання);

13.4 Виклад основного матеріалу (виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів);

13.5 Висновки (висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку).

14. Список використаних джерел (мовою оригіналу). Бібліографічний опис літературних джерел оформлюється згідно з ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»

15. Список використаних джерел в романській абетці (транслітерація) – References, оформлений відповідно до вимог APA (<http://www.apastyle.org>).

16. Вказати назву рубрики, в якій має бути надрукована стаття – відповідає назві однієї з наукових спеціальностей галузі знань "Соціальні та поведінкові науки", "Управління та адміністрування":

051 – Економіка;

071 – Облік і оподаткування;

072 – Фінанси, банківська справа та страхування;

073 – Менеджмент;

075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Технічні вимоги до оформлення статті:

- Приймаються статті, написані однією із трьох мов: українською, російською, англійською.
- Назва файлу зі статтею – прізвище автора.
- Формат сторінки – А4.
- Поля з усіх боків – 2 см.
- Всі сторінки мають бути у книжковій орієнтації.
- Обсяг статті – не менше 10 друкованих сторінок.
- Окремі елементи статті:
 - Індекс УДК - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Прізвище та відомості про автора (авторів) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
 - Порожній рядок;
 - Назва статті - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Порожній рядок;
 - Анотація та ключові слова - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
 - Порожній рядок;
 - Код JEL Classification - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;

- Прізвище та відомості про автора (англійською) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
- Порожній рядок;
- Назва статті (англійською) - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
- Порожній рядок;
- Анотація та ключові слова (англійською) - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
- Порожній рядок;
- Текст статті - Times New Roman, 14, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см, назви підпунктів виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список використаних джерел – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см, слова "Список використаних джерел" виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список використаних джерел (англійською) - References – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см;

- Оформлення таблиць:

Таблиця 1

Назва таблиці

- Оформлення ілюстрацій:

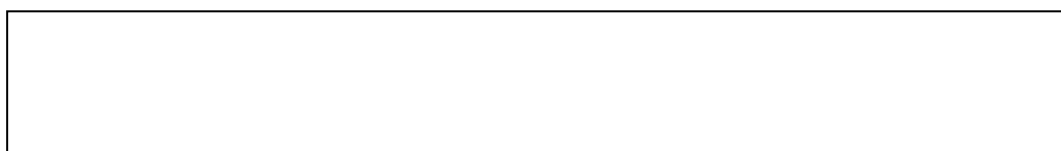


Рис. 1. Назва рисунку.

- Формули виконуються за допомогою вбудованого редактора формул MS Word і нумеруються з правого боку:

Формула (1)

- Абзаци позначати тільки клавішею "Enter", не застосовувати пробіли або табуляцію (клавіша "Tab").
- Посилання на літературу в тексті необхідно давати в квадратних дужках, наприклад, [3, с. 35; 8, с. 56-59], в яких перша цифра вказує порядковий номер джерела в списку літератури, а друга – відповідну сторінку в цьому джерелі; одне джерело (зі сторінкою) відокремлюється від іншого крапкою з комою.
- Всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела.
- Всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела.
- Кількість джерел у списку літератури повинна складати не менше 10 (з них не менше 4 іноземних).

- Посилання на підручники та науково-популярну літературу не допускаються.
- Назви праць у списку літератури розташовуються в порядку цитування.
- Скорочення слів і словосполучень, окрім загальноприйнятих, не допускається.

Редакція може відхилити статтю, якщо:

- відсутній повний пакет супровідних документів;
- оформлення статті не відповідає зазначеним вище вимогам;
- тематика статті не відповідає профілю видання;
- назва статті не відповідає змісту;
- стаття написана на низькому науковому рівні;
- матеріали повністю або частково публікувались раніше в інших виданнях або подані до розгляду редакціям інших журналів;
- стаття повністю або частково чужа (автор вчинив плагіат);
- порушена в статті проблема втратила актуальність.

Автори несуть відповідальність за точність наведених у статті термінів, прізвищ, даних, цитат, статистичних матеріалів тощо.

Усі матеріали, що надсилаються для публікації, проходять рецензування.

Рішення про публікацію статті приймає редколегія.

Рукописи, які відхилила редакційна колегія, авторам не повертаються.

Редакція залишає за собою право скорочувати, правити текст і змінювати назву статті.

Сподіваємося на плідну співпрацю!

Редакційна колегія Збірнику наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)

Контактні дані:

вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Запорізька обл. 69600, Україна
Декан факультету економіки і бізнесу Колокольчикова Ірина Володимирівна
Тел.: (067) 258-45-34

Відповідальний секретар – Завадських Ганна Миколаївна
Тел.: (097) 989-87-22, E-mail: SP_tsatu@tsatu.edu.ua