ISSN 2225-6725

DOI: *10.31498/2225-6725*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«ПРИАЗОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
(ДВНЗ «ПДТУ»)

ВІСНИК ПРИАЗОВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економічні науки

Збірник наукових праць

Випуск 37

Маріуполь, 2019

ISSN 2225-6725

DOI: *10.31498/2225-6725*

DEPARTMENT OF EDUCATION SCIENCE OF UKRAINE
State higher educational establishment
«PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY»
(SHEE "PSTU")

REPORTER OF THE PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY

Section: Economic sciences

Collection of scientific works

Issue 37

Mariupol, 2019

УДК 06. 055.2
Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки: Зб. наук. праць. – Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Вип. 37. – 2019. – 210 с.

У збірнику публікуються результати теоретичних та експериментальних досліджень вчених вищого навчального закладу та провідних спеціалістів у галузі економічних наук, показаний їхній вклад у розвиток науки та сучасних технологій.
Збірник буде корисним для наукових та інженерних працівників, докторантів, аспірантів, та студентів.
Публікації видання зберігаються на офіційному сайті Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського.
Офіційний сайт збірника http://journals.uran.ua/index.php/2225-6725
Зареєстрований Міністерством Юстиції України 21.06.2011 р., Свідоцтво КВ № 17949 – 6799 Р. Збірник входить до переліку наукових видань (Наказ МОН України від 16.05.2016 № 515 (Додаток 12) http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/5526-), в якому можуть публікуватися основні результати дисертаційних робіт. Видається два рази на рік.

Збірник включено до:

Міжнародної науко - метричної бази Index Copernicus
http://journals.indexcopernicus.com/+++++++,p24782753,3.html ICV 2014: 41,58; ICV 2015: 47.86; ICV 2016: 58.63, ICV 2017: 69.71 ICV 2018: 80.43

https://www.worldcat.org/search?q=REPORTER+OF+THE+PRIAZOVSKYI+STATE+TECHNICAL+UNIVERSITY+Section%3A+Economic+sciences&dblist=638&fq=&qt=facet_all_yr%3A

Рекомендовано до друку Вченою Радою ДВНЗ «ПДТУ», протокол № 2 від 26.09.2019 року.

Адреса редакції збірнику:
ДВНЗ «ПДТУ», к. 5.306, вул. Університетська,7, м. Маріуполь, Донецька обл., 87555, Україна
Address:
PSTU, vul. Universytetska, 7, Mariupol, Donetska Oblast, 87555, Ukraine
Tel.: (0629) 44 - 63 - 46, + 380982589447

E-mail:vestnik.pstu@gmail.com (для надсилання статей)
Сайт збірника: http://ves.pstu.edu/
Архів видань та вимоги до оформлення статей: http://eir.pstu.edu/handle/123456789/4003

©ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (ДВНЗ «ПДТУ»), 2019
© Колектив авторів, 2019

УДК 06. 055.2
REPORTER OF THE PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY Section: Economic sciences: Collection of scientific papers. – Mariupol: SHEI «PSTU», 2019. – Issue. 37. – 210 p.

Issues contains articles, that summarize the results of the researches made by staff of the higher educational institutions of Ukraine, academic and industrial research organizations, leading and the most important industrial enterprises of the country, employees of the international, national and regional organizations, government agencies that deal with the development of the theoretical and practical aspects of the economy and intellectual property. The collection is assigned for scientists, who specialize on the study and the research of the economy, teachers, post graduates, students.

The issue is dedicated to the International Scientific and Practical Conference "Problems and Prospects for the Development of the Economy of Donbass and the Azov Sea Region"

Офіційний сайт збірника http://journals.uran.ua/index.php/2225-6725

The collection was registered in the Ministry of Justice of Ukraine - State registration certificate КВ № 17948 – 6799 ПР from the 21.06.2011.

The collection of scientific works was included to the List of scientific professional editions of Ukraine in economics, by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 512 on 16/05/2016 http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/5526-

Indexed:

Index Copernicus

http://journals.indexcopernicus.com/++++++,p24782753,3.html ICV 2014: 41,58; ICV 2015: 47.86; ICV 2016: 58.63, ICV 2017: 69.71 ICV 2018: 80.43

https://www.worldcat.org/search?q=REPORTER+OF+THE+PRIAZOVSKYI+STATE+TECHNICAL+UNIVERSITY+Section%3A+Economic+sciences&dblist=638&fq=&qt=facet_all_yr%3A

Founder and Publisher: State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University»
Approved for publication by the decision of the Academic Council of the State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University», record No. 2, 26.09.2019

Editorial Office Address: 87500, Ukraine, Mariupol, Universytetska 7, State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University», room. 5.306, tel.:
(0629) 44-63-28; (097) 641 67 99 Kravchenko Maryna
(0629) 44-63-46; (098) 258 94 47; (066) 916 15 37 Kapranova Larysa
e-mail: konferenciya.pstu@gmail.com

Archive:
Web-site http://ves.pstu.edu
Electronic repository SHEI PSTU : http://eir.pstu.edu/handle/123456789/4003
E-mail:vestnik.pstu@gmail.com
With the support of: Ministry of Education and Science of Ukraine

Organizers of the issue of the collection: Economic faculty of State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University»
Department of Economic Theory and Entrepreneurship of State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University»

© SHEI «PSTU», 2019
© Composite authors, 2019

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Editor in Chief	
Бессонова Світлана Іванівна Svitlana Bessonova	к.е.н., професор, професор кафедри обліку і аудиту, Приазовський державний технічний університет Professor of the Department of Accounting and Auditing PhD in economics, professor, Pryazovskyi state technical university
Deputy Chief Editor	
Волошин Вячеслав Степанович Vyacheslav Voloshin	Ректор ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», академік Міжнародної академії екології і безпеки життєдіяльності, академік Міжнародної кадрової академії, дійсний член Нью-Йоркської академії наук, заслужений діяч науки і техніки України, д. т. н., професор Rector of the "Priazovskiy State Technical University", Honored Worker Scientist of Ukraine, doctor of technical sciences, professor, academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine
Белопольський Микола Григорович Mykola Bilopolsky	Завідувач кафедри обліку і аудиту ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», віце-президент Академії економічних наук України, голова спеціалізованої вченої ради Д 12.052.02, д. е. н., професор Head of the Department of Accounting and Auditing, Doctor of Economics, Professor Priazovsky State Technical University, Mariupol, Vice-President of the Academy of Economic Sciences of Ukraine, Chairman of the Academic Council Д 12.052.02
Хаджинова Олена Викторівна Olena Khadzhynova	Декан економічного факультету, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент Economics Faculty Dean, Doctor in Economics, Finance and banking Department Docent SHEI «Priazovskyi State TechnicalUniversity»
Members of the Editorial Board	
Бухаріна Людмила Михайлівна Liudmyla Bukharina	Завідувач кафедри, професор, доктор економічних наук, доцент, кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики, ЗНУ Head of the Department of Entrepreneurship, Management of Organizations and Logistics, D. Sc. in Economics, Professor, Zaporizhzhia national university
Верескун Михайло Викторович Mykhaylo Vereskun	Декан факультету інформаційних технологій, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, доцент, д. е. н. The Dean of the Faculty of Information Technology, Dr. hab. in Economics, Associate Professor, State Higher Educational Institution "Priazovsky State Technical University", Mariupol
Гігуашвілі Гіулі Гаіозовна Giuli Giguashvili	Професор, факультет соціальних наук, бізнесу и права, Горійський державний педагогічний університет, м. Горі, Грузія, д. е. н. Professor, Faculty of Social Sciences, Business and Law, Gori State Teaching University, Doctor of Economic Sciences, Gori, Georgia
Гончар Вікторія Василівна Victoriya Gonchar	Завідувач кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д.е.н., доцент Head of Marketing and Business – Administration Department, Doctor of Economic Sciences, Pryazovskyi State Technical University (PSTU), Mariupol, Ukraine
Горошкова Лідія Анатоліївна Lidiya Goroshkova	Професор кафедри підприємництва, менеджменту організацій та логістики, Академік Академії економічних наук України, Запорізький національний університет, д.е.н., доцент Professor of the department of business, management organizations and logistics, Zaporizhzhya National University, Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine, Doctor of economical science, Associate professor
Жовновач Руслана Іванівна Zhovnovach Ruslana	доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики, Центральноукраїнський національний технічний університет Doctor of Economics Sciences, Associate Professor, Head of the Department "Economic theory, Marketing and Economic cybernetics", Central Ukrainian National Technical University
Капранова Лариса Григорівна Larysa Kapranova	Завідувач кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», **відповідальний секретар**, к. е. н., доцент Head of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, SHEI «Priazovskyi State TechnicalUniversity», PhD, Associate Professor
Коваль Віктор Васильович Viktor Koval	доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри прикладної економіки Одеського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету Head of Department of Economics, Accounting and Management of Odessa Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Odessa, Ukraine, Professor, Doctor of Economics
Колосок Валерія Михайлівна Valeriya Kolosok	Завідувач кафедри транспортного менеджменту і логістики, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» д. е. н., доцент Dr. hab. in economics, Professor, Head of the Department of Transport and Logistic Management, SHEI «Priazovsky State Technical University».
Мінц Олексій Юрійович Aleksey Mints	**в.о.** завідувача кафедри фінанси і кредит, д.е.н., доцент, Приазовський державний технічний університет Head of Finance and Banking department, DSc (Economic Sciences). State Higher Educational Establishment «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol

иманавичене Санета aneta manaviciene	Професор Інститут економіки, Факультет економіки і бізнесу, Університет ім. Міколаса Ромеріса, Вільнюс, Литва, Почесний консул Естонської Республіки в Литві, д. е. н., професор Professor Institute of Economics, Faculty of Economics and Business, Mykolas Romeris University , prof. habil.dr.,Vilnius, Lithuania Honorary Consul of the Republic of Estonia in Lithuania
аджинов Ілля асильович lya Khadzhynov	Проректор з наукової роботи ДонНУ ім. Василя Стуса (м. Вінниця), д. е. н., професор Vice-rector for scientific work of DonNU named after Vasyl Stus, Vinnitsa, Doctor of Economics, Professor
Івець Галина лексіївна alyna Shvets	Доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», секретар редакційної колегії, кандидат філологічних наук, доцент Head of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, SHEI «Priazovskyi State Technical University», Secretary of the Editorial Board, PhD, Associate Professor
іліпішина Лілія ихайлівна Liliia lipishina	, д. е. н., доцент кафедри економіки та організації виробництва, ППІ НУК імені адмірала Макарова, м. Первомайськ Doctor of Economic Sciences, PPI of the National University of Shipbuilding named after Admiral Makarov Research Institute of Intellectual Property

УДК 005.2:658.1

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛЯННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

http://orcid.org/0000-0002-7750-9791

Хаджинова Олена Вікторівна, Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь, azsudcom@gmail.com, +380969552965

Куртяник Михайло Сергійович, аспірант ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь, mishakurtyanyk1995@gmail.com

Olena Khadzhynova, Economics Faculty Dean, Doctor in Economics, Finance and banking Department Professor, State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University»

Mikhail Kurtyanik, graduate student State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University»

O. Khadzhynova, M. Kurtyanik. Risk management as a component of the financial security management system in enterprise.

The article considers the risk management system, as a component of the general enterprise management system, ensures the financial security of the enterprise. The essential characteristic of risk management is given, its objectives and goals of implementation at the enterprise are determined.

The basis of the study is a set of theoretical, methodological and practical issues of the process of building a risk management system in an enterprise.

The authors found that in today's economic realities it is necessary to move to a new risk management model.

The authors proposed to carry out the process of building a risk management system in several successive stages. The first stage is the organization and development of a common risk management policy; the second stage is risk identification; the third stage is the assessment of risks and the results of their impact on the business of the enterprise; the fourth stage - the development of risk management techniques; the fifth stage is the formation of a monitoring and control system. For each of the stages of risk management, a specific basis on which the entire risk management system is built.

The authors concluded that risk management does not give every minute result and is aimed at a long-term nature and gaining additional competitive advantages in the future.

Хаджинова О.В., Куртяник М.С. Ризик-менеджмент як складова системи управління фінансовою безпекою на підприємстві.

У статті розглянуто система ризик-менеджменту, як складова загальної системи управління підприємства, що забезпечує фінансову безпеку підприємства. Наводиться сутнісна характеристика ризик-менеджменту, визначено його завдання і цілі впровадження на підприємстві.

Базою дослідження є сукупність теоретичних, методологічних і практичних питань процесу побудови системи ризик-менеджменту на підприємстві.

Авторами встановлено що в сьогоднішній економічних реаліях необхідно переходити до нової моделі управління ризиками.

Авторами запропоновано здійснювати процес побудови системи ризик-менеджменту в кілька послідовних етапів. Перший етап - організація і розробка загальної політики ризик-менеджменту; другий етап - ідентифікація ризиків; третій етап - оцінка ризиків і результатів їх дії на бізнес підприємства; четвертий етап – розробка методики ризик-менеджменту; п'ятий етап - формування системи моніторингу і контролю. Для кожного з етапів ризик-менеджменту визначений базис на якому будується вся система ризик-менеджменту.

Авторами зроблено висновок про те, що ризик-менеджмент не дає щохвилинного результату і націлена на довгостроковий характер і отримання додаткових конкурентних переваг в перспективі.

Хаджинова Е.В., Куртяник М.С. Риск-менеджмент как составляющая системы управления финансовой безопасностью на предприятии.

В статье рассмотрено система риск-менеджмента, как составляющая общей системы управления предприятия, обеспечивает финансовую безопасность предприятия. Приводится сущностная характеристика риск-менеджмента, определены его задачи и цели внедрения на предприятии ..

© ***O. Khadzhynova, M. Kurtyanik / Хаджинова О.В., Куртяник М.С., 2019***

Базой исследования является совокупность теоретических, методологических и практических вопросов процесса построения системы риск-менеджмента на предприятии.

Авторами установлено, что в сегодняшней экономических реалиях необходимо переходить к новой модели управления рисками.

Авторами предложено осуществлять процесс построения системы риск-менеджмента в несколько последовательных этапов. Первый этап - организация и разработка общей политики риск-менеджмента; второй этап - идентификация рисков; третий этап - оценка рисков и результатов их воздействия на бизнес предприятия; четвертый этап - разработка методики риск-менеджмента; пятый этап - формирование системы мониторинга и контроля. Для каждого из этапов риск-менеджмента определенный базис на котором строится вся система риск-менеджмента.

Авторами сделан вывод о том, что риск-менеджмент не дает ежеминутного результата и нацелена на долгосрочный характер и получения дополнительных конкурентных преимуществ в перспективе.

Постановка проблеми. Стабільність розвитку підприємства і підвищення ефективності управління неможливі без активного використання ризик-менеджменту як складової частини системи управління фінансовою безпекою підприємства незалежно від його масштабів, галузевої належності і специфіки виробництва або надання послуг. Фінансово-господарської діяльності підприємства властиво таке явище, як ризик. В даний час в умовах ринкової економіки невизначеність у підприємницькій діяльності стає все більш значущою, ризикових ситуацій стає все більше. Підприємницька діяльність господарюючого суб'єкта нерозривно пов'язана з ймовірністю втрати ресурсів або втратою доходів.

Тому, у сучасних соціально-економічних реаліях України управління ризиками, мінімізація їх дії на фінансово-господарську середу підприємства, є пріоритетним напрямком системи управління ризиками.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню проблем теоретико-методологічних засад управління ризиками присвячено багато наукових праць видатних вітчизняних вчених України, зокрема Мостенська Т.Л. [1], Білан Ю.В. [1], Мостенська Т.Г. [1], Джемелінська Л.В. [2], Чернікова В.І. [3], Матвієнко-Біляєва Г.Л. [4], Прокопенко М.В. [5], Клименко С.М. [6], Мараховська К. [7]. та ін. Разом з тим існує багато невирішених питань які заважають ефективно впровадити систему ризик-менеджмент на підприємстві. Адже налагоджена система ризик-менеджменту буде сприяти поліпшенню фінансової стійкості і стабільності підприємства, що дасть змогу отримати додаткові конкурентні переваги в довгостроковій перспективі і забезпечити фінансову безпеку.

Мета статті. Метою статті є розгляд аспектів формування системи ризик-менеджменту на підприємстві, яка націлена на досягнення його цілей, відповідає інтересам підприємства і забезпечує надійну фінансову стійкість та незалежністю підприємства для отримання додаткових конкурентних переваг в перспективі.

Виклад основного матеріалу. Система ризик-менеджменту, тобто система управління ризиками, спрямована на досягнення необхідного балансу між отриманням прибутку і скороченням збитків підприємницької діяльності та покликана стати складовою частиною системи менеджменту підприємства, тобто має бути інтегрована в загальну політику підприємства, забезпечувати виконання бізнес-планів і забезпечувати досягнення фінансової безпеки підприємства. Тільки при виконанні цих умов застосування системи ризик-менеджменту є ефективним.

Ризик-менеджмент є областю управління фінансовою безпекою підприємства. Щоб забезпечити довгострокову, безкризову діяльність господарюючого суб'єкта, ризики які існують мають бути ідентифіковані та проаналізовані, щоб вирішити, якою мірою їх слід уникати, зменшувати або підтримувати для забезпечення фінансової безпеки підприємства.

На сьогодні багато є різноманітних визначень терміну «ризик-менеджмент». Мостенська Т.Л., Білан Ю.В., Мостенська Т.Г. [1] розглядають ризик-менеджмент з двох

блоків. Перший блок на їх думку складається з оцінювання ризику, другий блок ґрунтується мінімізації впливу ризикованих подій на діяльність господарюючого суб'єкту.

Джемелінська Л.В. [2] наполягає на тому, що головною метою ризик-менеджменту є захист та збагачення акціонерів підприємства за допомогою управління факторами невизначеності.

На думку Чернікова В.І. [3] ризик-менеджмент сприяє сприятливому досягненню фінансової стабільності за допомогою вирішенню стратегічних та тактичних завдань.

Матвієнко-Біляєва Г.Л. розглядає ризик-менеджмент як система, що включає в себе ідентифікацію та аналіз ризиків, управління ними [4].

У статті Прокопенко М. В. [5] визначає управління ризиками як моделювання можливості відхилення при деякому обмеженні управлінського, компетентного, мотиваційного, психологічного характеру.

На думку Клименко С. М. [6] управління ризиками підприємства повинно здійснюватися безперервно за допомогою різних методів і способів які націлені на захист бізнес-цілей організації.

Науковець Мараховська К. [7] пропонує, розглядати управління ризиками з позиції їх усунення або мінімізації для зменшення можливих фінансових втрат підприємства.

Існує велика кількість різноманітних ризиків які негативно впливають фінансову безпеку підприємства, а саме: основні, другорядні та непізнані ризики. До основних ризиків відносяться - ризики які були виявлені за допомогою аналітичного і кількісного аналізу. До другорядних або малим ризиків можна віднести ідентифіковані ризики з низькою ймовірністю виникнення негативних наслідків для підприємства. До непізнаним ризиків відносяться - ситуації які не піддаються контролю.

Управління ризиками - це та частина діяльності менеджменту підприємства (управлінський або адміністративний процес), яка спрямована на економічно ефективний захист підприємства від небажаних свідомих і випадкових обставин, які завдають матеріальні збитки, спричиняють втрату фінансової рівноваги і загрожують фінансовій безпеці підприємства. Управління ризиками, як і будь-яка управлінська діяльність, має свій логічний аспект (прийняття рішень) і свою процедуру (послідовність дій). Відповідно, управління ризиками можна визначити як процес вироблення і здійснення рішень, які мінімізують широкий спектр впливу випадкових або негативних подій, які завдають істотної матеріальної шкоди підприємству.

Рис. 1. Процеси системи управління ризиками на підприємстві

Управління ризиками необхідно розглядати як цикл (рис. 1). Політика ризику є основою підприємства. Ідентифікація ризику, оцінка ризику в контексті кількісного і якісного аналізу ризику, оптимізація ризику, моніторинг ризику, є складовими ризик-менеджменту на підприємстві.

Для забезпечення фінансової безпеки господарюючого суб'єкта, політика ризику повинна бути визначена як основа будь-якої комплексної системи управління ризиками.

Принципи політики ризику повинні бути задокументовані в обов'язковій письмовій

формі як кодекс корпоративної культури підприємства. Тільки таким чином можна створити розуміння ризику, розробити і впровадити культуру ризику на підприємстві.

Для забезпечення фінансової безпеки необхідно визначити якомога більше тих ризиків, які мають найбільший негативний вплив на фінансову незалежність, ліквідність, платоспроможність та загалом на фінансову безпеку підприємства. Виявлені ризики можуть бути оцінені і враховані в довгостроковому розвитку підприємства.

Сучасна економічна практика виробила низку можливостей маневрування при управлінні ризиком: запобігання ризику; ухилення від ризику; скорочення часу перебування в небезпечних зонах; свідоме і неусвідомлене прийняття ризику; дублювання операцій, об'єктів або ресурсів; скорочення небезпечної поведінки; скорочення величини потенційних і фактичних втрат; розподіл ризику; розукрупнення ризику; рознос експозицій в просторі і в часі; ізоляція небезпечних синергетичного факторів один від одного; перенесення (страховий і нестраховий трансферт) ризику на інших агентів; скорочення величини ризику; скорочення експозиції.

Існує велика кількість методів виявлення ризиків. З практики , яка склалася на даному етапі розвитку ризик-менеджменту, досить чітко видно, що у вітчизняних фахівців, з одного боку, і західних дослідників - з іншого, склалися цілком чіткі переваги щодо методів управління ризиками. Наявність подібних переваг обумовлена в першу чергу характером економічного розвитку держави, групами ризиків, можливостями застосування інструментів управління ризиками тощо. Незважаючи на відмінності в перевагах, слід враховувати, що розвиток економічних відносин в Україні сприяє впровадженню західного досвіду і підходів до управління ризиками, дослідження їх та впровадження ризик-менеджменту на підприємствах.

Велика кількість цих методів не тільки дають можливість ідентифікувати ризики, але і якісно аналізувати їх. Однак не всі методи підходять для визначення кожного типу ризику. Крім того, жоден метод не може виявити всі потенційні ризики. Таким чином для виявлення ризиків необхідно використовувати комбінацію декількох методів. У таблиці 1 представлені методи ідентифікації ризиків і їх характеристика.

Таблиця 1 – Методи ідентифікації ризиків

№ п/п	Метод	Характеристика
1	Аналіз законодавчої бази та нормативно-правових норм	Вивчення законів, нормативно-правової бази, міжнародних стандартів, контрактів і т. д.
2	Аналіз тендерної документації	Аналіз розроблених планів, юридичних і технічних умов контракту, а також опис послуг, що надаються
3	Мозковий штурм	Опитування досвідчених співробітників в контексті експертної групи
4	Ризик консалтинг	Аналіз зовнішніх ризиків на основі порівнянних підприємств
5	Аналіз документів	Аналіз документів бухгалтерського, податкового обліку і фінансової звітності, аналіз документів по статистиці
6	Аналіз підприємства	Аналіз структури і процесу організації роботи на підприємстві

При виборі конкретного засобу розв'язання ризику підприємство повинно виходити з таких принципів: не можна ризикувати більше, ніж це може дозволити власний капітал; не можна ризикувати багато чим заради малого; слід передбачати наслідки ризику.

Застосування на практиці цих принципів означає, що завжди необхідно розрахувати максимально можливий збиток по даному виду ризику, потім зіставити його з обсягом капіталу підприємства, що піддається даному ризику, і потім зіставити весь можливий збиток із загальним обсягом власних фінансових ресурсів. І тільки зробивши останній крок, можливо визначити, чи не призведе даний ризик до банкрутства підприємства.

Після виявлення існуючих ризиків на підприємстві їх необхідно оцінити. Кількісна

оцінка ризиків, виявлених в процесі їх ідентифікації є метою аналізу ризиків на підприємстві.

Коли неможливо кількісно оцінити ступінь можливих витрат або спрогнозувати збитки господарюючого суб'єкта, необхідно використовувати якісні методи оцінки ризику на підприємстві. Кількісний метод є першим етапом в оцінці ризиків і відфільтровує найбільш значущі ризики. Тобто тільки ті ризики, які мають високу ймовірність виникнення і впливу на фінансову безпеку підприємства, повинні оцінюватися більш докладно.

Аналітичні оцінки ризиків взаємодії один з одним намагаються найбільш кращим чином мінімізувати наступ виникаючих загроз підприємству. Мета аналітичної оцінки ризиків полягає в тому, щоб точно визначити ймовірність виникнення ризиків, а також величину ефектів на основі емпіричних значень і моделювання. Тільки при проведенні аналітичного аналізу можливо виявити потенційні і реальні негативні впливи на фінансову безпеку підприємства, а саме на наявність грошових коштів, фінансову стабільність, фінансову гнучкість, ліквідність і платоспроможність підприємства на довгострокову перспективу. Крім виявлення негативних впливів на фінансову безпеку господарюючого суб'єкта, управління ризиками, є інструментом зниження і оптимізації ризику, шляхом встановлення відповідних заходів фінансової безпеки.

Оптимізацію ризику підприємства необхідно розглядати крок за кроком, щоб досягти зниження власного ризику, шляхом своєчасної коригування певних заходів фінансової безпеки господарюючого суб'єкта.

За допомогою процесу оптимізації ризиків, можливо забезпечити фінансову рівновагу господарюючого суб'єкта на довгострокову перспективу. Для досягнення поставлених завдань необхідно розробити оптимальні заходи захисту з точки зору фінансової безпеки підприємства. Оптимізація ризику повинна проводиться систематично зі зворотним зв'язком для своєчасного коректування заходів фінансової безпеки. Щоб визначити економічну доцільність оптимізації ризику, необхідно провести переоцінку ризиків. Для цього необхідно порівняти первинний ризик з вартістю заходів хеджування і залишковим ризиком. Якщо залишковий ризик і міра хеджування менше початкового ризику, отже, захисна міра має економічну доцільність. Завершальним етапом системи управління ризиками яка забезпечує фінансову безпеку підприємства, є моніторинг всіх ризиків.

Моніторинг ризиків являє собою механізм складається з декілька етапів який забезпечує постійний контроль показників діяльності господарюючого суб'єкта. Перший етап включає в себе виявлення показників, які характеризують позитивне стан програми оптимізації ризиків. Другий етап включає в себе систему відстеження показників діяльності підприємства. На третьому етапі проводиться аналітичне розрахунок фактичних і базових показників, отже, встановлюється розмір відхилення аналізованих показників. Заключним етапом моніторингу ризиків є виявлення основних факторів які спровокували відхилення фактичних від базовий показників.

У процесі моніторингу ризиків необхідно коригувати стратегію управління ризиками, щоб мінімізувати негативний вплив ризиків на підприємство в цілому.

Таким чином, ризик-менеджмент полягає в комплексному аналізі фінансово-економічних, виробничих, технологічних і інших факторів, які можуть надати вплив на господарюючий суб'єкт.

Перевагами впровадження ризик-менеджменту на підприємстві можна вважати:

- використання перспективних можливостей покращення означає необхідність персоналу усвідомлювати ризики і володіти необхідними навичками для управління ними;
- зниження фактору невизначеності при здійсненні підприємницької діяльності завдяки адекватному планування і підготовленості;
- покращене планування, що підвищує здатність підприємства використовувати сприятливі перспективи, скорочувати негативні наслідки і домагатися підвищення

ефективності діяльності;

- підвищення ліквідності активів дозволяє уникати помилок і домагатися підвищення прибутку від виробничої діяльності;

- поліпшення взаємин із контрагентами через створення комунікаційного каналу, що забезпечує інформацією про те, як зацікавлені сторони реагуватимуть на зміни в діяльності підприємства;

- підвищення якості інформації для прийняття рішень;

- зростання ділової репутації, тобто створення позитивного іміджу підприємства як надійного партнера на ринку, здатного керувати своїми фінансовими та виробничими ризиками;

- контроль виробничого процесу і ходу реалізації інвестиційних проєктів тощо.

Оптимальна система управління ризиком повинна бути такою, щоб граничні витрати на реалізацію ризик-менеджменту відповідали граничної корисності, що досягається її застосуванням. Однак з огляду на значні інформаційних вимог цей принцип важко реалізуємо на практиці. Фактично застосовуються простіші критерії, наприклад, критерій мінімуму витрат на заходи щодо зниження ризику до прийнятного рівня.

Висновок. Таким чином розглянуті в статті процеси системи управління ризиками спрямовані на своєчасне забезпечення інформацією керівництво про реальні і потенційні ризики які негативно вплинуть на фінансову безпеку господарюючого суб'єкта. Забезпечення фінансової безпеки за допомогою впровадження системи управління ризиками можливо досягти тільки в довгостроковій перспективі. Коли підприємство неодноразово пройде всі етапи управління ризиками, а показники фінансової безпеки будуть близькі до нормативних, тоді можна з повною впевненістю стверджувати, що запроваджений процес управління ризиками ефективно діє.

Список використаних джерел:

1. Мостенська Т. Л. Ризик-менеджмент як чинник забезпечення економічної безпеки підприємств / Т. Л. Мостенська, Ю. В. Білан, Т. Г. Мостенська // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 8. - С. 193-203. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_8_26.

2. Джемелінська Л. В. Ризик-менеджмент в інноваційній діяльності молокопереробних підприємств України / Л. В. Джемелінська // Економіка. Фінанси. Право. - 2013. - № 3. - С. 14-16. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2013_3_6.

3. Чернікова В. І. Роль фінансового ризик-менеджменту в реалізації стратегії і тактики антикризового управління / В. І. Чернікова // Економіка і управління. - 2011. - № 1. - С. 69-74. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2011_1_13.

4. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Ризик-менеджмент як сучасна система ефективного управління ризиками підприємницьких структур / Г. Л. Матвієнко-Біляєва // Молодий вчений. - 2018. - № 4(2). - С. 814-818. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_4(2)__109.

5. Прокопенко М. В. Шляхи удосконалення системи управління ризиками підприємства в сучасних умовах господарювання / М. В. Прокопенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2016. - № 3(2). - С. 109-113. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_3(2)__23.

6. Клименко С. М. Особливості управління ризиками розвитку підприємства / С. М. Клименко // Стратегія економічного розвитку України. - 2013. - № 32. - С. 24-29. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2013_32_5.

7. Мараховська К. Управління ризиками промислового підприємства за допомогою їх бюджетування / К. Мараховська // Економічний аналіз, - 2012. - Т. 10(4). – С. 242-244. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_10(4)__57.

References (BSI)

1. Mostenska T. L., Risk management as a factor in ensuring the economic security of enterprises / T. L. Mostenska, Yu. V. Bilan, T. G. Mostenska // Actual problems of economics. - 2015. - № 8. - P. 193-203. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_8_26.

2. Dzemelinskaya L. V., Risk management in the innovation activity of dairy enterprises of Ukraine / L. V. Dzhemelinskaya // Economy. Finances. Right. - 2013. - № 3. - P. 14-16. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2013_3_6.

3. Chernikova V. I., The role of financial risk management in the implementation of crisis management strategy and tactics / V. I. Chernikova // Economics and Management. - 2011. - № 1. - P. 69-74. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2011_1_13.
4. Matvienko-Bilyayeva G. L., Risk management as a modern system of effective risk management of business structures / G. L. Matvienko-Bilyayeva // Young scientist. - 2018. - № 4 (2). - P. 814-818. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_4(2)__109.
5. Prokopenko M. V. Ways to improve the enterprise risk management system in modern conditions of management / M. V. Prokopenko // Problems and prospects of entrepreneurship development. - 2016. - № 3 (2). - P. 109-113. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2016_3(2)__23.
6. Klimenko S. M. Features of risk management of enterprise development / S. M. Klimenko // Strategy of economic development of Ukraine. - 2013. - № 32. - P. 24-29. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2013_32_5.
7. Marakhovskaya K. Risk management of industrial enterprise with the help of their budgeting / K. Marakhovska // Economic analysis. - 2012. - Vol. 10 (4). - P. 242-244. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2012_10(4)__57.

Keywords: *risk diagnosis, risk identification, risk management, financial security, risk management, threat, stability, entrepreneurial risk, liquidity, competitiveness.*
Ключові слова: *діагностика ризику, ідентифікація ризику, управління ризиком, фінансова безпека, ризик-менеджмент, загроза, стійкість, підприємницький ризик, ліквідність, конкурентоспроможність.*
Ключевые слова: *диагностика риска, идентификация риска, управление риском, финансовая безопасность, риск-менеджмент, угроза, устойчивость, предпринимательский риск, ликвидность, конкурентоспособность.*

Рецензент: *Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/61dc3805cccd46faba2e173636742199

УДК 658.562

ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

http://orcid.org/0000-0003-2185-178X
Кравченко Марина Сергіївна, к.е.н., доц., доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «ПДТУ», м. Маріуполь, kravchenko.maryna@gmail.com
Ксеніта Маргарита Олександрівна, магістр, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», r.ksenita@gmail.com

Maryna Kravchenko, Ph.D., Assoc., Associate Professor of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University», Mariupol
Marharyta Ksenita, master, SHEI «Priazovskyi State Technical University»

M. Kravhcenko, M. Ksenita. Theoretical and methodological foundations of product quality management at industrial enterprises.

In conditions of high competitiveness of the economy and the integration of industrial enterprises, increasing requirements for the development of market relations oriented towards competitiveness, both in the domestic and world markets, a fundamental change is taking on universal quality management, which ensures the achievement of the required level of quality of products in accordance with all world requirements and domestic standards, GSTU, GOSTs and continuous improvement in regulatory documents.

A high level of scientific achievements and a correctly developed production management system makes it possible to form a new approach to high quality products at industrial enterprises of Ukraine. To achieve high results in product quality, it is necessary to pursue an active and reasonable state policy as a product. Regulatory documents that ensure product quality in modern market conditions require enterprises to take a more thoughtful and deeper approach to quality management issues, and require the involvement of material and human resources in the process of manufacturing quality products at industrial enterprises. Quality management is the main priority for achieving the main goals of the enterprise. Therefore, the leaders of industrial enterprises of Ukraine should be interested in improving the quality of products and improve the management of production processes for the development of a quality management system.

Ukrainian enterprises are trying to gradually move to world standards, but this is a complex and long period that requires time and effort, requires the study and use of the experience of leading industrial enterprises of the world, facilitated by the growth in recent years, the volume of information on various quality management issues. But copying by Ukrainian industrial enterprises of the methods and mechanisms of quality management can lead to a serious complication of the economic situation of enterprises, all internal and external factors affecting the quality in Ukraine must be taken into account.

Updated scientific and economic approaches to quality require the creation of effective management of organizational development in the quality system, taking into account the characteristics of the industry, enterprise, region, at the level of organizational behavior, also taking into account all factors. Quality management for this period has different approaches and directions.

Кравченко М.С. Ксеніта М. О. Теоретично-методологічні основи управління якістю продукції на промислових підприємствах.

В умовах високої конкурентоспроможності економіки та інтеграції промислових підприємств, підвищення вимог до розвитку ринкових відносин, орієнтованих на конкурентоспроможність, як на вітчизняному так і на світовому ринку, кардинальної зміни набуває загальне управління якістю, яке забезпечує досягнення необхідного рівня якості виготовленої продукції відповідно усім вимогам світових та вітчизняних стандартів, ДСТУ, ГОСТів та постійним вдосконаленням у нормативні документи.

Високий рівень наукових досягнень та правильно розроблена система управління виробництвом дає можливість сформувати новий підхід до високої якість продукції на промислових підприємствах України. Для досягнення високих результатів якості продукції необхідно проводити активну і розумну державну політику в якості виготовленої продукції. Нормативні документи, що забезпечують якості продукції в сучасних ринкових умовах вимагають від підприємств більш продуманого і глибокого підходу до питань управління якістю, що потребує залучення матеріальних та людських ресурсів в процесі виготовлення якісної продукції на промислових підприємствах. Управління якістю є основним пріоритетом досягнення головних цілей підприємства. Тому керівники промислових підприємств України повинні бути зацікавлені в

© ***M. Kravhcenko, M.Ksenita / Кравченко М.С. Ксеніта М. О., 2019***

підвищенні якості виготовленої продукції та удосконалювати управління виробничими процесами розвитку системи управління якістю.

Українські підприємства намагаються поступово переходити на світові стандарти, але це складний та довгий період, який потребує часу та зусиль, що вимагає вивчення і використання досвіду провідних промислових підприємств країн світу, що полегшується за рахунок зростання в останні роки обсягу інформації з різних питань управління якістю. Але копіювання українськими промисловими підприємствами методів і механізмів управління якістю може привести до серйозного ускладнення економічного становища підприємств, потрібно враховувати усі внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на якість в Україні.

Оновлені науково-економічна підходи до якості вимагають створення ефективного управління організаційним розвитком в системі якості, враховуючи особливість галузі, підприємства, регіону, на рівні організаційної поведінки, також враховуючи усі фактори. Управління якістю на даний період має різні підходи та напрямки.

Кравченко М.С., Ксенита М. А. Теоретико-методологические основы управления качеством продукции на промышленных предприятиях.

В условиях высокой конкурентоспособности экономики и интеграции промышленных предприятий, повышение требований к развитию рыночных отношений, ориентированных на конкурентоспособность, как на отечественном так и на мировом рынке, кардинального изменения приобретает всеобщее управление качеством, которое обеспечивает достижение необходимого уровня качества выпускаемой продукции в соответствии всем требованиям мировых и отечественных стандартов, ГСТУ, ГОСТов и постоянным совершенствованием в нормативные документы.

Высокий уровень научных достижений и правильно разработана система управления производством дает возможность сформировать новый подход к высокой качественной продукции на промышленных предприятиях Украины. Для достижения высоких результатов качества продукции необходимо проводить активную и разумную государственную политику в качестве выпускаемой продукции. Нормативные документы, обеспечивающие качество продукции в современных рыночных условиях требуют от предприятий более продуманного и глубокого подхода к вопросам управления качеством, требует привлечения материальных и человеческих ресурсов в процессе изготовления качественной продукции на промышленных предприятиях. Управление качеством является основным приоритетом достижения главных целей предприятия. Поэтому руководители промышленных предприятий Украины должны быть заинтересованы в повышении качества выпускаемой продукции и совершенствовать управление производственными процессами развития системы управления качеством.

Украинские предприятия пытаются постепенно переходить на мировые стандарты, но это сложный и долгий период, который требует времени и усилий, требует изучения и использования опыта ведущих промышленных предприятий стран мира, облегчается за счет роста в последние годы объема информации по различным вопросам управления качеством. Но копирования украинскими промышленными предприятиями методов и механизмов управления качеством может привести к серьезному осложнению экономического положения предприятий, нужно учитывать все внутренние и внешние факторы, влияющие на качество в Украине.

Обновленные научно-экономические подходы к качеству требуют создания эффективного управления организационным развитием в системе качества, учитывая особенность отрасли, предприятия, региона, на уровне организационного поведения, также учитывая все факторы. Управление качеством на данный период имеет разные подходы и направления.

Постановка проблеми. У даний час однією з важливих задач, що є на промислових підприємствах, є підвищення якості виготовленої продукції, що дозволяє підвищити не тільки якість галузі, підприємства, регіону, міста, а також зайняти передові місця на світових ринках. Промислове підприємство, що виготовляє якісну продукцію, може розраховувати на збільшення обсягу покупців своєї продукції, розширення номенклатури випускаючих виробів, збільшення обсягу продажів, збільшення кількості конкурентних позицій, оновлення виробничого обладнання. Система управління якістю та контролю за якістю продукції може розпочати займатись споживачами, які мають високі критерії до продукції і які можуть придбати якісний товар по більш вищим цінам, а ніж це буде продукція низької якості та за низькими цінами, що фінансово не вигідно ні підприємству ні галузі. Тому промислові підприємстві повинні бути зацікавлені у виготовлені якісної продукції, щоб конкурувати не тільки із підприємствами на території України але і за межами країни де стандарти якості стоять на першому місці. Тому перед промисловими підприємствами України виникає необхідність застосовувати в управлінні

підприємством та маркетинговою діяльністю, яка посилюється в умовах міжнародної диверсифікації. Посилення власних конкурентних позицій, як в країні так і за межами країни. Значно посилиться управління маркетингом на підприємстві під час реалізації міжнародних проектів за рахунок активізації та раціоналізації діяльності промислових підприємств на міжнародних ринках.

Основна мета в забезпеченні якісної продукції є ефективно розроблена система менеджменту, що впроваджується на підприємстві враховуючи постійні фінансові, економічні, політичні зміни як в країні так і за межами. Така система управління повинна бути не тільки запроваджена на виготовлення одноразової продукції, а стати постійною на промисловому підприємстві.

Враховуючи потреби ринку збуту, потреби споживачів, що висувають сучасні вимоги до продукції, до технічних параметрів, надійність в експлуатації та мінімальних затрат в експлуатації, оцінювання ефективної роботи системи менеджменту, які постійно змінюються до сучасних умов так фактор обумовлює актуальність теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Дослідження по системі менеджменту якості продукції на підприємствах пов'язані із формуванням підходу до управління якістю продукції відображені в працях Р.В. Галєєва, В.Н. Фомина, В.А. Вороніна, В.М. Мішіна, Л.В. Фомченко та інших.

Проблеми управління якістю продукції досліджені в працях вітчизняних вчених, таких яких: О.М. Алимов, О.І. Амоша, Є.А. Бельтюков, Б.В. Буркинський, А.І. Бутенко, М.П. Войнаренко, В.М. Геєць, І.І. Грузнов, П.Я. Калита, Л.В. Кривенко, В.П. Кравченко, Е.М. Лібанова, В.П. Мікловда, О.І. Момот, В.М. Нижник, С.І. Пирожков, К.С. Солонинко, Н.А. Чередниченко, С.В. Філиппова, А.А. Чухно та ін.

Окремі питання управління якістю продукції висвітлені й у працях науковців країн СНД: Ю.П. Адлера, Г.Г. Азгальдова, Л.С. Бляхмана, Б.М. Генкіна, О.В. Глічова, С.Д. Іл'єнкової, І.Т. Корогодіна, К.Я. Свілпе, С.Г. Струміліна, О.І. Субетто, В.О. Сідорова, Р.А. Фатхудінова.

Але не зважаючи на багатолітні дослідження науковців та велику кількість методичних розробок тема управління якістю продукції на підприємствах має широкий спектр дослідження так, як технічні стандарти змінюються, змінюються і потреби споживачів з технічним процесом.

Метою статі є огляд проблеми створення ефективної системи управління якістю продукції на промислових підприємствах, що є актуальним на даний час в Україні.

Результати дослідження. Розвиток ринкових відносин на перший план ставить стабільний розвиток вітчизняних підприємств в конкурентному середовищі. На даний час в Україні сформовано низку проблем: недостатньо оборотних коштів та інвестицій, низька ефективність національної політики, постійна інфляція, старі основні фонди на промислових підприємствах і т.д. В різній формі це відобразилось на промислових підприємствах України особливо в Південно-Східному регіоні України. Промислові підприємств України мають значний вплив на фінансову стабільність країни. Так на долю машинобудівних підприємств 1/3 обсягу виробленої продукції, майже 2/5 людей, які задіяні на промисловому виробництві, ¼ основні промислові фонди.

З метою виходу господарських зв'язків України за межі економічного простору необхідно розвивати торгівлю із країнами світу, а для цього потрібно, щоб кількість товарів відповідала європейським стандартам. Але нажаль на даний час Україна втрачає свої позиції на світовому ринку, особливо це стосується продукції промислових підприємств де якість металу не відповідає високим стандартам, українське вагонобудування також не може конкурувати на світовому ринку, важке машинобудування також знаходиться не в кращому стані.

Для зміни такого стану потрібно провести структурну перебудову експортного потенціалу, а також підняти якість виготовленої продукції. Так поступово потрібно здійснювати комплекс заходів, в яких є довгострокове нарощування експортного

потенціалу у відповідності з вимогами науково-технічної революції, міжнародного поділу праці, розподіл ресурсів із конкурентними перевагами України.

В даний час традиційні методи та прийоми виготовлення якісної продукції, ДСТУ втрачають своє корисне значення для підвищення ефективності якості продукції та особливо, як перемога в конкурентній боротьбі за якість продукції на світових ринках. Виготовлення промислової продукції не завжди відповідає ДСТУ.

Якість продукції є невід'ємною частиною ринкової економіки, що потребує приділяти велику увагу проблемам якості. Якість продукції та послуг в сучасних умовах є важливим фактором, який характеризує направленість соціально-економічного розвитку країни, регіону, підприємств, міста.

Якість продукції та послуг – це важливий фактор конкурентоспроможності підприємств різних форм власності. Успішна інтеграція українських підприємств неможлива без якісної продукції. Тому на промислових підприємствах на перше місце виноситься питання прийняття раціонального управління якістю продукції. Це визначає актуальність покращення управління якістю продукції на підприємствах, що потребує перегляду складу и структури існуючих систем якості.

Проблема підвищення якості продукції має важливе фінансове та економічне значення, як для підприємства, регіону так і для країни. В даний час якість продукції характеризується особливою актуальністю та різноманітними підходами до вирішення даної задачі. Це обумовлено різноманітними факторами стану промислового підприємства в ринкових умовах. В умовах ринкових відносин на перший план постають питання такі, як конкурентоспроможність на першому плані, технічний рівень, якість та ефективність використання даної продукції споживачем.

Враховуючи сучасні ринкові відносини, то на перше місце виноситься конкурентоспроможність де продукція повинна бути найвищої якості щоб конкурувати на ринку. На ринку промислових підприємств в даний час жорстка конкуренція особливо якщо це світові ринки. Тому, якість продукції випускається в сучасному виробництві не тільки, як технічна та економічна категорія, але й як соціальна. Не можливо вирішити жодної промислової та соціальної задачі, не забезпечив при цьому якість виготовленої продукції, зростання ефективності промисловості та рівня якості життя працівників.

Промислове підприємство, що виготовляє якісну продукцію може розраховувати на зростання об'єму виготовленої продукції, розширення ринків збуту продукції, зайняття лідируючих позицій на світовому ринку. За рахунок якості виготовленої продукції підприємства можуть повернути втрачені ринку збуту.

Сучасні промислові підприємства характеризуються складними взаємодіями між технологічними процесами, номенклатурою, кваліфікацією співробітників. Якість продукції дозволяє промисловому підприємству здійснювати господарську діяльність, підвищувати економічні показники, приносити співробітникам підприємства матеріальну стабільність, що є важливим для підвищення мотивації праці.

Якість виготовленої продукції напряму залежить від наукових розробок, які впроваджуються на підприємствах, а також якість залежить від методів управління та організації на промислових підприємствах. Тому система управління якістю виготовленої продукції є невід'ємною частиною системи управління підприємством.

Проблемою Українських промислових підприємств є організація моніторингу процесів. Для виготовлення якісної продукції, яка відповідає усім стандартам, ДСТУ, ГОСТам необхідно тримати на контролі виготовлення продукції з першого етапу до останнього із зняття з експлуатації. Така постановка питання повинна бути не разова, а постійна, тільки в таких умовах, при такому управлінні можливо отримати якісну продукцію, яка буде конкурентоспроможна на ринках не тільки України, але й на світових ринках. [1, 2]

Виготовлення високоякісної продукції є складним технічним процесом, враховуючи побажання споживача, високу конкуренцію на ринку. Також підвищується характеристика товару до відповідності потреб ринку.

Так досліджуючи праці науковців, а також враховуючи сучасний підхід до якості продукції, потреб споживача, та ринку авторами розроблено систему управління маркетингової діяльності підприємства. На рис. 1 виділено першочергові завдання маркетингового управління діяльності промислового підприємства та подано процес формування впливу на споживача, попит, ринок та розвиток галузі та підприємства.

Рис. 1. Управління маркетинговою діяльністю по виготовленню якості продукції на промислових підприємствах. [3, с. 609; 4, с. 220]

Управління маркетинговою діяльністю по виготовленню якісної продукції тісно пов'язано із маркетинговим середовищем та повинно перебувати з ним у рівновазі. Тому завдання по управлінню якості потрібно чітко формулювати, потрібно враховувати усі внутрішні та зовнішні фактори від яких залежить підприємство, галузь.

Розглядаючи економічні процеси в Україні 2008-2018 рр. можна зробити висновок, що в цей час країна перебувала на стадії економічної кризи, що обумовлено військовими діями на Сході країни де сконцентровані промислові підприємства. Серед основних факторів є низький зовнішній та внутрішній попит внаслідок економічного зростання, зниження купівельної спроможності, відтік інвестицій. У 2014 р. відбулося значне прискорення темпів падіння промислового виробництва, яке за підсумками року становило 10,2 %. Негативну динаміку продемонстрували всі основні агреговані види промислової діяльності: скорочення обсягів виробництва у добувній промисловості і розробленні кар'єрів становило 13,7 %, переробній промисловості – 9,3 %, постачанні електроенергії, газу, пари і кондиційованого повітря – 6,6 %. Такий тренд багато в чому був зумовлений падінням виробництва у Донецькій та Луганській областях (на 31,5 % і 42 % відповідно у 2014 р.). Відтак, ВВП у 2014 році скоротився на 6,8 %, в 2015 р. продовжував скорочуватися, і тільки в 2016 році показник ВВП зріс на 2,3 %. Комплексна взаємодія показників за відсутності належних заходів стабілізації ситуації призвела до підсилення процесів занепаду економіки [5, с. 234].

Обов'язковим для якості продукції є розробка механізму управління якістю продукції, яка відповідає сучасним вимогам економічного розвитку і є основною частиною механізму підприємства. При цьому основним підходом до управління якістю продукції є удосконалення загального механізму розвитку підприємства з розробкою ефективних методів управління якістю, зацікавленості працівників та їх мотивації.

Механізм управління якістю продукції спрямований на забезпечення ефективного процесу мета якого визначення міжнародних стандартів якості. Поставлена мета в механізмі досягається за рахунок взаємодії: методів управління, оцінювання якості продукції, принципів, функцій, інструментів, методів, а також управління якості праці що відображено на рис. 2.

Система управління якістю і система управління трудовими ресурсами взаємозв'язана. Формування системи управління якістю продукції поєднує в собі процеси управління якістю та процеси управління трудовим потенціалом підприємства.

Сучасні економічні умови обумовлюють зростання дослідницького інтересу до проблеми управління якістю продукції промислових підприємств, яка може бути вирішена за допомогою розробки нових методологічних підходів з формування ефективної системи якості продукції.

Рис. 2 – Механізм управління якістю продукції на промислових підприємствах (удосконалено автором). [8, 9]

Що до організаційної структури підприємства при управління якістю продукції, то впровадження нових підсистем якості продукції повинно адаптуватись до умов, що поєднуються з існуючою організаційною структурою та системою управління на підприємстві.

Тому впровадження сертифікації управління якості продукції на промислових підприємствах надає низку конкурентних переваг та впевненість у конкурентоспроможному виробництві продукції та наданні послуг, що відповідає міжнародним нормативним стандартам і зумовлює конкурентоспроможність на вітчизняному та світовому ринку.

Таким чином, побудова, впровадження і сертифікація інтегрованої системи управління якістю продукції промислових підприємств надає їм ряд конкурентних переваг та впевненість у такому рівні виробництва продукції та надання послуг, який відповідає вимогам міжнародних стандартів і зумовлюється гострою конкурентною боротьбою на внутрішньому і зовнішньому ринках. [6, 7]

Висновки з проведеного дослідження: Досліджуючи праці науковців виділено першочергові завдання маркетингового управління діяльності на промисловому підприємстві та подано процес формування впливу на споживача, попит, ринок та розвиток галузі та підприємства. А також запропоновано удосконалений механізм управління якості продукції на промислових підприємствах, що передбачає здійснення комплексу заходів та взаємозв'язок між методами, напрямками, функціями, принципами, інструментами, що враховують внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на управління якості на промислових підприємствах та якість праці. На відміну від існуючих механізмів даний механізм є інструментом управління якості за рахунок процесів та потенціалу людського капіталу в системі якості та використання міжнародної системи якості, міжнародних нормативних стандартів.

Список використаних джерел:

1. Багаутдинова Н.К. Формирование системы менеджмента качества / Н.К. Багаутдинова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. - №1. – С. 17 - 21.

2. Ребрин Ю.И. Управление качеством / Ю.И. Ребрин. – Т.: Изд-во ТРТУ, 2004. – С. 133-142

3. Котлер Ф., Келлер К., Павленко А. Маркетинговий менеджмент. К.: Хімджест, 2008. – 720 с.

4. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини. К.: Либідь, 2008. – 408 с.

5. Ковінько О. М. Маркетинг в умовах міжнародної диверсифікації бізнес-діяльності: монографія. К.: КНЕУ, 2017. 423 с.

6. Каличева Н.Є. Напрями забезпечення ефективного розвитку промислових підприємств в сучасних умовах/ Н.Є. Каличева, С.Є. Бохан// Науковий огляд. Науковий журнал. – Київ, ТОВ «Меганом», 2017. – Вип. 5 (37). - С. 5 – 15.

7. Соколовський С.А. Управління якістю виробництва та обслуговування: навчальний посібник / С.А. Соколовський, С.П. Павлов, М.В. Черкашина М.О. Науменко, Є.М.Грабовський. - Харків: НАНГУ, - 2015. – 264с

8. Тельнов А. С. Управління якістю праці на промислових підприємствах: [монографія] / А. С. Тельнов. – Хмельницький : ХНУ, 2005. – 290 с.

9. Тельнов А.С. Механізм управління якістю продукції промислових підприємств / А. С. Тельнов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – Т. 1, № 6. – С. 161–165.

References (BSI)

1. Bahautdynova N.K. (2006), "Formation of a quality management system", [Formyrovanye systemы menedzhmenta kachestva], Problemы teoryy y praktyky upravlenyia, №1, pp. 17 - 21.

2. Rebryn Yu.Y (2004), "Quality control", [Upravlenye kachestvom], TRTU, pp. 133-142

3. Kotler F., Keller K., Pavlenko A. (2008), "Marketing management", [Marketynhovyi menedzhment], Khimdzhest, 720 p.

4. Filipenko A.S. (2008), "International Economic Relations", [Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny], Lybid, 408 p.

5. Kovinko O. M. (2017), "Marketing in the conditions of international diversification of business activities", [Marketynh v umovakh mizhnarodnoi dyversyfikatsii biznes-diialnosti], KNEU, 423 p.

6. Kalycheva N.Ie.(2017), "Areas of ensuring the effective development of industrial enterprises in modern conditions", [Napriamy zabezpechennia efektyvnoho rozvytku promyslovykh pidpryiemstv v suchasnykh umovakh, Naukovyi ohliad. Naukovyi zhurnal. – №5 (37). - PP. 5 – 15.

7. Sokolovskyi S.A. (2015), «Production and service quality management», [Upravlinnia yakistiu vyrobnytstva ta obcluhovuvannia], NANHU, 264 p.

8. Telnov A. S. (2005), "Labor quality management at industrial enterprises", [Upravlinnia yakistiu pratsi na promyslovykh pidpryiemstvakh], KhNU, 290 p.

9. Telnov A. S. (2010), "Labor quality management at industrial enterprises", [Mekhanizm upravlinnia yakistiu produktsii promyslovykh pidpryiemstv], Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, № 6, P. 161–165.

Keywords: *product quality management; regulatory documents; standards; certification; process monitoring.*
Ключові слова: *управління якістю продукції; нормативні документи; стандарти; сертифікація; моніторинг процесів.*
Ключевые слова: *управление качеством продукции; нормативные документы; стандарты; сертификация; мониторинг процессов.*

Рецензент: Логутова Т.Г., д.е.н.., професор, зав.каф. інноватики та управління ДВНЗ «ПДТУ»

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/ca6cac9351b8450c85f62e074cac794d

УДК: 330.15

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ПОЛЬЩІ

http://orcid.org/0000-0003-0435-5047
Горохова Тетяна Вадимівна к.е.н. доцентка кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь
Зарагулова Анастасія Іллівна магістрантка кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь

Tetiana Gorokhova, Ph.D., Associate Professor of «Marketing and Business-Administration» Department», SHEI «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol. e-mail: tanyagorokhova88@gmail.com
Anastasiia Zarahulova, master student of «Marketing and Business-Administration» Department», SHEI «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol, e-mail: zaragylova@gmail.com

T. Gorokhova, A. Zarahulova Practical aspects of business administration of process of environmental management in Ukraine and Poland.

The article shows that environmental policy is one of the most important factors for sustainable development of the state. The essence of problems between society and nature is determined by the ever-increasing need for social production in natural resources and the progressive deterioration of human life. Environmental business management is just one of the slices, or aspects of a broader problem that is about streamlining the economy, and the primary entity at which the problem is to be addressed is the environmental enterprise. This issue was addressed through the example of the nature management mechanism in Poland. A comparative analysis of current environmental practices in Poland and Ukraine was conducted. The essence of natural resources has been identified as an object of management of rational environmental management. The basic mechanisms of natural resource management were identified. It should be noted that a feature of the conceptual development of the deployment of productive forces is a high focus on the needs of practice. The current stage of the formation of state regional policy is focused on the effective use of the internal potential of the territory and the formation of a new institutional structure and its implementation at the regional level. By means of comparative analysis, the state-legal mechanism of environmental protection in Ukraine and Poland was compared. Such analysis helps to reveal the effective and ineffective tendencies of nature management, which proposes to transform the results of the analysis with consideration of Ukrainian peculiarities in the management of natural resources in order to improve the level of administration of environmental management processes in Ukraine, which will undoubtedly positively affect the relationship between the community and nature.

Recommendations were given on the use of a range of instruments, both administrative and especially economic in nature, which enhance the effectiveness of state regulation in the field of environmental management and ensure the environmental security of regional development.

Горохова Т.В., Зарагулова А.І. Практичні аспекти бізнес-адміністрування процесів природокористування в Україні та Польщі.

У статті показано, що політика природокористування є одним із найважливіших факторів стійкого розвитку держави. Суть проблем між суспільством і природою визначається постійно зростаючою потребою суспільного виробництва в природних ресурсах і прогресуючому погіршенні умов життєдіяльності людини. Бізнес-адміністрування природокористування є лише одним із зрізів, або аспектів більш широкої проблеми, яка полягає у раціоналізації господарювання, і основним суб'єктом господарювання, на рівні якого повинна вирішуватися ця проблема, є підприємство-природокористувач. Дане питання було розглянуто на прикладі механізму управління природокористуванням у Польщі. Був приведений порівняльний аналіз сучасних практик природокористування у Польщі та Україні. Було визначено сутність природних ресурсів як об'єкту управління раціональним природокористуванням. Були визначені основні механізми управління природними ресурсами. Слід зазначити, що особливістю концептуальних розробок розміщення продуктивних сил є висока зорієнтованість на потреби практики. Сучасний етап формування державної регіональної політики зорієнтований на ефективне використання внутрішнього потенціалу території та формування нової інституційної структури та її реалізації саме на регіональному рівні. За допомогою порівняльного аналізу, було порівняно державно-правовий механізм охорони природного

© ***T.Gorokhova, A.Zarahulova / Горохова Т.В., Зарагулова А.І., 2019***

середовища в Україні та Польщі. Такий аналіз допомогає виявити ефективні та неефективні тенденції управління природокористуванням, у результаті чого пропонується трансформувати отримані результати аналізу з урахуванням українських особливостей в управлінні природними ресурсами з метою поліпшення рівня ефективності адміністрування процесами природокористування в Україні, що безперечно позитивно вплине на взаємовідносини між суспільством та природою.

Було надано рекомендації щодо використання спектру інструментів як адміністративного, так і особливо економічного характеру, що підвищує ефективність державного регулювання в сфері природокористування, і забезпечує досягнення екологічної безпеки регіонального розвитку.

Горохова Т.В., Зарагулова А.И Практические аспекты бизнес-администрирования процессов природопользования в Украине и Польше.

В статье показано, что политика природопользования является одним из важнейших факторов устойчивого развития государства. Суть проблемы между обществом и природой определяется постоянно возрастающей потребностью общественного производства в природных ресурсах и прогрессирующем ухудшении условий жизнедеятельности человека. Бизнес-администрирования природопользования является лишь одним из срезов, или аспектов более широкой проблемы, которая заключается в рационализации хозяйствования, и основным субъектом хозяйствования, на уровне которого должна решаться эта проблема, является предприятие-природопользователь. Данный вопрос был рассмотрен на примере механизма управления природопользованием в Польше. Был проведен сравнительный анализ, современных практик природопользования в Польше и Украине. Была определена сущность природных ресурсов как объекта управления рациональным природопользованием. Были определены основные механизмы управления природными ресурсами. Следует отметить, что особенностью концептуальных разработок по размещению производительных сил является высокая ориентированность на потребности практики. Современный этап формирования государственной региональной политики ориентирован на эффективное использование внутреннего потенциала территории и формирования новой институциональной структуры реализации именно на региональном уровне. При помощи проведенного сравнительного анализа, был сравнен государственно-правовой механизм охраны окружающей природной среды в Украине и Польше. Такой анализ помогает выявить эффективные и неэффективные тенденции управления природопользованием, в результате чего предлагается трансформировать полученные результаты анализа с учетом украинских особенностей в управлении природными ресурсами с целью улучшения уровня эффективности администрирования процессами природопользования в Украине, что бесспорно положительно повлияет на взаимоотношения между обществом и природой.

Были предоставлены рекомендации по использованию спектра инструментов как административного, так и особенно экономического характера, повышает эффективность государственного регулирования в сфере природопользования и обеспечивает достижение экологической безопасности регионального развития.

Постановка проблеми. Через підвищення процесів інтенсифікації використання природних ресурсів, їх деградацією та виснаженням, це надає актуальності у дослідженні сучасної науки процесів використання природних ресурсів. Природні ресурси стають редметом все більшого вивчення економіки, екології, географії, геології тощо. Варіативний підхід до використання природних ресурсів обумовлено їх комплексністю. Сьогодні регіони є активними суб'єктами процесу регіоналізації та глобалізації. Роль України у цьому процесі – вдосконалити механізм природокористування на основі досвіду країн Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням формування політики природокористування, її механізму управління присвячені праці О.О. Мінц, С.В. Макар, М.Ф. Реймерс та ін. Наукові дослідження названих авторів та науковців висвітлюють теоретичні основи політики природокористування, а також її основні особливості на підприємстві. Не дивлячись на це, багато аспектів бізнес-адміністрування природокористування залишаються малодослідженими, що й зумовило вибір теми статті, постановку мети і задач дослідження.

Мета статті. Метою дослідження є обґрунтування аспектів бізнес-адміністрування природокористування в Україні та Польщі та порівняльний аналіз механізмів природокористування в Україні та Польщі, що сприятиме розробці дієвих механізмів у сфері управління політикою природокиристування в Україні з урахуванням європейського досвіду.

Результати дослідження. У всьому світі політика раціонального природокористування розглядаються як основний інструмент збереження природних ресурсів. Збереження цінних місць існування та видів підтримує багате біорізноманіття, необхідне для надання екосистемних послуг, та надає рекреаційні та освітні можливості. Це, у свою чергу, сприятиме соціальному та економічному добробуту країни в цілому. Тим не менш, захист певних територій для збереження біорізноманіття передбачає різні обмеження використання земель та ресурсів, які, поряд із численними перевагами, можуть також спричинити негаразди для людей, які безпосередньо покладаються на використання цих ресурсів. У цілому ці обмеження спричинили різні компроміси між різними суспільними та економічними інтересами - компроміси, котрі часто кореняться у певному історичному та політичному розвитку Отже, чи можуть захищені території принести очікувані екологічні, соціальні та економічні вигоди, залежить від їхньої здатності не тільки до збереження біорізноманіття, але й до орієнтації між різноманітними інтересами учасників, включаючи державні організації, підприємства, громадські організації (НДО), громадян тощо.

Здатність раціонального природокористування та ведення природоохоронної діяльності полягає в ефективності управляти потенційними компромісами та здійснення заходів щодо збереження навколишнього середовища. На цей процес впливає низка факторів формується, у яких наявні фінансові та людські ресурси, існуючі рамки управління та відносини з місцевою громадою. Ці контекстуальні фактори з часом розвиваються поступово, слідуючи за змінами режиму політики та досвідом залучених суб'єктів. Наприклад, сьогоднішні суперечки з приводу зняття мароторія на земельні показують труднощі у подоланні недовіри місцевих громад через історію несправедливого поводження, навіть коли нова політика спрямована на співпрацю та завоювання довіри громади.

Автори у даній статі мають за мету дослідити взаємодію між тривалою залежністю соціалістичного інституційного шляху та зміною політики, що випливає з нових вимог управління, запроваджених європеїзацією, і як це впливає на природоохоронну практику на місцях. Для аналізу були обрані дві країни Польща та Україна, що поділяють схожу історію щодо зміни режиму від соціалізму до демократизації та європеїзації. Для охорони природи ці широкомасштабні зміни приводять до нових політичних та правових рамок, перерозподілу ресурсів та нових положень про землеволодіння. Тим не менше, ці дві країни відрізняються впровадженням змін у охорону навколишнього середовища.

По перше, зазначимо, що природні ресурси – це природні компоненти та сили природи, що використовуються або можуть бути використані як засоби виробництва та предмети споживання для задоволення матеріальних і духовних потреб суспільства, підвищення рівня життя людей [1]. Слід визначити, що концепція платності за використання природних ресурсів є основою для формування економічного механізму екологічного регулювання в Україні та включає механізм економічних інструментів, що мають спрямування на акумулювання матеріальних ресурсів для формування та реалізації природоохоронних програм та на зростання екологічної свідомості підприємців у виробничому процесі. Плата за природокористування було запроваджено у результаті функціонування економічного механізму екологічного управління, що надає можливість для використання фінансових ресурсів у процесі нівелювання негативних наслідків забруднення навколишнього середовища.

Слід зазначити, що принцип «забруднювач платить», що реалізується у рамках механізму платежів, стимулює компанії використовувати екологічні технології та реалізовувати заходи щодо охорони та збереження навколишнього середовища. Але, нажаль, слід визначити що низькі штрафні санкції стимулюють до сплати за забруднення, ніж до впровадження екологічних технологій.

На рисунку 1 представлено сучасний механізм використання природних ресурсів. Ключовим елементом на рисунку природокористування є природні ресурси.

Нераціональне використання природних ресурсів «веде до їх виснаження; погіршення якісних характеристик у результаті експлуатації. Відбувається зниження родючості земель, деградація і знищення лісів, порушення режиму водних систем та їх забруднення, трансформація рельєфу» [1].

Рис. 1. Сучасний механізм використання природних ресурсів [1]

Природні ресурси є предметом економічних відносин між двома основними елементами (учасниками) економічного механізму використання природних ресурсів: підприємствами-природокористувачами з приводу використання природних ресурсів у виробничому процесі та державою як регулятором цього процесу [1; 2; 7].

У зв’язку з тим, що основним видом діяльності підприємств-природокористувачів є використання природних ресурсів, від їх роботи в значній мірі залежать не тільки збитковість чи прибутковість підприємства, але й умови життя більшості населення регіону. Тому, принципи взаємодії природи і підприємства-природокористувача мають відповідати загальним вимогам раціонального екологобезпечного використання природних ресурсів.

Загальна ефективність природоохоронних режимів багато в чому залежить від управлінської спроможності органів, які регулюють природоохоронну діяльність та знаходяться на передовій лінії щодо здійснення заходів із охорони природи, моніторингу, управління туризмом та екологічної освіти. Ці органи влади все більше відводять роль переговорів та пошуку компромісу між різними місцевими економічними та соціальними інтересами, тим самим розширюючи спектр своїх компетенцій та управлінських можливостей.

Для більш повного розуміння відносно технічного терміну «управлінські можливості» Хоккінгс і Філліпс рекомендували включати такі компоненти:

1) управління, включаючи політичну підтримку, законодавство та розроблення системи охоронних територій;

2) ресурси, виміряні персоналом, фондами та інфраструктурою;

3) відносини з громадою, такі як обізнаність, підтримка чи конфлікт [2].

У свою чергу, управління, наявні ресурси та відносини з громадами безпосередньо пов'язані з процесом зміни політики. За останні роки зміни політики в Україні значною мірою формувалися двома процесами: переходом від соціалізму до демократії та європеїзацією. Дослідження постсоціалістичного переходу часто прагнуть пояснити, як елементи попереднього політичного режиму та повторювані закономірності процесів, політики та інститутів впливають на зміни в соціальній, політичній та економічній сферах. У свою чергу, дослідження з питань європеїзації прагнуть зрозуміти, як зміни, пов’язані з перенесенням норм ЄС, впливають на національну політику. Іншими словами, постсоціалістичні дослідження вивчають зафіксовані елементи попередньої політики, часто виражені у залежності від шляху, що зменшують кількість наявних на сьогодні

рішень, тоді як література про європеїзацію має на меті зрозуміти, як відбуваються зміни внутрішньої політики.

Соціалістичний підхід припускав, що земля та природні ресурси належать цілій нації і що держава є єдиним відповідним охоронцем цих ресурсів. Громадська сфера та залучення громадянського суспільства були жорстко контрольовані та навіть придушені. Таким чином, панування держави та колективна власність на землю та природні ресурси можна розглядати як основні «тягнучі» фактори сучасної природоохоронної діяльності. Ці фактори суперечать тяжіння європеїзації до децентралізованого прийняття рішень за участю приватного управління земельними ресурсами та підприємницьких ініціатив.

Аналіз відповідних факторів «поштовху та потягу», спричинених залежністю від шляху України до європеїзації на рівні природоохоронних територій, дає як емпіричний, так і концептуальний погляд на тертя між старими та новими інституціями та політикою, а також наслідки для впровадження природоохоронної діяльності. Щоб зрозуміти сучасний потенціал розвитку політики у галузі природоохоронної діяльності, у статті представлено аналіз законодавчої трансформації розвитку існуючих рамок управління в Польщі та Україні, наявні ресурси на рівні природоохороної діяльності та відносини з місцевими громадами.

Державно-правовий механізм охорони навколишнього природного середовища як в Україні, так і в Польщі, включає в себе систему державних та громадських органів влади та управління, які діють у екологічній сфері і виконують екологічні функції. З огляду на це, концепція охорони навколишнього середовища в Польщі розглядається як діяльність компетентних органів щодо збереження природного балансу, необхідного для забезпечення нинішнім і майбутнім поколінням сприятливих умов життя і їх права на використання природних ресурсів та збереження його кількісного і якісного стану.

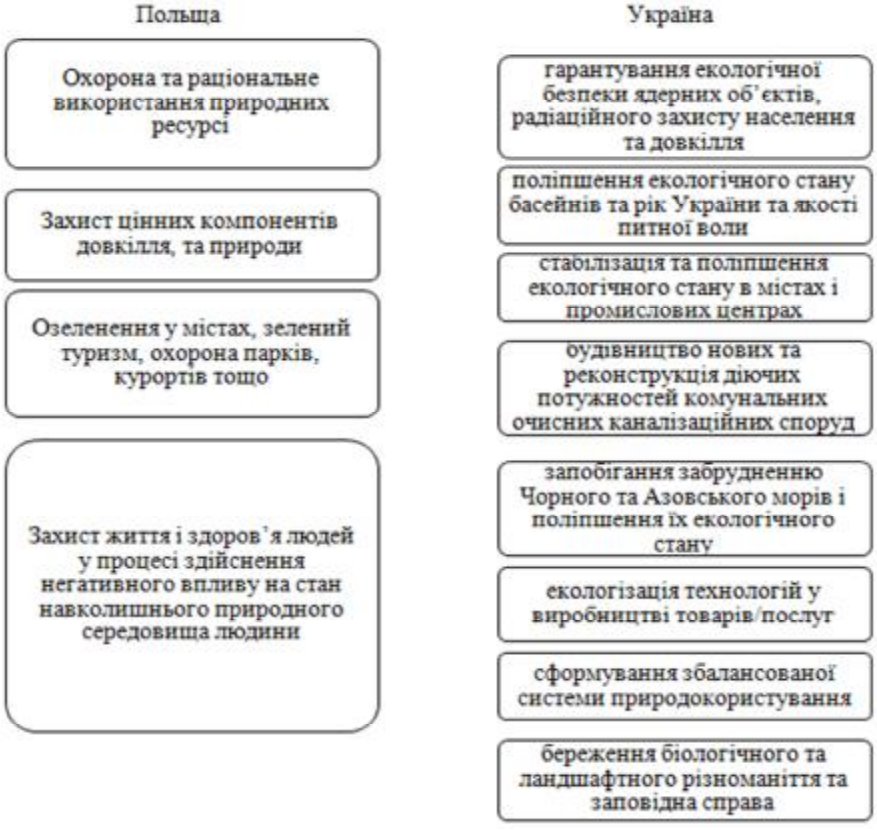


Рис. 2. Сфери, які охоплює система управління у галузі охорони навколишнього середовища Польщі та України (складено авторами на основі [3, 4, 5])

Отже, як бачимо з рисунку 2 основні напрямки охорони довкілля в Україні, певною мірою, є співзвучними з польськими, оскільки включають в себе охорону та використання

довкілля в цілому і його окремих елементів, зокрема: охорону територій та об'єктів екологічної мережі України, а також забезпечення екологічної безпеки та захист життєдіяльності людей.

Слід визначити системний характер в екологічному управлінні з боку державних органів як у Польщі, так і в Україні. Специфічність управління навколишнім природним середовищем у Польщі полягає в тому, що Польща як країна Європейського Союзу визнає систему органів управління у екологічній сфері, що існує на рівні ЄС, у той ж самий час дана система управління носить власний характер [6].

Здатність проводити ефективну політику з управління природними ресурсами залежить від моделей взаємодії центральної влади з місцевими громадами, а точніше від здатності створювати не лише горизонтальний соціальний капітал між членами громади, а й вертикальний соціальний капітал, що пов'язує місцеві громади та центральний уряд.

В Україні, не зважаючи на політику децентралізації, органи державної влади відіграють важливу роль в управлінні ресурсами, тому проблема політичної та адміністративної корупції також має вирішальне значення. Отже існують дві ключові проблеми, пов'язані з управлінням ресурсами: мотивація органів контролю та можлива корупція інспекторів чи державних службовців.

Отже, виходячи з вищезазначеного, слід визначити, що регіональна співпраця між країнами Польщі та України з питань, що становлять взаємний інтерес, таких як охорона навколишнього середовища стимулює створити взаємні стимули для стабільності та процвітання один одного та сприятиме більш конструктивним відносинам між країнами. Ідеї щодо екологічної та економічної теми піддаються регіональному співробітництву, оскільки ні довкілля, ні ринки не обмежуються фізичними межами. Наприклад, спільне управління водними басейнами або водоносними горизонтами дозволяє покращити водопостачання та якість води з подальшим впливом на безпеку та життєдіяльність людини. Отже, регіональна співпраця може бути конструктивним підходом до миробудування, оскільки це створює можливості та канали для співпраці та може сприяти формуванню довіри між групами чи країнами.

Регіональне співробітництво може відігравати важливу роль у розвитку конструктивних відносин між країнами, в об'єднанні ресурсів для забезпечення суспільних благ для населення та створенні платформ для діалогу щодо спільних інтересів.

Висновки. Характерною особливістю системи державних органів екологічного управління в Україні та Польщі є одночасне застосування комплексного та диференційованого підходів щодо регулювання відносин у галузі охорони довкілля. При цьому наявним є так зване поресурсне управління природокористуванням, яке являє собою сукупність управлінських органів, які здійснюють функції щодо охорони і використання конкретних природних об'єктів. В Україні система поресурсного управління до 2011 року була представлена державними комітетами: із земельних ресурсів; по водному господарству; лісового господарства тощо, а з прийняттям Указу Президента України «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» від 9 грудня 2010 року [7] – державними агентствами: водних, земельних, лісових ресурсів; рибного господарства; у Польщі – департаментами: лісового господарства; вод; повітря і поверхні Землі; геології тощо. Крім того, і департаменти, і агентства є структурними підрозділами, які створені і є відповідальними перед міністерствами охорони навколишнього середовища України та Польщі.

Таким чином, система екологічного управління і України і Польщі має багато спільного саме у організаційно-інституційному механізмі охорони довкілля. Відмінною рисою екологічного управління в Україні, у порівнянні з Республікою Польща, є функції та методи управлінської діяльності. Так, якщо для України пріоритетними і надалі залишаються адміністративно-правові (імперативні) методи здійснення екологічного управління (наприклад, екологічний контроль, нагляд, юридична відповідальність), то в

Польщі більшою мірою застосовуються економіко-правові (екологічний аудит, екологічне страхування, екологічний менеджмент) та екологічно-правові методи управління. Також позитивним для вітчизняного державного екологічного управління, на зразок з Польщею, було б розширення та підвищення рівня ефективності функціонування саме системи місцевих органів влади та управління в екологічній сфері.

Список використаних джерел

1. *Денисов В. В. Екологічні основи природокористування / В.В. Денисов, Е.С. Кулакова, І.А. Денисова // Навчальний посібник. – К.: Вища школа, 2014. – 464 с.*
2. *Фуентес-Джордж К. Between preservation and exploitation: Transnational advocacy networks and conservation in developing countries / К. Фуентес-Джордж. – Лондон: MIT Press, 2016. – 303 с.*
3. *Конституція Республіки Польща: станом на 21 жовтня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm*
4. *Постанова Верховної Ради України «Про основні напрямки державної політики України у галузі охорони довкілля, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки» №188/98-ВР від 05.03.1998 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/188/98-%D0%B2%D1%80*
5. *Конституція України: станом на 21 лютого 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80*
6. *Макар, С.В. Світова економіка природокористування / С.В. Макар // Конспект лекцій. – Львів: Юрайт, 2015. – 524 с.*
7. *Ємельянов, А. Г. Основи природокористування / А.Г. Ємельянов // Підручник. – К.: Сінтег, 2013. – 256 с.*
8. *Указ Президента України «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» №1085/2010 від 21.01.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1085/2010*

References (BSI)

1. Denisov V. V., Kulakova E. S, Denisova I. A. (2014) Ecological bases of nature management, High School, Kyiv, 464 p.
2. Fuentes-George K. (2016) Between preservation and exploitation: Transnational advocacy networks and conservation in developing countries, MIT Press, London, 303 p.
3. The Constitution of the Republic of Poland: current version of Revision from 21 October 2009. [Electronic recourse], available at: http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm
4. Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine «On the basic directions of the state policy of Ukraine in the field of environment protection, use of natural resources and maintenance of ecological safety» No.188/98-VR from 05.03.1998. [Electronic recourse], available at: https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/188/98-%D0%B2%D1%80
5. Constitution of Ukraine: current version of Revision from 21 February 2019. [Electronic recourse], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80
6. Makar S. V. (2015) World economy of nature management, Yurait, Lviv, 524 p.
7. Emelyanov, A. G Fundamentals of nature management, Sinteg, Kyiv, 256 p.
8. Decree of the President of Ukraine «On Optimization of the System of Central Bodies of Executive Power» No. 1085/2010 from 21.01. 2014. [Electronic recourse], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1085/2010

Ключові слова: *природні ресурси; природокористування; державне екологічне управління; механізм управління природними ресурсами; бізнес-адміністрування природокористування.*
Ключевые слова: *природные ресурсы; природопользование; государственное экологическое управление; механизм управления природными ресурсами; бизнес-администрирование природопользования.*
Keywords: *natural resources; environmental management; state environmental management; mechanism of natural resources management; business administration of environmental management.*

Рецензент: *Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/f3863381f5f94b6aa5415db1f6433f13

УДК 316.422: 656.022.87

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ТАРИФОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МОРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

https://orcid.org/0000-0001-5664-2908
Логутова Тамара Григорівна, д.е.н., професор, завідуюча кафедрою інноватики та управління ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, Logutova_t_g@pstu.edu, +380677767227
https://orcid.org/0000-0002-9633-9994
Полторацький Микола Михайлович, аспірант, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, pnmregister@gmail.com, +380975701282

Tamara Logutova, Doctor of Economic Sciences, Professor, SHEI "Pryazovskyi State Technical University", Mariupol, Ukraine
Mikola Poltoratskiy, graduate student of Department of Innovation and Management, SHEI "Pryazovskyi State Technical University", Mariupol, Ukraine

T. Logutova, M. Poltoratskiy. Creation an innovative mechanism of tariffing for the marine industry enterprises.

The authors investigated the concept of economic mechanism and highlighted the key tools for implementing effective management decisions at maritime transport enterprises. The authors considered the problem of formation of the level of port charges at the enterprises of maritime transport. The author has developed the author's innovative tariff formation mechanism in order to modernize the existing approaches to the modern tariff formation system, the mechanism has an extended systematic list of key elements. The authors analyzed and formed the list of functions of the SE "Administration of Seaports of Ukraine", functions performed by the collection of port dues. The new tariff formation mechanism is based on the key components: general information, regulatory framework, tariff budgeting, technical operation. The authors analyzed and systematized that the following information should be included in the general information: state and sectoral construction standards, resource standards for the operation of the modern dredging fleet and indicators of socio-economic development of the country; The following should be attributed to the base of distribution and preferences: the exchange rate, the processing of cargoes along the waters of the seaport, the weight capacity of seagoing vessels, and the basic system of preferences. In their work, the authors summarized the regulatory framework presented by the following legal acts: the Law of Ukraine "On Seaports", the decrees and orders of the Cabinet of Ministers of Ukraine. It was rather systematic that the list of elements of technical operation should include the elements: register and database of hydraulic structures, technical inspection, navigation hydrographic support. It was analyzed that the creation of an innovative tariff formation mechanism is crucial for the economic task of calculating tariffs for Ukrainian seaports. The use of copyright developments will be an effective impetus for the transformation of the tariff system in maritime transport enterprises, taking into account the technical and economic features of the functioning of strategic objects of the port infrastructure.

Логутова Т.Г., Полторацький М.М. Створення інноваційного механізму тарифоутворення на підприємствах морської галузі.

В статті проведено дослідження поняття економічного механізму з виділенням ключових інструментів для впровадження ефективних управлінських рішень на підприємствах морського транспорту. У науковій роботі розглянуто проблему формування рівня портових зборів на підприємствах морського транспорту. Розроблено авторський інноваційний механізм тарифоутворення з метою модернізації існуючих підходів до сучасної системи тарифоутворення, який має розширений систематизований перелік ключових елементів. Проаналізовано та сформовано перелік функцій ДП «Адміністрація морських портів України», що виконуються за рахунок стягнення портових зборів. Новітній механізм тарифоутворення базується на ключових складових: загальній інформації, нормативній базі, формуванні бюджету тарифу, технічній експлуатації. Авторами проаналізовано, систематизовано та визначено, що до загальної інформації необхідно відносити такі елементи: державні та галузеві будівельні норми, ресурсні норми щодо експлуатації сучасного днопоглиблювального флоту та показники соціально-економічного розвитку країни; до бази розподілу та преференцій треба відносити: курс валюти, переробка вантажів по акваторії морського торгового порту, вагова ємність морських суден та базова система преференцій. В роботі узагальнено нормативну базу, що представлена наступними нормативно-

© ***T. Logutova, M. Poltoratskiy / Логутова Т.Г., Полторацький М.М., 2019***

правовими актами: Законом України «Про морські порти», постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України. Систематизовано, що до переліку елементів технічної експлуатації повинні входити елементи: реєстр та база даних гідротехнічних споруд, технагляд, навігаційне гідрографічне забезпечення. Визначено, що створення інноваційного механізму тарифоутворення має вирішальне значення для виконання економічного завдання розрахунку тарифів для морських портів України. Застосування авторських розробок буде дієвим поштовхом для трансформації системи тарифоутворення на підприємствах морського транспорту із врахуванням технічних та економічних особливостей функціонування стратегічних об'єктів портової інфраструктури.

Логутова Т.Г., Полторацкий Н.М. Создание инновационного механизма тарифообразования на предприятиях морской отрасли.

В статье проведено исследование понятия экономического механизма с выделением ключевых инструментов для внедрения эффективных управленческих решений на предприятиях морского транспорта. В научной работе рассмотрена проблема формирования уровня портовых сборов на предприятиях морского транспорта. Разработан авторский инновационный механизм тарифообразования с целью модернизации подходов к современной системе тарифообразования, который имеет расширенный систематизированный перечень ключевых элементов. Проанализированы и сформирован перечень функций ГП «Администрация морских портов Украины», выполняемых за счет взимания портовых сборов. Новейший механизм тарифообразования базируется на ключевых составляющих: общей информации, нормативной базе, формировании бюджета тарифа, технической эксплуатации. Авторами проанализировано, и определено, что к общей информации необходимо относить следующие элементы: государственные и отраслевые строительные нормы, ресурсные нормы по эксплуатации современного дноуглубительного флота и показатели социально-экономического развития страны; в базу распределения и преференций надо относить курс валюты, переработка грузов по акватории морского торгового порта, весовая емкость морских судов и базовая система преференций. В работе обобщена нормативная база, которая представлена следующими нормативно-правовыми актами: Законом Украины «О морских портах», постановлениями и распоряжениями Кабинета Министров Украины. Систематизировано, что в перечень элементов технической эксплуатации должны входить элементы: реестр и база данных гидротехнических сооружений, технадзор, навигационное гидрографическое обеспечение. Отмечено, что создание инновационного механизма тарифообразования имеет решающее значение для выполнения экономической задачи расчета тарифов для морских портов Украины. Применение авторских разработок будет действенным толчком для трансформации системы тарифообразования на предприятиях морского транспорта с учетом технических и экономических особенностей функционирования стратегических объектов портовой инфраструктуры.

Постановка проблеми. В сучасних реаліях розвитку українських морських портів постає питання ефективного розрахунку портових зборів задля ефективного функціонування портової галузі та розвитку. Авторами у науковій роботі запропоновано створення та впровадження інноваційного механізму тарифоутворення, який буде направлено на вирішення економічного завдання розрахунку тарифів в рамках роботи сучасних держаних підприємств – морських портів України.

Аналіз основних досліджень чи публікацій. Дослідженням сучасних аспектів розвитку транспортної галузі в Україні та вирішенням питання ефективного тарифоутворення на підприємствах морської галузі займаються такі науковці, як: О.О. Бакаєв, В.А. Будник, І.В. Гладка, О.М. Кібік, В.Г. Коба, М.В. Ковбатюк, С.С. Кроль, О.А. Липинська, В.П. Мироненко, В.М. Мирошко, С.І. Пирожков, Л.А. Позднякова, В.Л. Ревенко, В.О. Сударєв, Н.В. Якименко та інші.

Виокремлення невирішених проблем, яким присвячена стаття. В сучасних умовах функціонування українських морських портів виникла необхідність у формуванні новітніх підходів до процесу тарифоутворення з урахуванням особливостей роботи морської галузі, іноземного досвіду та діючих законодавчих актів. Це зумовлено необхідністю впровадження іноземного досвіду та прийняття важливих стратегічних управлінських рішень. За таких умов виникає необхідність у створенні дієвого механізму тарифоутворення задля забезпечення економічно обґрунтованого рівня портових зборів в морських портах різного ступеню завантаженості та різної регіональної приналежності.

Мета статті. Основним завданням роботи є розробка інноваційного дієвого механізму тарифоутворення на підприємствах з метою забезпечення ефективного розрахунку рівня портових зборів на підприємствах морської галузі.

Результати дослідження. Як наголошено в Національній транспортній стратегії України до 2030 р. [1] сучасний стан транспортної галузі не повною мірою відповідає вимогам ефективної реалізації євроінтеграційного курсу України та інтеграції національної транспортної мережі в Транс'європейську транспортну мережу. Тому українська транспортна галузь, у т.ч. морська галузь, потребує новітніх підходів управління та стрімкого стратегічного розвитку. Модернізація підходів до тарифоутворення є одним із ключових інструментів для перезавантаження транспортної системи України та головним елементом ефективної реалізації євроінтеграційного курсу України. Слід наголосити, що підвищення ефективності та якості надання транспортних послуг [1] дасть змогу підвищити конкурентоспроможність морських портів, покращити рівень транзитного потенціалу країни та відповідно сприятиме розвитку торгівлі.

В контексті розробки нового механізму тарифоутворення необхідно надати термін «економічний механізм функціонування ринку» [2] – це механізм формування ринкових цін і розподілу ресурсів, взаємодії суб'єктів господарювання щодо встановлення та застосування цін, обсягу виробництва і продажу товарів та послуг. Основними складовими елементами механізму є попит, пропозиція, ринкова ціна, грошовий обіг. Для ефективної розробки авторського механізму тарифоутворення для підприємств морської галузі необхідно з цього поняття на перший план виділити такі необхідні аспекти як: попит, пропозицію та конкуренцію. Також автори наукової роботи згодні з автором [3], що економічний механізм діє через економічні інтереси та складається з комплексу економічних способів, важелів, нормативів, показників, за допомогою яких реалізуються об'єктивні економічні закони. Авторський механізм тарифоутворення має свої особливості, як комплексне поняття задля формування вірного економічного обґрунтованого рівня портових зборів на українських морських підприємствах.

Запропонований авторський механізм тарифоутворення має вигляд матриці, що включає такі блоки, як: нормативна база; формування бюджету – складової тарифу; база розподілу; преференції і складові: загальна інформація, технічна експлуатація, розвиток.

У першому блоку інноваційного механізму тарифоутворення «Нормативна база/Загальна інформація» (рис. 1) авторами включені ключові елементи, визначені нормативною базою - Закон України «Про морські порти України» [4], а саме

1) Стратегічні об'єкти портової інфраструктури;
2) Суб'єкти ринку: власники, балансоутримувачі;
3) Джерело фінансування – портові збори: за видами.

Слід зазначити, що за рахунок портових зборів ДП «АМПУ» виконує наступні свої функції:

1. Утримання та забезпечення ефективного використання державного майна, переданого їй в господарське відання.
2. Організація та забезпечення безпечної експлуатації об'єктів портової інфраструктури державної власності.
3. Контроль та підтримання оголошених глибин, тощо.

Рис. 1. Блок інноваційного механізму «Нормативна база / Загальна інформація» (авторська розробка)

У другому блоку інноваційного механізму тарифоутворення «Формування бюджету – складової тарифу / Загальна інформація» (рис. 2) авторами включені такі елементи як:

1) Державні та галузеві будівельні норми;
2) Ресурсні норми щодо експлуатації сучасного днопоглиблювального флоту;
3) Показники соціально-економічного розвитку України, в. ч.:
   - Загальні економічні та галузеві програми розвитку [1];
   - Програми розвитку окремих приватних терміналів;
   - Програма розвитку транзитного потенціалу України [5];

Рис. 2. Блок інноваційного механізму «Формування бюджету – складової тарифу / Загальна інформація» (авторська розробка)

У третьому блоку інноваційного механізму тарифоутворення «База розподілу та преференції / Загальна інформація» (рис. 2) авторами наукової роботи включені такі обов'язкові елементи як:
1) Прогнозний курс USD;
2) Переработка вантажів по акваторії МТП;
3) Вагова ємність морських суден;
4) Базова система преференцій, у т.ч. авторами розроблені критерії та принципи наданої системи.

У четвертому блоку авторського механізму «Нормативна база / Технічна експлуатація» ключовими елементами виступають галузеві та відомчі документи та інструкції щодо технічної експлуатації портових споруд, а саме:
1) Реєстр ГТС МТП;
2) База даних ГТС;
3) Технагляд за промірними роботами на ГТС;
4) Навігаційне гідрографічне забезпечення.

Нормативна база представлена низкою Наказів Міністерства інфраструктури України з 2006 по 2013 рр.

У п'ятий блок інноваційного механізму автори представили такі елементи як:
1) Реєстр морських портів України;
2) Міністерство інфраструктури України [6];
3) Плани розвитку морських портів;
4) Рада морського порту.

Нормативна база наведеного блоку представлена Постановою Кабінету Міністрів України від 11.07.2013 р. № 496 [7] та Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.07.2013 р. № 548-р [8].

Таким чином запропонований інноваційний механізм тарифоутворення на підприємствах морського транспорту є логічним продовженням реалізації та імплементації Закону України «Про морські порти України» та враховує усі аспекти життєвого циклу стратегічних об'єктів портової інфраструктури, що є необхідною ланкою для формування виваженою та збалансованої бази витрат та відповідно запорукою розрахунку економічно обґрунтованих тарифів на підприємствах морського транспорту з урахуванням їх подальшого розвитку у відповідності до стратегічних галузевих програм.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідивши стратегічні напрями розвитку транспорту на перспективу, що є необхідною запорукою підвищення економічного

потенціалу країни, та враховуючи економічні чинники, що першочергово впливають на операційну та інвестиційну діяльність підприємств транспорту, морського у тому числі, стає логічним та послідовним поштовхом до трансформації системи тарифоутворення на підприємствах морського транспорту із врахуванням технічних та економічних особливостей функціонування стратегічних об'єктів портової інфраструктури. Поетапна системна реалізація та впровадження запропонованих ініціатив у вигляді інноваційного механізму тарифоутворення на підприємствах морської галузі, що складається із відповідних блоків, складових та елементів, дозволить винайти ефективну формулу розрахунку економічно обґрунтованих тарифів та підвищити конкурентоспроможність підприємств морського транспорту.

Список використаних джерел

1. *Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року» від 30.05.2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80*
2. *Економічний механізм функціонування ринку. Політична економія. Навчальні матеріали онлайн (pidruchniki.website) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy_mehanizm_funktsionuvannya_rinku.*
3. *Внутрішній економічний механізм підприємства: Навч. посібник / М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба; за ред. М. Г. Грещака. — К.: КНЕУ, 2001. — 228 с.*
4. *Закон України «Про морські порти України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4709-17.*
5. *Закон України «Про Комплексну програму утвердження України як транзитної держави у 2002-2010 роках» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3022-14.*
6. *Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uspa.gov.ua/.*
7. *Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку ведення Реєстру морських портів України» від 11.04.2013 р. № 496 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/496-2013-%D0%BF.*
8. *Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 року» від 11.07.2013 № 548-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.reestrnpa.gov.ua/REESTR/RNAweb.nsf/wpage/doc_card?OpenDocument&ID=2CFCE2F14F2F8B16C2257BC6004A5403.*

References

1. *Ordinance of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Approval of the National Transport Strategy of Ukraine for the Period up to 2030", 30.05.2018 ["Pro skhvalennya Natsional'noyi transportnoyi stratehiyi Ukrayiny na period do 2030 roku"] [Electronic resource], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80*
2. *Economic mechanism of market functioning. The political economy. Study materials online (pidruchniki.website) [Electronic resource], available at: https://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy_mehanizm_funktsionuvannya_rinku*
3. *Grechak M.G. (2001), Internal economic mechanism of the enterprise: Educ. Manual / M.G. Grechak, O. M. Grebeshkova, O. S. Kotsyuba; edited by MG Greshchak, K .: KNEU, 228 p.*
4. *Law of Ukraine "On Seaports of Ukraine" ["Pro mors'ki porty Ukrayiny"] [Electronic resource], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4709-17.*
5. *Law of Ukraine "On the Comprehensive Program for the Establishment of Ukraine as a Transit State in 2002-2010" ["Pro Kompleksnu prohramu utverdzhennya Ukrayiny yak tranzytnoyi derzhavy u 2002-2010 rokakh"] [Electronic resource], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3022-14.*
6. *Official site of the Ministry of Infrastructure of Ukraine [Electronic resource], available at: http://www.uspa.gov.ua/.*
7. *Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Approval of the Procedure for Keeping the Register of Seaports of Ukraine" of April 11, 2013 No. 496 ["Pro zatverdzhennya Poryadku vedennya Reyestru mors'kykh portiv Ukrayiny"] [Electronic resource], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/496-2013-%D0%BF.*
8. *Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Strategy for the development of seaports of Ukraine for the period until 2038" of 11.07.2013 No. 548-p ["Pro zatverdzhennya Stratehiyi rozvytku mors'kykh portiv Ukrayiny na period do 2038 roku"] [Electronic resource], available at: http://www.reestrnpa.gov.ua/REESTR/RNAweb.nsf/wpage/doc_cardOpenDocument&ID=2CFCE2F14F2F8B16C2257BC6004A5403.*

Keywords: *transport; port charges; efficient use; development strategy; turnover; market entity; source of financing.*
Ключові слова: *транспорт; портові збори; ефективне використання; стратегія розвитку; вантажообіг; суб'єкт ринку; джерело фінансування.*
Ключевые слова: *транспорт; портовые сборы; эффективное использование; стратегия развития; грузооборот; субъект рынка; источник финансирования.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*
Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/eb24731e6fab434fbf8a7c75bb68ad3d

УДК 338.48

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

https://orcid.org/0000-0002-4853-5907

Борблік Карина Едуардівна, асистент кафедри інноватики та управління Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, аспірант Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна, karyna.borblyk@gmail.com, +380968480505

Borblik Karyna, Assistant Professor, Department of Innovation and Management, State Higher Educational Institution "PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY" Mariupol, post-graduate student of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Kryvyi Rih, Ukraine, e-mail: karyna.borblyk@gmail.com

K. Borblik. Prerequisites for forming a strategy for sustainable development of the tourist services market in Ukraine.

The purpose of the article is to determine the main aspects of forming a strategy for sustainable development of the tourist services market, which will ensure the competitiveness of the Ukrainian economy in modern conditions. The course of modernization involves the rationalization of the spatial organization of Ukrainian tourism and the effective transformation of its management system. The main purpose of the article is to monitor the implementation of the development strategy and to compare the results in terms of achieving the set goals. The dynamics of development of the tourist services market and structural changes in it, employment of the population, solving other social problems (level and quality of life, development of tourism infrastructure) are substantiated. Measures in the field of ecology, support of science, etc. are considered. The methodology of the European Expert Service Tacis EES is used, which must be tied to the conditions of Ukraine for the preparation of a strategy for the sustainable development of the tourist services market. It is proposed to use a methodological approach to the development of prerequisites for the formation of a strategy for sustainable development of the tourist services market of Ukraine. The article is based on the theory of jointly separated stages, recognition of tourism as a complex integrated human sphere, necessity of development of the market of tourist services in the conditions of fatigue.

Борблік К.Е. Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Метою статті є визначення основних аспектів формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг, що забезпечить конкурентоспроможність української економіки в сучасних умовах. Курс на модернізацію передбачає раціоналізацію просторової організації українському туризму і ефективну трансформацію системи його управління. Методологічно стаття базується на теорії сумісно розділених етапів, визнанні туризму як складної людинорозмірної інтегрованої сфери, необхідності розвитку ринку туристичних послуг в умовах усталеності. Основною метою статті є моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей. Обґрунтовано динаміку розвитку ринку туристичних послуг і структурних зрушень в ній, зайнятості населення, вирішенні інших соціальних проблем (рівня і якості життя, розвитку інфраструктури туризму). Розглянуто заходи у сфері екології, підтримки науки, тощо. Використана методологія Європейської експертної служби Tacis EES, яку необхідно прив'язати до умов України для підготовки стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг. В статті застосовано алгоритм формування концептуальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг. Запропоновано використовувати методологічний підхід до розробки передумов формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Стаття базується на теорії сумісно розділених етапів, визнанні туризму як складної людинорозмірної інтегрованої сфери, необхідності розвитку ринку туристичних послуг в умовах усталеності.

Борблик К.Э. Предпосылки формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг Украины.

Целью статьи является определение основных аспектов формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг, обеспечит конкурентоспособность украинской экономики в современных условиях. Курс на модернизацию предусматривает рационализацию пространственной

© ***K. Borblik / Борблік К.Е., 2019***

организации Украинской туризма и эффективную трансформацию системы его управления. Методологически статья базируется на теории совместно разделенных этапов, признании туризм как сложной человекоразмерных интегрированной сферы, необходимости развития рынка туристических услуг в условиях устойчивости. Основной целью статьи является мониторинг реализации стратегии развития и сравнения результатов в части достижения установленных целей. Обоснованно динамику развития рынка туристических услуг и структурных сдвигов в ней, занятости населения, решении других социальных проблем (уровня и качества жизни, развития инфраструктуры туризма). Рассмотрены меры в сфере экологии, поддержки науки и тому подобное. Использованная методология Европейской экспертной службы Tacis EES, которую необходимо привязать к условиям Украины для подготовки стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг. В статьи применен алгоритм формирования концептуальных основ устойчивого развития рынка туристических услуг. Предложено использовать методологический подход к разработке предпосылок формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг Украины. Статья базируется на теории совместно разделенных этапов, признании туризма как сложной человекоразмерной интегрированной сферы, необходимости развития рынка туристических услуг в условиях устойчивости.

Постановка проблеми. Одним з ключових чинників, що забезпечують конкурентоспроможність української економіки в умовах сталого розвитку, в тому числі і ринку туристичних послуг, є наявність ефективно діючої системи стратегічного управління. Така система забезпечує координацію розробки і впровадження довгострокових стратегій і програм розвитку України, окремих її регіонів і секторів економіки. Дана система повинна розвивати механізми «управління за результатами», що забезпечують чіткий взаємозв'язок між результатами діяльності органів державної влади та виділеними на їх досягнення бюджетними коштами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні економічні питання щодо сутності, ролі та специфіки формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг в Україні, визначення його місця у забезпеченні економічного зростання національної економіки розвивали відомі вітчизняні та зарубіжні вчені. Дослідження різних аспектів та підходів до формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг містяться у працях Н.В. Антонюк, І.О. Бочана, Г.О. Ворошилової [1], Л.П. Дяченко [2], Т.І. Ткаченко [3] та ін. В той же час у зв’язку із загостренням негативних наслідків економічної кризи, у тому числі кризою державних фінансів, можливості держави щодо стимулювання окремих сфер економічної діяльності є значно звуженими. Через вказане виникає необхідність поглибленого осмислення проблеми вибору допустимих напрямів та важелів формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг у тому числі використання можливостей, що не створюють додаткового тиску на видаткову частину бюджету.

Мета статті. Метою статті є моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей., у тому числі щодо застосування важелів стимулювання розвитку ринку туристичних послуг. Розробити заходи щодо сталого розвитку туризму на довгострокову перспективу (15-20 років) не тільки для державного рівня, а й для регіонального. Визначити головні завдання, що є ключовими для реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Результати дослідження. Перехід ринку туристичних послуг у стан, що відповідає вимогам XXI століття, неможливий без формування і реалізації ефективної стратегії сталого розвитку, найважливіша функція якого - стратегічне планування на всіх рівнях: національному, регіональному і місцевому. Курс на модернізацію передбачає раціоналізацію просторової організації українському туризму і ефективну трансформацію системи його управління.

Варто відзначити, що національна практика формування стратегій сталого розвитку ринків, в тому числі і ринку туристичних послуг, далека від досконалості:

- використовуються застарілі методичні схеми і прийоми;

- при формуванні регіональних стратегій, довгострокових планів і програм розвитку не враховуються ключові відмінності між стратегічним і традиційним довгостроковим плануванням;

- регіональне стратегічне планування сталого розвитку ринку туристичних послуг будується за шаблоном стратегічного планування діяльності господарюючих суб'єктів, і при цьому не беруться до уваги специфічні особливості регіональних систем;

- стратегічне планування не підкріплюється реальним і ефективним стратегічним управлінням;

- практично відсутній моніторинг ефективності реалізації стратегій сталого розвитку ринку туристичних послуг;

- не достатньо ефективно використовуються сучасні можливості інформаційних технологій.

При формуванні стратегій сталого розвитку ринку туристичних послуг України виникає велика кількість проблем. Так, «Стратегія сталого розвитку України до 2030 року», затверджена у 2017 році, не надає цілісного визначення поняття «сталий розвитку ринку туристичних послуг України», не пропонує програмних документів, що регулювали б даний сектор економіки. [4] Подібні недоліки має і «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Існують розбіжності в кількості програмних документів, що розробляються на загальнодержавному рівні, рівні областей, документів, що розробляються в процесі програмно-цільового планування та в процесі прогнозування. В «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» не представлений цілісний механізм правового регулювання повноважень і відповідальності центральних та місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування за розробку, затвердження та реалізацію програмних документів. Стратегія передбачає тільки моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей. [5]

Найбільшим недоліком існуючих стратегій сталого розвитку туристичної галузі є їх формалізм, відсутність ефективних інституційних умов і механізмів реалізації, слабке залучення бізнес-структур в процеси стратегічного планування. В цілому розвиток стратегій сталого розвитку туристичної галузі поки здійснюється поза контекстом загальних системних перетворень суспільства, економіки та управління. Розробка і практична реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг актуальна і на загальнодержавному рівні, і на рівні регіонів.

Проведене дослідження свідчить про те, що ефективність програмно-цільового підходу в управлінні сталим розвитком ринку туристичних послуг багато в чому залежить від застосовуваних інструментів, зокрема від стратегічного планування і прогнозування. Прогнозування, як основний елемент стратегічного планування, дає уявлення про можливі перспективні напрямки розвитку туризму і шляхи мінімізації ризиків, зокрема і від фінансових втрат.

Науково-обгрунтований підхід до формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України на державному та регіональному рівнях сприятиме підвищенню його інвестиційної привабливості, зміцненню державно-приватного партнерства, розробці стратегічно обґрунтованих управлінських рішень, забезпечуватиме можливість успішного функціонування суб’єктів ринку, дозволить сформувати позитивний імідж України як туристської дестинації.

Для розвитку ринку туристичних послуг України, перш за все, необхідно сформувати стратегію, яка повинна включати розробку заходів щодо сталого розвитку туризму на довгострокову перспективу (15-20 років) не тільки для державного рівня, а й для регіонального. Базові положення мають відображати основні принципи розвитку і спеціалізацію туристичного ринку, найважливіші проблеми розвитку галузі та стратегію ринкових перетворень в туристичній галузі.

Для вирішення даної проблеми може бути використана методологія Європейської експертної служби Tacis EES, яку необхідно прив'язати до умов України для підготовки стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг [6]. З урахуванням особливостей країни дану методологію можна визначити в такій редакції:

1. виконати моніторинг ринку туристичних послуг України з метою оцінки його потенційних можливостей;
2. за даними моніторингу провести економічний і інституційний аудит регіональних ринків туристичних послуг та сформувати безліч основних і альтернативних, згідно з наявними коштами, напрямків розвитку туристичної галузі;
3. виявити стійкі конкурентні переваги, на які може бути зорієнтована формована стратегія і на цій основі вибрати безліч ефективних напрямків сталого розвитку ринку туристичних послуг;
4. використовуючи обрані основні ефективні напрямки розвитку сформулювати їх базові цілі;
5. сформувати набір стратегічних можливостей реалізації ефективних напрямків розвитку;
6. згідно зі стратегією циклічного розвитку та стабілізації визначити для першого її етапу пакет, що включає 2-3 основних найбільш ефективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг України;
7. сформувати модель альтернативних допустимих тенденцій розвитку економічного середовища держави і зовнішніх чинників, що впливають на його стан;
8. уточнити базові цілі для обраних найбільш ефективних шляхів сталого розвитку ринку туристичних послуг;
9. сформувати програми дій для досягнення кожної базової мети з урахуванням альтернативних тенденцій розвитку економічного середовища України.

За даними аналізу стану і тенденцій розвитку ринку туристичних послуг України, що був проведений у розділі 2, можна виділити наступні основні напрями активізації запровадження концепції сталого розвитку ринку туристичних послуг:

- підвищення ефективності державної політики управління ринком туристичних послуг;
- розробка і реалізація комплексу заходів, спрямованих на забезпечення безпеки туристів і зниження кримінальних ризиків;
- формування і проведення заходів, що дозволять забезпечити позитивний туристичний образ України, а також ефективно виконати просування регіональних туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародних ринках туристичних послуг;
- розробка комплексу заходів щодо вирішення екологічних проблем, пов'язаних, перш за все, зі скидами брудних вод в річки та моря;
- відновлення туристичної інфраструктури, перш за все, в гірській місцевості і на узбережжі Чорного та Азовського морів;
- розробка та реалізація ефективної інвестиційної політики, що забезпечить максимально сприятливі умови для залучення приватних інвестицій у розвиток ринку туристичних послуг;
- створення на основі наявних потенційних можливостей і згідно з обраними шляхами розвитку оригінальних туристичних продуктів і здійснення їх просування на вітчизняних регіональних та зарубіжних ринках туристичних послуг з метою залучення нових груп туристів;
- активізація діяльності Департаменту туризму та курортів щодо проведення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг на державному та міжнародному рівнях, розробки та впровадження рекомендацій щодо формування проектів сталого розвитку туристичної індустрії;
- забезпечення залучення місцевого населення в якості субпідрядників для вирішення завдань, пов'язаних з перевезенням туристів по території держави,

розміщенням туристів, залучення громадян в якості провідників і гідів, а також для забезпечення підприємств галузі продуктами харчування та іншими необхідними ресурсами;

- розробка і реалізація ефективної кадрової політики в туристичній галузі шляхом забезпечення умов для навчання, перепідготовки та стажування фахівців відповідно до міжнародних стандартів.

Для підвищення обґрунтованості розробки стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України необхідно здійснювати комплексні та якісні заходи, що носять середньостроковий характер. Це слугуватиме основою прийняття стратегічно виправданих управлінських рішень.

Звісно ж, що вдосконалення розробки стратегії в певній мірі можливо за допомогою застосування алгоритму формування концептуальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг, що складається з 3 етапів (рис. 1.).

Рис. 1. Етапи формування концептуальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг. *Джерело: складено автором*

При цьому після завершення реалізації третього етапу здійснюється перехід ринку туристичних послуг України до нового витка розвитку і так кілька разів, до повного використання потенційних можливостей туристичної індустрії в країні.

Таким чином, одним з головних завдань при формуванні стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг є визначення базових цілей, серед яких:

1. Формування і проведення ефективної інвестиційної політики, що дозволяє активне залучення позабюджетних коштів у розвиток ринку туристичних послуг.

2. Відновлення і розвиток інфраструктури туристичного ринку на рівні регіонів на інноваційній основі і з використанням останніх досягнень науково-технічного розвитку.

3. Розвиток маркетингової діяльності на ринках туристичних послуг для зростання іміджу України і залучення нових груп туристів, створення оригінальних туристичних продуктів та їх просування на національному та зарубіжних ринках.

4. Формування великих туристичних компаній зі змішаною формою власності, що мають турагенства і туроператорів в різних регіонах країни і за кордоном.

5. Проведення заходів, спрямованих на підвищення безпеки туристів і зниження ризиків кримінального характеру.

6. Посилення інститутів, що забезпечують ефективне управління розвитком і функціонуванням туристичної галузі регіонів.

7. Створення ефективної інформаційної системи ринку туристичних послуг, здатної виконувати моніторинг території країни і забезпечити доступність туристичних фірм до достовірної інформації і статистичних даних.

8. Розробка і проведення заходів щодо поліпшення екологічної обстановки на території України і на прибережних водах Чорного та Азовського морів.

Перераховані цілі можуть бути досягнуті тільки в результаті ефективної реалізації стратегії. У свою чергу ефективна реалізація може бути досягнута при розробці та реалізації необхідних для цього програм розвитку і механізмів, інструментів і заходів, пов'язаних з їх реалізацією (рис. 1.).

Отже, у загальному вигляді стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг визначає головною метою формування сприятливих умов для активізації діяльності суб'єктів ринку згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення самого ринку туристичних послуг на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації туристичної індустрії України у світі.

Звісно ж, що реалізація такого завдання визначається необхідністю проведенням таких комплексних заходів, як: підвищення якості туристичного продукту; прояв особливої уваги до вирішення завдань охорони культурної спадщини при розробці нових продуктів; створення умов для інвестування і вдосконалення регіонального інвестиційного законодавства; точне позиціонування територіального туристичного продукту на міжнародному ринку; розробка маркетингу регіону; підвищення результативності продажів регіонального туристичного продукту на міжнародних ринках; підтримання попиту і витрат на внутрішній туризм; створення територіального бренду туристського продукту [7].

Проблема комплексного розвитку і оптимального використання туристських ресурсів, що забезпечують сталий розвиток ринку туристичних послуг - це завдання стратегічного управління. Необхідно відзначити, що оптимізація розвитку ринку туристичних послуг України повинна ґрунтуватися на переважному розвитку тих видів і форм туризму, які дозволять максимально і комплексно, а також без шкоди природному та культурному середовищі використовувати ресурси.

Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України являє собою особливий вид планової роботи, що складається в розробці стратегічних рішень (у формі прогнозів, проектів програм і планів), які передбачають висування таких цілей, реалізація яких забезпечує його ефективне функціонування в довгостроковій перспективі, швидку адаптацію до мінливих умов зовнішнього середовища. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що розглядається як процес практичної діяльності відповідних суб'єктів управління, володіє своїм змістом, що охоплює як саму його суть, так і його прояв і включає процедуру розробки стратегічних прогнозів, проектів стратегічних програм і планів [8, 9].

Методологічний підхід до розробки підходів до формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України повинен полягати в наскрізному, логічно

пов'язаному плануванні розвитку структурних складових туристського сектора економіки, які впливають один на одного по технологічному ланцюжку.

Висновки: Таким чином, основним завданням стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України є формування умов для нормального функціонування його суб'єктів, а саме створення ефективної системи держаної підтримки галузі, орієнтованої на різні сегменти економіки за ціною і якістю.

При цьому слід зазначити, що ефективний розвиток і функціонування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України неможливо забезпечити без формування ефективної інформаційної системи в управлінні на основі корпоративної обчислювальної мережі з виходом в Інтернет, без забезпечення безпеки туристів і досягнення світової якості надаваних туристичних послуг. Ефективне вирішення цих завдань є першочергово важливим для розвитку та функціонування ринку туристичних послуг України на засадах сталості, як на найближче майбутнє, так і на тривалу перспективу.

Список використаних джерел:

1. Ворошилова Г.О. Розвиток інвестиційних процесів у міжнародному туризмі. Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. Донецьк: ДонНУ, 2010. 1050 с.

2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.

3. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київський національний торгово-економічний університет, 2006. 537. с.

4. Офіційний сайт Програма розвитку ООН, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_ v06-optimized.pdf

5. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www2.unwto.org/ru

6. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wttc.org

7. Офіційний сайт UNWTO Tourism Highlights, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899

8. Офіційний сайт Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics

9. Конференція ООН по торгівлі та розвитку. ЮНКТАД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unctad.org

References:

1. Voroshylova Gh.O. (2010) Rozvytok investycijnykh procesiv u mizhnarodnomu turyzmi [Development of investment processes in international tourism]. Problemy rozvytku zovnishnjoekonomichnykh zvjazkiv i zaluchennja inozemnykh investycij: reghionaljnyj aspekt [The problem of development of foreign economic relations and attraction of foreign investments: the regional aspect]. Donecjk: DonNU, 1050 p.

2. Djadechko L.P. (2007) Ekonomika turystychnogho biznesu [Economy of tourism business]. Kyiv: Centr navchaljnoji literatury, 224 p.

3. Tkachenko T.I. (2006) Stalyj rozvytok turyzmu: teorija, metodologhija, realiji biznesu: monoghrafija [Sustainable Tourism Development: Theory, Methodology, Business Realities: Monograph]. Kyiv: Kyjivsjkyj nacionaljnyj torghovoekonomichnyj universytet, 537 p.

4. Official site of the United Nations Development Program, (2017), available at: www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_ v06-optimized.pdf (Accessed 29 October 2019).

5. Official site of the World Tourism Organization, (2016), available at: http://www2.unwto.org/ru (Accessed 29 October 2019).

6. The official site of the World Travel and Tourism Council, (2016), "World Travel and Tourism Council WTTC", available at: http://www.wttc.org (Accessed 28 October 2019).

7. Official site "UNWTO Tourism Highlights",(2016), available at http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899 (Accessed 30 October 2019).

8. Official site "Eurostat", (2016), available at http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics (Accessed 28 October 2019).

9. United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD, (2017), available at http://www.unctad.org (Accessed 29 October 2019).

Keywords: *market of tourist services; prerequisites for the formation of a strategy for sustainable development of the tourist services market of Ukraine; stages for the formation of a strategy for sustainable development; conceptual bases for the formation of a strategy for sustainable development of the tourist services market.*
Ключові слова*: ринок туристичних послуг; передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України; етапи формування стратегії сталого розвитку; концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг.*
Ключевые слова: *рынок туристических услуг; предпосылки формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг Украины; этапы формирования стратегии устойчивого развития; концептуальные основы формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг.*

Рецензент: *Логутова Т. Г., завідувач кафедри інноватики і управління, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., професор.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/98614526b59041ff9dd9fd12a53308fd

УДК 338.22.01.

ВИЗНАЧЕННЯ СТАНУ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИХ ІННОВАЦІЙНИХ РЕЙТИНГАХ

http://orcid.org/0000-0002-5117-9990
Псарьова Ірина Сергіївна, доцент кафедри економіки підприємств, к.т.н., доцент, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, e-mail: psareva.irina72@gmail.com, тел: +380985779457
Аріхбаєва Світлана Вікторівна, студентка групи ЕП-18-М, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, e-mail: sveta.konfeta013@gmail.com, тел: +380678553298

Irina Psareva, Associate Professor of the Department Economics of Enterprises, State Higher Educational Istablishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Mariupol, e-mail: psareva.irina72@gmail.com, tel: +380985779457
Arikhbaieva Svitlana, student EE-18-M State Higher Educational Istablishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Mariupol, e-mail: sveta.konfeta013@gmail.com, тел: +380678553298

I. Psareva, S. Arikhbaieva. A study of the position of Ukraine in international innovation rankings.
The key to sustainable economic development in modern market conditions with the continuous growth of customer needs and competition for the best position in the market is to ensure the innovative orientation of enterprises, long-term assistance to the country's economic, social and cultural growth. That is why most developed countries choose the intensive path of development, which is carried out by the leading role of scientific and technological progress and the accumulation of intellectual capital. Today in Ukraine, an extensive type of development can be traced, which to some extent is combined with intensive. In order for the state to switch to a predominantly intensive development path, it is necessary to create conditions for improving innovation and investment activity. To assess the current state of innovation in the country, the paper presents the results of an analysis of international innovation ratings. A comparison of innovative indicators of Ukraine and countries that are actively realizing their innovative potential has been carried out. It has been revealed that the leading countries in these indices occupy leading positions in the ranking of countries in terms of gross national income per capita. It has been proved that the existing financial mechanism for stimulating innovation in Ukraine is rather passive, which is reflected in a decrease in the share of the volume of sold innovative products, the slow pace of the introduction of new technologies, especially material and energy saving. The value of the innovative factor of the country's development for successful integration into the European economic community has been substantiated. The necessity of introducing innovations at industrial enterprises of Ukraine has been considered. The analysis shows that the most important aspect for maintaining competitive positions in the modern market is to increase the country's innovative activity. In order to increase the efficiency of the entire scientific, technical and innovation system of Ukraine and implement effective reforms to overcome negative phenomena in the economy, it has been proposed to develop a national anti-crisis strategy, one of the directions of which will be to increase the competitiveness of the Ukrainian economy and strengthen its innovative character.

Псарьова І.С., Аріхбаєва С.В. Дослідження позицій України у міжнародних інноваційних рейтингах.
Запорукою сталого економічного розвитку в сучасних ринкових умовах при безперервному зростанні потреб споживачів та конкурентній боротьбі за кращу позицію на ринку є забезпечення інноваційної орієнтації підприємств, що сприяє у довгостроковій перспективі економічному, соціальному та культурному зростанню країни. Саме тому більшість розвинутих держав обирає інтенсивний шлях розвитку, що забезпечується провідною роллю науково-технічного прогресу та накопиченню інтелектуального капіталу. На сьогодні в Україні простежується екстенсивний тип розвитку, який деякою мірою поєднується з інтенсивним. Щоб державі перейти на переважно інтенсивний шлях розвитку, необхідно створити умови для покращення інноваційно-інвестиційної діяльності. Для оцінки поточного стану інноваційної діяльності в країні у роботі представлені результати аналізу міжнародних інноваційних рейтингів. Проведено порівняння інноваційних показників України та держав, які активно реалізують свій інноваційний потенціал. Виявлено, що країни-лідери за цими індексами займають провідні

© ***I. Psareva, S. Arikhbaieva / Псарьова І.С., Аріхбаєва С.В., 2019***

позиції у рейтингу країн за рівнем валового національного доходу на одну особу. Доведено, що існуючий фінансовий механізм стимулювання інноваційної діяльності Україні є достатньо пасивним, що відображається на зменшенні частки обсягу реалізованої інноваційної продукції, повільних темпах впровадження нових технологій, особливо матеріало- та енергозберігаючих. Обґрунтовано значення інноваційного чинника розвитку країни для успішної інтеграції у європейське економічне співтовариство. Розглянута необхідність впровадження інновацій на промислових підприємствах України. Проведений аналіз доводить, що найважливішим аспектом для утримання конкурентних позицій на сучасному ринку є збільшення інноваційної активності країни. З метою підвищення ефективності роботи всієї науково-технічної та інноваційної системи України та здійснення дієвих реформ для подолання негативних явищ в економіці запропоновано розробити національну антикризову стратегію, одним з напрямків якої буде підвищення конкурентоспроможності української економіки, посилення її інноваційного характеру.

Псарева И.С., Арихбаева С.В. Исследование позиций Украины в международных инновационных рейтингах.

Залогом устойчивого экономического развития в современных рыночных условиях при непрерывном росте потребностей клиентов и конкурентной борьбе за лучшую позицию на рынке является обеспечение инновационной ориентации предприятий, содействие в долгосрочной перспективе экономическому, социальному и культурному росту страны. Именно поэтому большинство развитых государств выбирает интенсивный путь развития, который осуществляется ведущей ролью научно-технического прогресса и накоплением интеллектуального капитала. На сегодня в Украине прослеживается экстенсивный тип развития, который в определенной степени сочетается с интенсивным. Чтобы государству перейти на преимущественно интенсивный путь развития, необходимо создать условия для улучшения инновационно-инвестиционной деятельности. Для оценки текущего состояния инновационной деятельности в стране в работе представлены результаты анализа международных инновационных рейтингов. Проведено сравнение инновационных показателей Украины и государств, которые активно реализуют свой инновационный потенциал. Выявлено, что страны-лидеры по этим индексам занимают ведущие позиции в рейтинге стран по уровню валового национального дохода на душу населения. Доказано, что существующий финансовый механизм стимулирования инновационной деятельности Украины является достаточно пассивным, что отражается на уменьшении доли объема реализованной инновационной продукции, медленных темпах внедрения новых технологий, особенно материало- и энергосберегающих. Обосновано значение инновационного фактора развития страны для успешной интеграции в европейское экономическое сообщество. Рассмотрена необходимость внедрения инноваций на промышленных предприятиях Украины. Проведенный анализ показывает, что важнейшим аспектом для удержания конкурентных позиций на современном рынке является увеличение инновационной активности страны. С целью повышения эффективности работы всей научно-технической и инновационной системы Украины и осуществление действенных реформ для преодоления негативных явлений в экономике предложено разработать национальную антикризисную стратегию, одним из направлений которой будет повышение конкурентоспособности украинской экономики, усиление ее инновационного характера.

Постановка проблеми. Характерною ознакою професійного уряду країни є довгострокова стратегія з приводу забезпечення економічного і технологічного розвитку, з урахуванням відповідних моделей екологічної та соціальної сфер, а одним з головних розділів цієї стратегії повинен бути присвячений переходу до інноваційної моделі сталого розвитку України. Одним з критеріїв вдалої роботи державних службовців у цьому напрямку є успішна позиція країни на світовій арені, що відображається на поліпшенні її місця у міжнародних інноваційний рейтингах. Аналіз результатів цих досліджень дозволить оцінити стан інноваційної діяльності в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед науковців аналізом динаміки показників України у різноманітних міжнародних рейтингах займалися А. А. Гальчук, О.І. Марченко, Ю.В. Рожко, Л. В. Лях, О. В. Попело та інші. Незважаючи на зростання кількості досліджень у цьому напрямку, міжнародні організації щорічно публікують свої звіти присвячені особливостям інноваційного розвитку країн, які є базою для подальшого глибшого аналізу.

Метою статті є визначення стану інноваційної діяльності в Україні на основі міжнародних рейтингів.

Результати дослідження. В Україні за даними Світового банку у 2018 році валовий національний дохід у розрахунку на одну особу по методу Атласа склав 2660 доларів США [1]. Тобто Україна посідає 136 місце за одним з ключових показників

економічного розвитку, який характеризує продуктивність праці. За класифікацією Світового банку, Україну можна віднести до країн із середнім рівнем доходу на душу населення, але рівень показників її розвитку суттєво відрізняється від середнього рівня по країнах з розвиненою ринковою економікою (рис. 1). Наприклад, більше як 50 років знадобиться українській державі, щоб досягти рівня доходів сьогоднішньої Польщі при збереженні наявних темпів економічного зростання, згідно з економічним оглядом Світового банку для України.

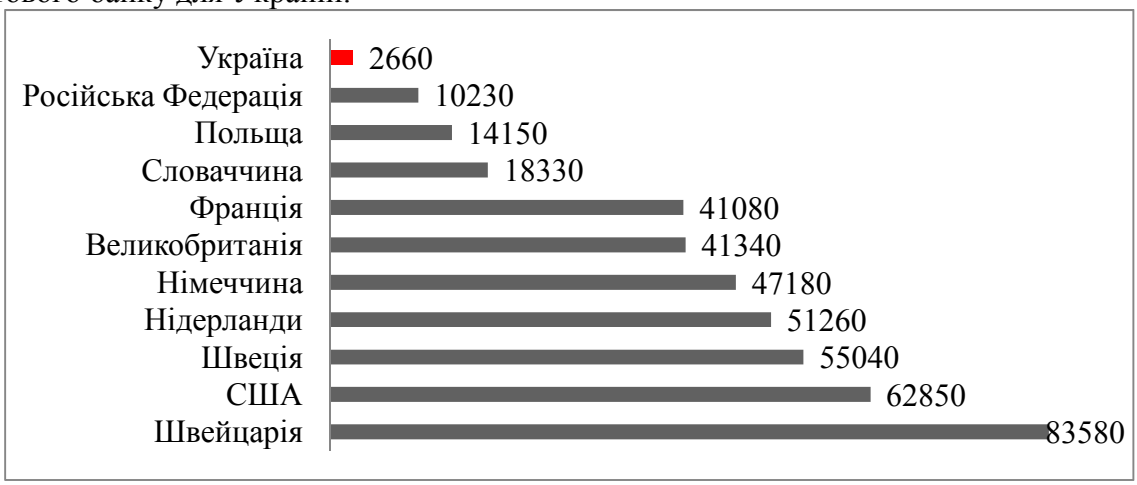


Рис. 1. Рейтинг країн за рівнем валового національного доходу на одну особу у доларах США у 2018 році (за даними Світового банку)

Країни-лідери за цим індексом зорієнтовані на активність в інноваційній діяльності, з добре врівноваженими складовими сталого розвитку: економічною, екологічною і соціальною. Уряд цих країн ефективно забезпечує реалізацію державних програм, вони спрямовують значну частку свого ВВП на дослідження та розвиток нових технологій, що будуть здатні розв'язати екологічні проблеми людства, а також забезпечити енергоефективність, енергоощадження, створити високоінтелектуальні робочі місця.

Стратегічним завданням нашої країни в контексті підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС стає її реальна інтеграція до європейського економічного простору, але попри поступовому поглибленню відносин між сторонами, країна не підвищила свої якісні показники розвитку навіть до середнього рівня групи країн, в яку вона прагне інтегруватися. Політика декларативної європеїзації свідчить про низьку ефективність управління, перевагу піар-популізму та пропаганди, що є причиною багатьох кризових явищ: імітаційний характер управління, нехтування національними інтересами України під тиском впливових партнерів, зайва політизація проблем, корупція державних органів й посадових осіб, поглиблення технологічної відсталості. Це зумовлює причини втрати країною своїх позицій на найбільш динамічних ринках високотехнологічних товарів і послуг, незважаючи навіть на наявність її значного наукового потенціалу та досвід створення технологічно складної продукції.

Сьогодні Україна потребує принципово нових підходів до державного управління, тому саме перехід до інноваційної моделі сталого розвитку – це об'єктивний варіант розвитку, що за умови наявності політичної волі, призведе до довгоочікуваних позитивних результатів. З метою подолання негативних явищ в економіці потрібно розробити національну антикризову стратегію, одним з напрямків якої є підвищення конкурентоспроможності української економіки, посилення її інноваційного характеру.

Багато експертів на міжнародному рівні широко застосовують інтегральну оцінку змісту інноваційної діяльності країни. Україна представлена у таких міжнародних індексах як Глобальний індекс інновацій, Індекс інновацій Bloomberg, Глобальний індекс конкурентоспроможності та Індекс простоти ведення бізнесу.

З 2007 експертами Паризької школи INSED, Бостонської консалтингової групи, Національної асоціації виробників публікується щорічно глобальне дослідження, яке визнано найбільш всебічним щодо визначення рівня інноваційності в країнах – Глобальний індекс інновацій (The Global Innovation Index, GII). Глобальний індекс інновацій налічує 80 детальних показників, які цілісно та всеосяжно характеризують 129 економік у 2019 році. Фахівці у дослідженні відображають як комерційні результати інноваційної діяльності в країнах, так і активність урядів у стимулюванні інноваційної діяльності, що дозволяє визначити успішність стратегії розвитку країни, її сильні та слабкі сторони [2]. GII сьогодні є орієнтиром для розробки державних програм, оцінкою ключових тенденцій на інноваційному ринку для бізнес-лідерів та комплексним аналітичним матеріалом для вчених та інших зацікавлених сторін. Даний індекс оцінює інноваційний прогрес країн, що дозволяє визначити країни-лідери світу та країни, які потребують негайного переосмислення свого плану через низьку інноваційну активність. Перша п'ятірка в даному рейтингу у 2019 виглядає наступним чином: Швейцарія, Швеція, США, Нідерланди та Великобританія.

Україна у загальному рейтингу посіла 47 місце отримавши 37,40 балів, за шкалою від 0 до 100, хоча у 2018 мала кращі позиції – 43 місце.

Найгірші позиції країна у 2019 році має за індикаторами «Екологічна стійкість» 120 місце, «Політичне середовище» 110 місце, «Інвестиції» та «Бізнес середовище» – 115 та 99 місця відповідно, хоча відстає від розвинених країн світу й за багатьма іншими показниками.

В той же час країни Європейського союзу займають провідні позиції ІСІ 2019, що свідчить про ефективну інноваційну політику ЄС (рис. 2).

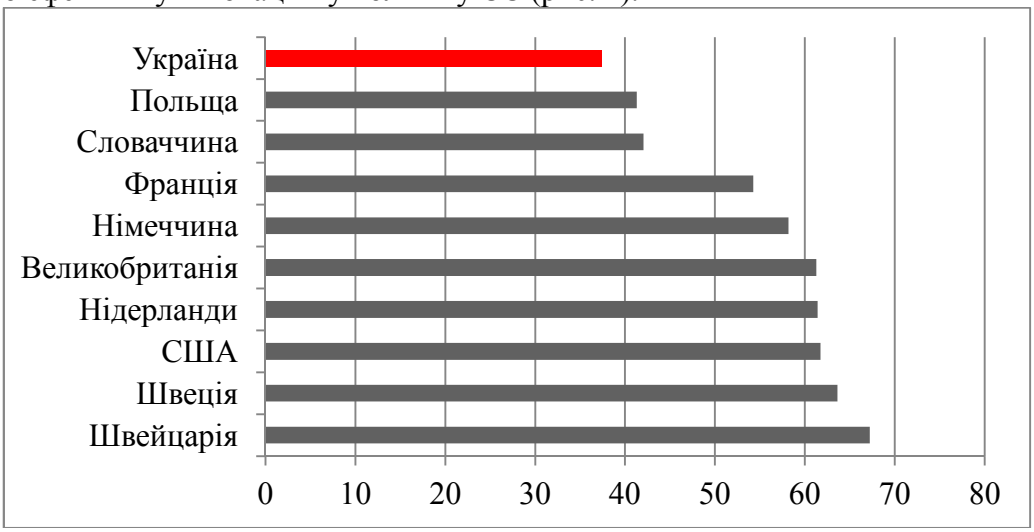


Рис. 2. Індекси країн згідно Глобального індексу інновацій 2019

Інформаційне агентство Bloomberg опублікувало у 2019 році черговий щорічний рейтинг найбільш інноваційних економік світу – Індекс інновацій Bloomberg (Bloomberg Innovation Index, BII), що відображає прихильність країн до нових досягнень в різних сферах науки і її практичного застосування в житті громадян [3]. Методологія, яку застосовують експерти Bloomberg, передбачає аналіз країн за 7 індикаторами.

Україна випала з топ-50 даного рейтингу у 2019 році, погіршивши свої позицій порівняно з попереднім роком, зайняла 53 місце з 60 із результатом у 48,05 балів зі 100. Найнижчі бали держава отримала за такими показниками технологічні можливості (60 місце), витрати на дослідження і розробки (54 місце), продуктивність праці (56 місце), що є відображенням низького рівня застосування технологій, а також свідчить про переважання виробництва товарів з низькою доданою вартістю.

Тенденції інноваційної діяльності останніх років можна оцінити за допомогою Глобального індексу конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index), за

глобальним дослідженням Всесвітнього економічного форуму [4]. Автори дослідження підкреслюють, що конкурентоспроможність країни можна визначити як її здатність в середньостроковій перспективі забезпечувати стабільні темпи економічного зростання. Більш високий рівень добробуту будуть мати громадяни тих країн, в яких будуть забезпечуватися високі показники національної конкурентоспроможності. 113 змінних, що вираховуються у процесі дослідження, об'єднують у 12 індикаторів: якість інститутів, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я і початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, конкурентоспроможність підприємств, інноваційний потенціал та інші. У рейтингу Україна у 2019 посіла 85-те місце зі 141, із результатом у 57 балів. Основний регрес зафіксовано у сфері фінансових систем, сфері охорони здоров'я, показники впровадження інформаційно-комунікаційних технологій.

За методологією Світового банку на основі аналізу нормативно-правових актів, регулюючих підприємницьку діяльність, а також статистичних даних щодо регулювання бізнесу у загальному доступі з 2002 року щорічно розраховується Індекс простоти ведення бізнесу (Ease of Doing Business Index) [5]. Дослідження побудоване на визначенні 10 індикаторів, має за мету дати об'єктивну оцінку нормам, що регулюють підприємництво на національному рівні, забезпечити їх дотримання у країнах, що аналізуються, а також в окремих містах на субнаціональному та регіональному рівнях. Україна покращила свої позиції у рейтингу і зайняла 71 місце із результатом 68,25 бали зі 190 країн, що були досліджені. Дослідники Світового банку повідомлять про погіршення Індекс простоти ведення бізнесу за такими критеріями, як: система сплати податку, реєстрація бізнесу, доступ до електроенергії, доступ до кредиту, вирішення неплатоспроможності. Показниками успішних реформ у сфері регулювання бізнесу є підвищення загального рангу через покращення показників захисту міноритарних акціонерів, спрощення отримання дозволів на будівництво, вдосконалення міжнародної торгівлі.

Стан інноваційної активності в Україні за 2013-2019 рр. можна визначити за допомогою міжнародних рейтингів, що будуть індикаторами ефективності роботи всієї науково-технічної та інноваційної системи України за даний період (табл.1)

Таблиця 1. – Україна у світових рейтингах з 2013 по 2019 рр.

Показник	Місце України						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Глобальний індекс інновацій	71	63	64	56	50	43	47
Індекс інновацій Блумберг	42	49	33	41	42	46	53
Глобальний індекс конкурентоспроможності	84	76	79	85	81	83	85
Індекс простоти ведення бізнесу	137	112	96	83	80	76	71

Отже, Україна покращувала свої позиції у Глобальному індексі інновацій на протязі періоду з 2013 року по 2018 рік, в якому вона зайняла рекордне 43 місце, а потім у 2019 втратила одразу 4 позиції. За Індексом інновацій Bloomberg Україна входила у топ-50 у 2013-2018 рр, погіршивши свій результат у 2019 на 7 позицій. Глобальний індекс конкурентоспроможності виділяється позмінним успіхом України, хоча за період 2018-2019 року спостерігається погіршення показників. Стійкий прогрес країни відображає Індекс простоти ведення бізнесу, який показує позитивні результати змін в Україні: країна зросла зі 137 антирекордного місця у 2003 до 71 місця у 2019 році.

В Україні частка промислових підприємств, які впроваджують новітні технології, за даними Держстату України [6], склала у 2018 році 15,6 %, а найбільшого свого значення показник досягнула у 2016 році – 16,6%. Також саме у 2016 було впроваджено найбільше нових технологічних процесів і виробництв інноваційних видів продукції за період з 2000 по 2018 рр. (рис. 3).

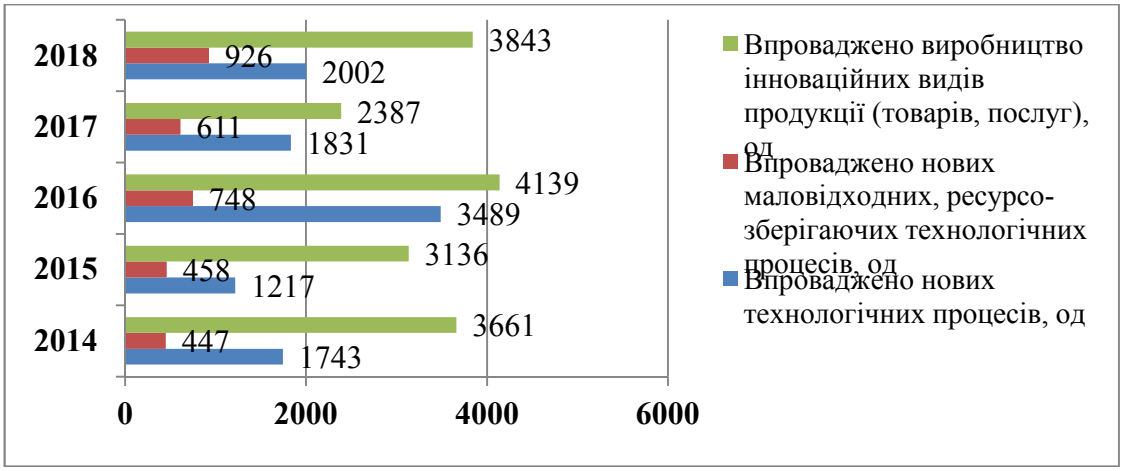


Рис. 3. Впровадження інновацій на промислових підприємствах України у 2014-2018 рр. (побудовано за даними Державної служби статистики [6])

Представлені дані на рис. 3 свідчать про те, що відбувається повільні зміни на шляху впровадження нових технологій, особливо матеріало- та енергозберігаючих, які не відповідають у достатній мірі потребам сучасного етапу розвитку країни.

У середньому за період з 2014 по 2018 рік частка інноваційно-активних підприємств складала майже 15%. Для порівняння, за даними Євростату [7], в ЄС близько половини підприємств (51%) повідомили про інноваційну діяльність протягом 2014-2016 років, що перевищує український показник у 3,3 рази. У період 2014-2016 років найнижчі частки підприємств з інноваційною активністю були зафіксовані у Румунії – 10%, Польщі – 22%, Болгарії та Угорщині 27% та 29% відповідно.

Отже, існуючий фінансовий механізм стимулювання інноваційної діяльності Україні є достатньо пасивним, що струмує покращення економічних показників України та її інтеграцію у європейське економічне співтовариство. Спостерігається з 2007 по 2018 рік зменшення частки обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств з 6,7% до 0,8%, що відображає низьку результативність інноваційної діяльності.

На основі проведеного дослідження, стан інноваційної діяльності в Україні важко вважати задовільним, що активізує потребу досліджень з цієї теми.

Врахувавши значний позитивний досвід країн-членів ЄС на шляху інноваційного розвитку, Україна має розробити для вітчизняних підприємств для досягнення конкурентного статусу європейських компаній державні програми, що повинні мати наступні стратегічні цілі: виведення на новий рівень якості науково-дослідної бази, розвиток промислових та високоефективних технологій, вирішення соціально-економічних питань. За час співпраці з 2015 року Україна отримала від Європейського Союзу, а також від країн-членів ЄС близько 18 млрд євро допомоги [6], що свідчить надійність європейських партнерів, які виступають країнами-донорами в частині залучення ресурсів щодо реформування широкого спектру сфер соціально-економічного розвитку України та євроінтеграції. Станом на зараз пріоритетними секторами співпраці між обома сторонами залишаються економічний розвиток і торгівля, урядування та громадянське суспільство, енергетика та енергоефективність, соціальна інфраструктура та послуги, транспорт та інфраструктура, аграрний сектор, банківський та фінансовий сектор, національна безпека та оборона, комунікації та ІКТ, відновлення Донбасу та ВПО, охорона здоров'я, ядерна безпека [7].

Висновки. Для України, яка знаходиться під впливом глобальних тенденцій і перебуває в пошуку свого шляху, запорукою сталого економічного розвитку в сучасних ринкових умовах при безперервному зростанні потреб споживачів та конкурентній боротьбі за кращу позицію на ринку має стати забезпечення інноваційної орієнтації

підприємств, що сприяє зростанню країни по інтенсивному шляху у довгостроковій перспективі. Проведений аналіз свідчить, що уряд крани здійснює певні реформи, що покращують стан інноваційної діяльності, але поки що перехід до інноваційної моделі сталого розвитку здійснюється повільними темпами.

Список використаних джерел:

1. Валовий національний дохід на душу населення 2018 року, метод Атласу та PPP – Світовий банк [Електронний ресурс] /. – Режим доступа: https://databank.worldbank.org/data/download/GNIPC.pdf
2. Глобальний індекс інновацій (ГИИ) 2019: створення здорового життя – майбутнє медичних інновацій – Глобальний індекс інновацій [Електронний ресурс] /. – Режим доступа: https://www.globalinnovationindex.org/Home
3. Це найбільш інноваційні країни світу – Блумберг [Електронний ресурс] /. – Режим доступа: https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-01-22/germany-nearly-catches-korea-as-innovation-champ-u-s-rebounds
4. Звіт про глобальну конкурентоспроможність – Всесвітній економічний форум [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
5. Індекс простоти ведення бізнесу – Група Світового банку [Електронний ресурс] /. – Режим доступа: https://espanol.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
6. Держстат України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/
7. Обстеження інновацій у громаді: останні результати – Євростат [Електронний ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190312-1

References (BSI)

1. "Gross national per capita income in 2018, Atlas and PPP method - World Bank", ["Valovyj nacional'nyj dohid na dushu naselennja 2018 roku, metod Atlasu ta PPP – Svitovyj bank"], [electronic resource] , available at: https://databank.worldbank.org/data/download/GNIPC.pdf
2. "Global Innovation Index (GII) 2019: Creating a Healthy Life - The Future of Medical Innovation - Global Innovation Index", ["Global'nyj indeks innovacij (GYY) 2019: stvorennja zdorovogo zhyttja – majbutnje medychnyh innovacij – Global'nyj indeks innovacij"], [electronic resource], available at: https://www.globalinnovationindex.org/Home
3. "These are the most innovative countries in the world - Bloomberg", ["Ce najbil'sh innovacijni krai'ny svitu – Blumberg"], [electronic resource] available at: https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-01-22/germany-nearly-catches-korea-as-innovation-champ-u-s-rebounds
4. "Global Competitiveness Report - World Economic Forum", ["Zvit pro global'nu konkurentospromozhnist' – Vsesvitnij ekonomichnyj forum"], [electronic resource], available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
5. "Ease of Doing Business Index - World Bank Group", ["Indeks prostoty vedennja biznesu – Grupa Svitovogo banku"], [electronic resource], available at: https://espanol.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
6. "State Statistics Committee of Ukraine", ["Derzhstat Ukrai'ny"], [electronic resource], available at: http://www.ukrstat.gov.ua/
7. "Community Innovation Survey: Recent Results - Eurostat", ["Obstezhennja innovacij u gromadi: ostanni rezul'taty – Jevrostat"], [electronic resource]., available at: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190312-1

Keywords: international indexes; state of innovative activity; The Global Innovation Index; Bloomberg Innovation Index; The Global Competitiveness Index; Ease of Doing Business Index.
Ключові слова: міжнародні індекси; стан інноваційної діяльності; Глобальний індекс інновацій; Індекс інновацій Блумберг; Глобальний індекс конкурентоспроможності; Індекс простоти ведення бізнесу.
Ключевые слова: международные индексы; состояние инновационной деятельности; Глобальный индекс *инноваций; Индекс инноваций Блумберг; Глобальный индекс конкурентоспособности; Индекс простоты ведения бизнеса.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/9f1649d58f364cec88ffc3d2855a483d

УДК 339.163.2

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА МАРІУПОЛЯ)

http://orcid.org/0000-0002-3815-019X
Любчук Ольга Костянтинівна, завідуюча кафедри туризму, д.держ. упр., професор, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Гривцова Олена Миколаївна, старший лаборант кафедри туризму, магістр, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

Olga Lyubchuk, Head of the Department of Tourism, Doctor of Science in State management, professor, SHEI «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol
Olena Hryvtsova, Senior Laboratory Assistant of the Department of Tourism, SHEI «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol

O. Lyubchuk, O. Hryvtsova. The problem of development of restaurant business in the context of world trends (on the example of the city of Mariupol).

The article describes the current problems and barriers to the development of the restaurant business in Ukraine. Prospects of development of the domestic market of restaurant services are shown. The world tendencies of development of restaurant business typical for Ukraine are presented. Global trends are determined on the basis of an analysis of the specialization of well-known restaurants in Europe and Japan. The development of gourmet tourism as a world trend is exemplified by the examples of the city of Mariupol. The tendency of development of national cuisine as a component of hospitality in the service sphere is considered. The basis of modern development of national cuisine is the introduction of the author's hospitality technologies. The author bases the author's hospitality technologies on the world principles of gastronomic culture. The features of national gastronomic culture of restaurant facilities have been analyzed. The given analysis was conducted on the basis of rating of establishments of restaurant economy of Ukraine. The characteristic principles of the domestic gastronomic culture of the restaurants are distinguished. These include the following principles: the principle of using local products, the principle of the availability of the author's cuisine, the principle of creative approach to cooking, the principle of having a seasonal menu, the principle of product quality on the "freshest" indicator, the principle of affordability in price policy; principle of application of high technologies in cooking. Features of Greek cuisine of restaurants are presented. The principles of Greek hospitality are systematized based on the analysis of its gastronomic culture. The principles of Greek gastronomic culture are defined: the principle of simplicity of cooking, the principle of quality of products according to the "freshest", the principle of using local products, the principle of achieving the diversity of flavors of national products, the principle of obligation of spices, the principle of meal time, the principle of family. The study found that the city of Mariupol is the spiritual, cultural center of the Azov Greeks. Features of the national cuisine of the Azov Greeks are presented in the restaurants of the city of Mariupol. There are differences between the Greek gastronomic culture and the gastronomic culture of the Azov Greeks. The stated conditionality of these differences is the historical, cultural and climatic features of the development of Greek national cuisine in the restaurants of the city of Mariupol.

Любчук О. К., Гривцова О. М. Проблема розвитку ресторанного бізнесу в контексті світових тенденцій (на прикладі міста Маріуполя).

У статті зазначено сучасні проблеми та бар'єри розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Показано перспективи розвитку вітчизняного ринку ресторанних послуг. Представлено світові тенденції розвитку ресторанного бізнесу характерні для України. Світові тенденції визначені на основі аналізу спеціалізації відомих ресторанних закладів Європи та Японії. Конкретизовано розвиток гурман-туризму як світової тенденції на прикладах міста Маріуполя. Розглянуто тенденцію розвитку національної кухні як складової гостинності в сфері обслуговування. Основою сучасного розвитку національної кухні визначено впровадження авторських технологій гостинності. Відзначено базування авторських технологій гостинності на світових принципах гастрономічної культури. Проведено аналіз особливостей національної гастрономічної культури закладів ресторанного господарства. Даний аналіз проводився на основі рейтингу закладів ресторанного господарства України. Виокремлені характерні принципи вітчизняної гастрономічної культури закладів ресторанного господарства. До них віднесено наступні принципи: принцип використання місцевих продуктів, принцип наявності авторської кухні, принцип творчого підходу до приготування страв, принцип наявності сезонного меню, принцип якості продуктів за показником «найсвіжіше», принцип доступності в ціновій політиці; принцип застосування високих технологій в

© ***O. Lyubchuk, O. Hryvtsova / Любчук О. К., Гривцова О. М., 2019***

кулінарії. Представлено особливості грецької кухні закладів ресторанного господарства. Систематизовано принципи грецької гостинності на основі аналізу її гастрономічної культури. Принципами грецької гастрономічної культури визначено: принцип простоти приготування, принцип якості продуктів за показником «найсвіжіше», принцип використання місцевих продуктів, принцип досягнення різноманіття смаків національних продуктів, принцип обов'язковості спецій , принцип часу трапези, принцип сімейності. В дослідженні констатовано, що місто Маріуполь є духовним, культурним центром греків Приазов'я. Особливості національної кухні греків Приазов'я представлені в ресторанних закладах міста Маріуполя. Відзначено відмінності між грецькою гастрономічною культурою та гастрономічною культурою греків Приазов'я. Констатована обумовленість даних відмінностей історичними, культурними та кліматичними особливостями розвитку грецької національної кухні в ресторанних закладах міста Маріуполя.

***Любчук О. К. , Гривцова О. М. Проблема развития ресторанного бизнеса в контексте мировых тенденций (на примере города Мариуполя)**.*

В статье выделены современные проблемы и барьеры развития ресторанного бизнеса в Украине. Показаны перспективы развития отечественного рынка ресторанных услуг. Представлены мировые тенденции развития ресторанного бизнеса характерны для Украины. Мировые тенденции определены на основе анализа специализации известных ресторанных заведений Европы и Японии. Конкретизированы развитие гурман-туризма как мировой тенденции на примерах города Мариуполя. Рассмотрены тенденции развития национальной кухни как составляющей гостеприимства в сфере обслуживания. Основой современного развития национальной кухни определено внедрение авторских технологий гостеприимства. Отмечено базирования авторских технологий гостеприимства на мировых принципах гастрономической культуры. Проведен анализ особенностей национальной гастрономической культуры заведений ресторанного хозяйства. Данный анализ проводился на основе рейтинга заведений ресторанного хозяйства Украины. Выделены характерные принципы отечественной гастрономической культуры заведений ресторанного хозяйства. К ним отнесены следующие принципы: принцип использования местных продуктов, принцип наличии авторской кухни, принцип творческого подхода к приготовлению блюд, принцип наличии сезонного меню, принцип качества продуктов по показателю «свежее», принцип доступности в ценовой политике; принцип применения высоких технологий в кулинарии. Представлены особенности греческой кухни заведений ресторанного хозяйства. Систематизированы принципы греческого гостеприимства на основе анализа ее гастрономической культуры. Принципами греческой гастрономической культуры определены: принцип простоты приготовления, принцип качества продуктов по показателю «свежее», принцип использования местных продуктов, принцип достижения многообразие вкусов национальных продуктов, принцип обязательности специй, принцип времени трапезы, принцип семейственности. В исследовании констатировано, что город Мариуполь является духовным, культурным центром греков Приазовья. Особенности национальной кухни греков Приазовья представлены в ресторанных заведениях города Мариуполя. Отмечено различия между греческой гастрономической культурой и гастрономической культурой греков Приазовья. Констатирована обусловленность данных различий историческими, культурными и климатическими особенностями развития греческой национальной кухни в ресторанных заведениях города Мариуполя.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з науковими та практичними завданнями. В сучасних теоретичних дослідженнях систематизовані проблеми та бар'єри розвитку ресторанного бізнесу в Україні, зокрема: кризові соціально-економічні явища в усіх сферах економіки; військові дії в країні; відсутність спеціальних програм підтримки галузі та розвитку малого бізнесу у сфері готельно-ресторанного обслуговування; низька якість національної сировини; зниження доходів та купівельної спроможності населення; зростання цін та інфляції; збільшення вартості споживчого кошика на основі підвищення витрат за комунальні послуги; перехід ресторанних послуг до статті необов'язкових витрат сім'ї; низький рівень інформатизації ресторанного бізнесу серед населення, проблема якості обслуговування та інші. Відповідно до світових тенденцій сучасна економіка в Україні стає економікою «вражень», що впливає як на потреби сучасних туристів, так і на вимоги щодо прояву гостинності в сфері обслуговування.

Вважаємо, що розвиток внутрішнього та міжнародного туризму в Україні передбачає вирішення ряду проблем, серед яких:

- проведення досліджень щодо виявлення перспектив розвитку вітчизняного ресторанного бізнесу;

- виокремлення світових тенденцій щодо розвитку закладів ресторанного господарства в Україні;

- розробка нових концептуальних підходів щодо розвитку гостинності в сфері обслуговування на основі залучення закордонного досвіду;

- визначення можливості для реалізації інноваційних підходів в сфері обслуговування для створення нових туристичних центрів в Україні;

- розвиток інфраструктури сфери обслуговування на рівні європейських стандартів.

Зміни в потребах сучасних споживачів туристичних послуг обумовлюють необхідність вивчення «гостинності» як сучасного впливового феномену для зростання суб'єктивної задоволеності життям, тому дослідження гурман-туризму як світової тенденції та її наслідків: глибокої сегментації національної кухні, розробка популярних гастрономічних турів, створення та впровадження інновацій, нових концепцій, підходів щодо розвитку ресторанного бізнесу є актуальним та затребуваним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які опирається автор. Вважаємо, що проблеми розвитку ресторанного бізнесу в Україні достатньо повно представлені в роботах С.Мельниченко, І Присакар [1]; тенденції розвитку ресторанного господарства в працях Л.Гірняк, В.Глагола [2], Л.Іваншиної [3]; теоретико – концептуальними засадами вивчення гастрономічної культури як складової гостинності сфери обслуговування можуть бути теоретичні розробки В.Буреги, О.Любчук щодо психології ринку та споживача [4]; теоретичний аналіз О.Любчук, В.Луньова особливостей поведінки споживачів [5]; результати вивчення О.Любчук, А.Нуцубідзе, А.Свічкарьової неповторності гостинності як туристичної «пам'ятки» сучасної Іверії [6]; систематизація досліджень В. Бурегою щодо неповторності українського менталітету[7]; з'ясування особливостей грецької гастрономічної культури та національної кухні [8].

Виділення невирішеної проблеми, якій присвячується стаття. На сьогодення невирішеною проблемою є вивчення гурман-туризму як світової тенденції та його особливостей, розробка складових гостинності, зокрема гастрономічної культури, її принципів та особливостей характерних для греків Приазов'я.

Мета статті полягає у з'ясуванні розуміння проблем розвитку ресторанного бізнесу та перспектив його розвитку в Україні відповідно до світових тенденцій; аналізу тенденції розвитку національної кухні як складової вітчизняної гастрономічної гостинності; виокремлення сучасних принципів гастрономічної культури та їх специфіки характерних для греків Приазов'я.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведений теоретичний аналіз проблеми розвитку ресторанного бізнесу в Україні дозволив визначити сучасні тенденції розвитку закладів ресторанного господарства, виокремити світову тенденцію розвитку національної кухні у вітчизняних туристичних центрах, зокрема м. Києві, м. Львові, м. Одесі, м. Харкові, м. Запоріжжі, м. Дніпрі; відзначити тенденцію злиття-поглинання; тенденцію появи нових брендів та перетворення існуючих; тенденцію надання послуг франчайзингу; тенденцію розвитку ринку кейтерингу; тенденцію втілення здорового способу харчування; тенденцію відкриття закладів харчування у форматі casual та інші.

В дослідженні О.Любчук, А.Нуцубідзе, А.Свічкарьової представлено новий підхід до гостинності гастрономічного туризму як туристичної, неповторної «пам'ятки». Так, отримані результати дозволили констатувати, що неповторність гостинності в сучасній Іверії стає туристичною «пам'яткою», яка приваблює все більшу кількість європейських туристів, незважаючи на наявність двох неврегульованих конфліктів у країні. Традиційна гостинність Іверії формує в іноземних туристів неперевершене перше враження від неповторної грузинської культури застілля (гастрономічної культури), яка базується на таких принципах, як: принцип прояву пошани до гостя; принцип задоволення потреби в повазі; принцип забезпечення безпеки гостя; принцип створення атмосфери оточення нових друзів та знайомих; принцип відтворення дитячих спогадів про «щасливе» дитинство в колі родичів та батьків; принцип актуалізації потреби пізнання нового

досвіду спілкування; принцип задоволення культурних потреб; принцип реалізації потреби самоактуалізації від відкриття власних здібностей «співати», «танцювати», «слухати», бути «співрозмовником»; принцип реалізації можливостей ставати бажаним гостем в такій далекій та водночас вже рідній Іверії.

Водночас заслуговує на увагу те, що в ситуаціях гостинності всі перші тости та найкращі місця за столом - теж для них. На другому (а часто і на першому) місці після друзів та близьких родичів виявиться гість. Особливого етикету за столом немає. Головним є не перебивати тамаду, надавати зустрічні знаки уваги господареві та його родині та «робити як всі». Таким чином, складовими грузинської гостинності є національна культура гостя, грузинська гастрономічна культура та відповідність поведінки гостей місцевим традиціям [6].

«Гостинність» як поняття було введено в сферу обслуговування європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів. Гостинність визначається як система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей сфери обслуговування [9]. На сучасному етапі індустрія гостинності включає різні сектори економіки, в тому числі сферу послуг.

Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад [10]. Так, до закладів ресторанного господарства відносять ресторани, бари, їдальні, кафе, закусочні. Послуги, що надаються споживачам на підприємствах ресторанного господарства, визначаються як: послуги харчування; послуги з виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів; послуги з організації споживання і обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції; послуги з організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги та ін. Ресторан є підприємством ресторанного господарства з широким асортиментом страв складного приготування, включаючи замовлені і фірмові, винно-горілчані, тютюнові і кондитерські вироби, з високим рівнем обслуговування в поєднанні з організацією дозвілля. Залежно від якості послуг, що надаються, рівня і умов обслуговування вони поділяються на класи: «люкс», «вищий», «перший». Деякі ресторани спеціалізуються на приготуванні страв національної кухні та кухні певних країн.

Закусочна або шинок є підприємство ресторанного господарства з обмеженим асортиментом страв нескладного приготування для швидкого обслуговування споживачів. Послуги закусочної залежать від спеціалізації, як за асортиментом реалізованої продукції загального типу, так за спеціалізацією надання послуг: сосисочні, пельменні, млинцеві, пиріжкові, пончикові, шашличні, чайні, піцерії, гамбургерні, вареничні, чебуречні та ін. Спеціалізовані підприємства при інтенсивному навантаженні мають більш високі економічні показники, ніж підприємства універсального типу, оскільки оборотність посадочних місць може бути вищою, ніж в інших підприємствах. Тут більш повно задовольняють потреби відвідувачів певною продукцією [11].

Проведений теоретичний аналіз дозволив констатувати, що гастрономічна культура розуміється неоднозначно, зокрема як: знання національної кухні і створення таких умов, що приносять задоволення гостям та дохід власнику; отримання певного гастрономічного досвіду, частиною якого є спілкування відвідувачів з шеф-кухарем, та насолодження від оригінальних і смачних страв; знайомство з «шедеврами» національної місцевої кухні, кулінарними традиціями краю, які нерозривно пов'язані з його історією; ознайомлення з національною кухнею на основі певних принципів, які є для даного ресторанного закладу сенсоутворюючими в побудові власної (авторської) технології гостинності.

На основі вивчення спеціалізації відомих ресторанних закладів світу були виділені наступні принципи національних кухонь:

- принцип гармонії (наприклад, гармонії з природою, гармонії класичного стилю та модерну);

- принцип контрасту (наприклад, контраст оформлення: стіни та підлоги, які є насиченого оранжевого кольору, добре відтіняють білі меблі і повітряні скатертини та темні дубові полиці зі свічками і м'який жовтуватий світло; контраст текстур з ароматом, зберігаючи істину продукту);

- принцип новизни (наприклад, авангардна кухня, яка вражає, починаючи від несподіваних смакових поєднань і закінчуючи яскравим оформленням страв);

- принцип позитивної атмосфери (наприклад, уже при вході достаток квітів і світла, що мимоволі зігріває, а у середині ресторану багато пастельного рожевого кольору, ще більше квітів і старовинних чорно-білих фото та ін.);

- принцип традицій (наприклад, з початку свого відкриття ресторан шанує свої традиції - використовувати для приготування тільки свіжі продукти);

- принцип оригінальності (наприклад, у стравах японської кухні зберігається оригінальний смак і все готується безпосередньо перед подачею до столу або, навіть, під час їжі; використання крім загальновідомих інгредієнтів безліч дикорослих рослин);

- принцип «зірковості» або гастрономічного визнання (наприклад, згідно ресторанному путівнику «Мішлен», 173 токійських ресторанів отримали зірки Мішлен, з них: 11 ресторанів отримали вищу оцінку - 3 зірки);

- принцип спеціалізації (наприклад, Суші-уа - ресторани, які спеціалізуються на суші; Kaiten-zushi - ресторани суші, де страви суші представлені клієнтам на стрічковому конвеєрі; Soba-уа і рамен-я спеціалізуються на стравах з локшини);

- принцип вишуканості екстремального смаку (наприклад, ресторани Fugu – ресторани, в яких подаються страви з риби Фугу, яка містить смертельну отруту в органах);

- принцип широкого асортименту (наприклад, Izakaya - ресторани, де пропонують безліч страв маленькими порціями, таких як robata (смажена їжа), салати, різні закуски,. тут можна спробувати практично всі страви японської кухні);

- принцип родини (наприклад, сімейні ресторани пропонують безліч західних, китайських і японських страв з великим вибором на будь-який смак);

- принцип комплексності (наприклад, пропонуються комплексні обіди та вечері);

- принцип стилю (наприклад, ресторани «японської вишуканої кухні», де застосовується вдосконалений стиль кулінарії, пов'язаний з церемонією чаю, який підкреслює такі поняття, як простота та елегантність).

Для сучасного етапу розвитку закладів ресторанного господарства в Україні характерним є подальша їх спеціалізація, яка знаходить своє відображення в назвах: гастрономічний, грузинський, гуцульський, український, французький, італійський, іспанський, китайський, японський, європейський, азіатський, рибний, авторський та ін.

Знання про нашу національну кухню часто обмежуються лише пиріжками, варениками та борщем, які готують в більшості місць без будь-якого натяку на унікальність. Саме тому Україна досі асоціюється в основному з сільською кухнею.

Щорічно останнім часом в Україні складається путівник найкращих ресторанів країни, який на відміну від рейтингів популярного ресурсу Trip Advisor, не базується на результатах інтерв'ю звичайних відвідувачів закладів, а на основі опитування фахівців: переважно рестораторів, гастроблогерів, ресторанних критиків, які не мають права голосувати за свої заклади. Тому даний путівник представляє ,насамперед, ресторани, які можуть надавати гастрономічне задоволення: враховується якість їжі,сервіс, атмосфера. Згідно даному рейтингу «ТОП-100 найкращих ресторанів України» у 2018 році лідером списку за наявністю «гастрономічних» ресторанів став Київ з 41 рестораном, потім Одеса з 14 ресторанами, Львів з 12 ресторанами. Також такі ресторани наявні в таких містах та селах:

- «Буковель», «Грибова Хата», «Курінь» - с. Поляниця Івано-Франківської області;
- «Marani» - м. Вінниця;
- «Artist», «Bartofish», «Puri Chveni»та ін. - м. Дніпро;

- «Butcher and Wine» - м.Запоріжжя та ін. [12].

До головних особливостей національної гастрономічної культури ресторанів, зокрема гастрономічних, можна віднести характерні принципи її творення: принцип використання місцевих продуктів; принцип наявності авторської кухні; принцип творчого підходу до приготування страв; принцип наявності сезонного меню; принцип якості продуктів за показником «найсвіжіше»; принцип доступності в ціновій політиці; принцип застосування високих технологій в кулінарії, в тому числі молекулярних.

Подальший розвиток ресторанного бізнесу в Україні, зокрема гастрономічних ресторанів, передбачає підготовкиу кухарів та сомельє, а також формування вітчизняної гастрономічної культури. Проведений аналіз національної грецької кухні дозволив виділити наступні її особливості, які базуються на таких принципах:

- принцип простоти приготування (традиційна грецька кухня використовує прості страви. Найбільш розповсюдженими є закуски з йогуртом, салати, супи, рибні страви та страви з морських продуктів, які доступні в цьому регіоні);

- принцип якості продуктів за показником «найсвіжіше» (свіжість продуктів досягається особливостями розвитку інфраструктури сфери обслуговування. Специфікою розвитку інфраструктури є те, що функціонують невеликі заводи, цехи з виготовлення сирів та інших високотехнологічних (екологічних) продуктів);

- принцип використання місцевих продуктів (зокрема, оливкова олія; національні страви готуються не на привізних продуктах, а на вирощених в даній місцевості);

- принцип досягнення різноманіття смаків національних продуктів (так як переробка оливок на місці не порушує їх смаку, на який впливає клімат (рівнини чи гори), температура повітря та інші кліматичні умови);

- принцип обов'язковості спецій (в національній кухні застосовуються різноманітні трави та пряності, які використовуються в приготуванні страв більш часто у порівнянні з іншими середземноморськими країнами. Вважають, що греки шеф-кухарі можуть знайти застосування в кулінарії майже будь – якій горній пряності);

- принцип часу трапези (в зв'язку з спекотним кліматом, який є характерним для країни: вранці їдять мало, обід не раніше 14 годин, вечеря після 21 години).

- принцип сімейності (особливістю грецької гостинності є збиратися всією сім'єю за обідом, вечерею. Спілкування, створення родинної атмосфери, яка об'єднує, сприяє зняттю напруженості, втоми. Цьому сприяє те, що на столі присутні різноманітні страви на будь-який смак і кожний член родини може вибрати собі страву до душі).

Місто Маріуполь вважається духовним та культурним центром греків Приазов'я, що знаходить своє відображення в грецькій гастрономічній культурі міста. Неповторність грецької кухні як складової гастрономічної культури представлена в ресторанних закладах міста, зокрема: ресторан «Еллада»; ресторан «Акрополіс»; кафе «Сиртакі»; кафе «Ілюс».

Національна кухня греків Приазов'я яскраво та комплексно представлена в ресторані «Еллада», який розташований в центрі міста Маріуполя. Гостей ресторану ще на вході вражає прояв гостинності, яка базується на принципах гармонії та створення позитивної атмосфери, що відображається в поєднанні: архітектурних рішень, котрі характерні для давньогрецьких споруд; штучно створених куточків ландшафту; внутрішнього інтер'єру; традиційних страв грецької кухні в авторському виконанні.

Елегантність інтер'єру ресторану «Еллада» розкривається в пастельних відтінках та оформленні в сучасному стилі, що гармонійно поєднується з грецькими елементами декору. Найбільшою популярністю серед маріупольців та гостей міста користуються страви національної грецької кухні, серед яких: «Грецький» салат та чебуреки в авторському виконанні. Крім ресторану «Еллада», популярністю серед маріупольців та гостей міста користується ресторан «Акрополіс». Даний ресторан приваблює гостей своєю концепцією гостинності, яка базується на таких принципах, як: принцип якості продуктів за показником «найсвіжіше»; принцип наявності авторської кухні; принцип створення позитивної атмосфери; принцип сімейності.

Кафе «Сиртакі» та кафе «Ілюс» приваблюють гостей своєю гостинністю, яка базується на принципі використання місцевих продуктів; принципі доступності в ціновій політиці; принцип наявності авторської кухні (чебуреки з м'ясом та чорносливом, чебуреки з м'ясом та сиром, чебуреки з м'ясом та грибами, чебуреки з сиром, чебуреки з сиром та грибами, чебуреки з сиром та креветками, чебуреки з сиром та мідіями, чебуреки з сиром та шинкою, чебуреки з сиром, копченою куркою та ананасом, чебуреки з сьомгою, чебуреки з сьомгою та сиром, чебуреки з шоколадом, чебуреки з шоколадом та чорносливом та ін..), принципі наявності сезонного меню (чебуреки з м'ясом, сиром та помідорами, чебуреки з яблуками та чорносливом, чебуреки з яблуками та курагою, чебуреки з яблуками та клюкою, чебуреки з полуницею, чебуреки з чорною смородиною, чебуреки з вишнею)та ін. Для досягнення успіху в реалізації гостинності кожний із ресторанних закладів додатково використовує інші принципи гастрономічної культури.

Висновки та пропозиції. Проведений теоретичний аналіз дозволив виявити сучасне розуміння сутності поняття «гастрономічна культура». Було виявлено неоднозначність розуміння даного поняття. Один із підходів щодо сутності гастрономічної культури базується на розумінні, що складовою гостинності є гастрономічна культура, яка базується на її принципах. Дане дослідження виокремило принципі гастрономічної культури, які характерні для всесвітньовідомих ресторанних закладів. Також в процесі дослідження було констатовано, що для сучасного етапу розвитку закладів ресторанного господарства в Україні характерним є їх подальша спеціалізація, розвиток технологій гостинності, які базуються як на світових принципах, так і на врахуванні національних та місцевих традицій. В основі розвитку грецької гастрономічної культури міста Маріуполя покладено як базові принципи гастрономічної культури Греції, так і світові принципи гастрономічної культури ресторанних закладів. Специфіка гастрономічної культури греків Приазов'я базується на принципі використання місцевих продуктів, принципі наявності авторської кухні та принципі наявності сезонного меню. Представлені результати потребують подальших досліджень на основі моніторингу та розробки спеціального діагностичного інструментарію.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко С.В., Присакар І.І. Ресторанний бізнес в Україні: перспективи чи втрачена вигода. Економічний простір. № 97. 2015. С. 101-116

2. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан перспектив та тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та управління підприємствами. № 16. 2018. С.71-77

3. Іваншина Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. Економіка і суспільство. № 14. 2015. С.597- 600.

4. Бурега В. В., Любчук О. К. Економічна психологія в схемах та таблицях: навчально – методичний посібник. Донецьк: ДонДАУ,2003. 63 с.

5. Любчук О.К., Луньов В.Є. Психологія розвитку та особистості споживача для сфери туризму: навч.посібник. Маріуполь: ПДТУ, 2015. 223 с.

6. Любчук О., Нуцубідзе А, Свічкарьова А. Неповторність гостинності як туристична «пам'ятка» сучасної Іверії. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип. 46. С.34-36.

7. Бурега В.В. Социально-адекватный менеджмент: монография. Киев: Ин-т социологии НАН Украины, 2000. 379с.

8. Гастрономічні ресторани. Електронний ресурс. Режим доступа https://businessvisit.com.ua/blog/10-luchshih-restoranov-frantsii-poluchivshih-zvezdu-mishlena/ (Дата обращения 24.07.2019).

9. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368с. [Електронний ресурс] https://tourism book.com/pbooks/book 61/ua/chapter 2340/

10. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: учебник; пер. с англ. Н.Н. Михайлова. Москва : ЮНИТИ, 1999. 464 с.

11. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос»,2007. 280с.

12. ТОП-100 лучших ресторанов Украины. Електронний ресурс. Режим доступа: Електронний ресурс. Режим доступа https://nv.ua/project/best-restaurants-40003549.html (Дата обращения 24.07.2019).

References:

1. Melnichenko S.V., Prisakar I.I., (2015), Restaurant business in Ukraine: prospects or lost profits. Economic space. No. 97, pp.101-116

2. Girnyak L., Glagola V. (2018), The current state of prospects and tendencies of development of restaurant industry in Ukraine. Business Economics and Management. No. 16. pp. 71-77

3. Ivanshina L. Prospects for the development of the restaurant business as a component of the hospitality industry. Economy and society. № 14.2015. pp.597-600.

1. Burega V.V., Lubchuk O.K. (2003),. Economic psychology in the schemes and tables: educational and methodical manual. Donetsk: DonNUA, 63 p.

2. Lyubchuk O.K., Lunyov V.Ye. (2015), Psychology of development and the consumer's personality for the sphere of tourism: educational guide. Mariupol: PSTU, 223 p.

3. Lyubchuk O., Nutsubidze A, Svichkareva (2019), A. The uniqueness of hospitality as a tourist "monument" of modern Iberia. Materials of the International Scientific and Practical Internet Conference "Trends and Prospects for the Development of Science and Education in Conditions of Globalization": Zb. sciences works Pereyaslav-Khmelnitsky, Vip. 46, pp. 34-36.

4. Burega V.V. (2000), Socially-adequate management: monograph. Kiev: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine,. 379p.

5.Gastronomic Restaurants. Electronic resource. available at: https://businessvisit.com.ua/blog/10-luchshih-restoranov-frantsii-poluchivshih-zvezdu-mishlena/ (Revised on July 24, 2019).

6. Krul G.Ya. (2011), Basics of hotel business. Teaching manual K.:Center for Educational Literature, 368p. [Electronic resource], available at: https://tourismbook.com/pbooks/book61/ua/chapter 2340/

7. Walker Dzh.R. (1999), Introduction to Hospitality: a textbook; per. from english N.N. Mikhailova Moscow: UNITI,. 464 p.

8. Arkhipov V.V. (2007), Organization of restaurant business: training. manual. K, Center for Educational Literature; Firm "Inkos", 280 p

9. TOP-100 best restaurants of Ukraine. Electronic resource. Mode of access: Electronic resource. available at: https://nv.ua/project/best-restaurants- 40003549.html (Revised on July 24, 2019).

Ключові слова: *ресторанний бізнес; світові тенденції; гурман-туризм; гостинність; Маріуполь; грецька гастрономічна культура*

Ключевые слова: *ресторанный бизнес; мировые тенденции; гурман-туризм; гостеприимство; Мариуполь; греческая гастрономическая культура*

Keywords: *restaurant business; world trends; gourmet tourism; hospitality; Mariupol; Greek gastronomic culture*

Рецензент: *Гончар В.В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування, ДВНЗ «ПДТУ», доктор економічних наук, професор*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/33bed7deb2914a51a535eed9d36b2858

УДК: 336.717.1

АНАЛИЗ ГЛОБАЛЬНОГО УРОВНЯ ГОТОВНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ К ИМПЛЕМЕНТАЦИИ КОНЦЕПЦИИ «OPEN BANKING»

https://orcid.org/0000-0002-8032-005X

Минц Алексей Юрьевич, заведующий кафедры финансов и банковского дела, д.э.н., доцент. Государственной высшее учебное заведение «Приазовский государственный технический университет» г. Мариуполь, e-mail: mints_a_y@pstu.edu, тел: +380679021436
https://orcid.org/0000-0001-5672-8189

Сиделев Павел Анатольевич, аспирант кафедры финансов и банковского дела, Государственной высшее учебное заведение «Приазовский государственный технический университет» г. Мариуполь, технический директор компании "TechFin UAB", Вильниус, Литва, e-mail: pavlo@sidelov.com, тел.: +380673140888

Aleksey Mints, head of Finance and Banking department, DSc (Economic Sciences). State Higher Educational Establishment «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol, e-mail: mints_a_y@pstu.edu, tel: +380679021436

Pavlo Sidelov, post-graduate, Finance and Banking department. State Higher Educational Establishment «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol, Chief Technical Director of "TechFin UAB", Vilnius, Lithuania, e-mail: pavlo@sidelov.com, phone: +380673140888

A. Mints, P. Sidelov. Analysis of the global level of the banking system readiness for the implementation of the open banking concept.

This research main goal is to give an a vision of current state of Electronic Banking with analysis of the modern state of Open Banking and Open application programming interface (API) initiative. The tectonic shifts in regulation from Central banks and governments digitalisation strategy required from financial institutions to became more technologically ready to comply with licensing. This face banks and financial institutions with a new type of technological challenges which recently wasn't part of regular banks routine and now banks should adopt. Different regions and countries have own regulations and strategies how banking and payments sector should adopt. For example, in Europe each bank must apply a numbers of new software services which was never available for third party companies before. It gives a boost to overall banking and payments software industry to meet the demand of the market. Many other developed countries also have own initiatives for the banking sector similar to PSD2 but with own perspective, timing for implementation and features lists. Standardization and unifications of API's and messaging between financial organization represented in ISO 20022 and main browsers integrated payments API also a huge step forward for integrators, service providers and software development teams. The results of this research represent current stage of readiness of banking and payment industry to new regulations requirements. Banks and Financial institutions must dramatically change their current business model and initiate completely new departments which makes bank more open from technological point of as never before. World wide size companies and organizations promote new financial messaging standards and API implementation on browser levels. With all of this, banks will become more "digital friendly" and new products and services from third party companies, in collaboration with banks, will fill in the market. Inside this research discovered different aspects of the current problems which banks usually faced during implementation and conclusions what they need to expect when such projects is initiated. The information inside this research gives readers detailed information about the most important aspects of the technical side of implementation and review of new standards and tools.

Мінц О.Ю., Сідельов П.А. Аналіз глобального рівня готовності банківської системи до імплементації концепції «open banking».

Мета даного дослідження - скласти уявлення про поточний стан електронного банкінгу в розрізі концепції Open Banking і відкритого інтерфейсу прикладного програмування (API). Перехід до стратегій цифровізації зажадав від фінансових установ впровадження нових технологій. На шляху до цього банки і фінансові установи зіткнулися з новим типом технологічних проблем, які не мали аналогів раніше. Різні регіони і країни розробляють власні правила і стратегії «open banking». Наприклад, в Європі все банки зобов'язані реалізувати положення директиви про платіжні послуги PSD2. Багато інші розвинені країни мають власні ініціативи для банківського сектора, аналогічні PSD2, але з власними термінами реалізації і списком функцій. Великим кроком вперед для інтеграторів, постачальників послуг і груп розробників програмного забезпечення є стандартизація та уніфікація обміну повідомленнями між фінансовими організаціями, представлена в ISO 20022. Дане дослідження показує поточний рівень готовності світової

© ***A.Mints, P.Sidelov / Минц А.Ю., Сиделев П.А., 2019***

банківської і платіжної системи до нових вимог. Банки і фінансові установи повинні кардинально змінити свою поточну бізнес-модель. Завдяки цьому банки стануть більш «дружніми до цифрових технологій», і на ринку з'являться нові продукти і послуги сторонніх компаній у співпраці з банками.

Минц А.Ю., Сиделев П.А. Анализ глобального уровня готовности банковской системы к имплементации концепции «open banking».

Цель данного исследования - составить представление о текущем состоянии электронного банкинга в разрезе концепции Open Banking и открытого интерфейса прикладного программирования (API). Переход к стратегиям цифровизации потребовал от финансовых учреждений внедрения новых технологий. На пути к этому банки и финансовые учреждения столкнулись с новым типом технологических проблем, не имевших аналогов ранее. Различные регионы и страны разрабатывают собственные правила и стратегии open banking. Например, в Европе все банки обязаны реализовать положения директивы о платежных услугах PSD2. Многие другие развитые страны имеют собственные инициативы для банковского сектора, аналогичные PSD2, но с собственными сроками реализации и списком функций. Большим шагом вперед для интеграторов, поставщиков услуг и групп разработчиков программного обеспечения является стандартизация и унификация обмена сообщениями между финансовыми организациями, представленная в ISO 20022. Данное исследование показывает текущий уровень готовности мировой банковской и платежной системы к новым требованиям. Банки и финансовые учреждения должны кардинально изменить свою текущую бизнес-модель. Благодаря этому банки станут более «дружественными к цифровым технологиям», и на рынке появятся новые продукты и услуги сторонних компаний в сотрудничестве с банками.

Постановка проблемы. В настоящее время банковские системы большинства стран уже успешно внедрили и используют дистанционное банковское обслуживание клиентов (Online banking). С его внедрением отпала необходимость физически посещать банк для использования основных банковских сервисов, что позволило многократно увеличить интенсивность банковских операций. В данный момент зарождается новый тип банкинга, так называемый Open Banking (в некоторых интерпретациях – Neo Banking), предполагающий, по сравнению с online-banking новые подходы в обслуживании клиентов и партнеров. Концепции, основанные на Open Banking, становятся стратегиями государств и целых экономических регионов. В этих условиях актуальность приобретают исследования, позволяющие перейти к продуктивному использованию новых технологий банковского обслуживания быстро и с минимальными затратами.

Анализ последних исследований и публикаций. Внедрение любой технологии должно быть хорошо проработано на всех уровнях – от верхнего, устанавливающего концептуальные положения, до нижнего, обеспечивающего реализацию конкретных деталей. Концепция Open banking и организационные аспекты перехода к этой идеологии обслуживания клиентов достаточно подробно рассматриваются в работах зарубежных исследователей К. Скиннера [1], Б. Кинга [2]. Концептуальное видение развития украинской банковской системы в условиях цифровизации платежных отношений отражено в документе НБУ под названием «Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року» [3]. На нижнем технологическом уровне внедрения Open banking установлены стандарты информационного обмена ISO20022 [4], а также ряд протоколов обеспечения безопасности операций (например, [5]). В то же время средний уровень, необходимый для обеспечения практической реализации Open banking в деятельности банков и других финансовых организаций в настоящее время практически не проработан.

Цель работы – раскрыть готовность банковской экосистемы к новым требованиям, описать имеющиеся проблемы и вызовы, указать на возможные новые модели ведения бизнеса и практические шаги которые банк может предпринять для внедрения концепции Open Banking в собственных организациях.

Результаты исследования. Развитие информационных и коммуникационных технологий, переход к информационному обществу и «Индустрии 4.0» привели к тому, что традиционная модель предоставления банковских услуг в настоящее время видится слишком консервативной. Это подтверждается и тем, что в последние годы активно развиваются технологии, эквивалентные традиционным банковским операциям, но

основанные на использовании современных программно-аппаратных средств. Среди них можно выделить криптовалюты, небанковские электронные платежные системы, краудфандинг и другие. Даже расчеты на небольшие суммы между физическими лицами зачастую осуществляются путем перевода денег или пополнения лицевых счетов мобильных операторов.

Концепцию Bank-as-a-Service, которая в настоящее время развивается и активно поддерживается стратегиями ведущих банков мира, а также всем FinTech сообществом, в данных условиях можно считать реакцией банков на изменившиеся условия ведения бизнеса. Глобальной целью этой концепции является преобразование банков из продуктовой компании в сервисную. Анализ проведенных в последние годы инициатив центральных банков развитых экономик мира позволяет сделать вывод, что концепция Bank-as-a-Service рассматривается ими, как будущее для всего банковского сообщества.

Рассмотрим основные нововведения. В настоящее время банк чаще всего предоставляет точный перечень услуг, наиболее распространенными из которых являются кредиты, депозиты, платежные карты, переводы, платежи и так далее. Но банк ограничен количеством существующих клиентов, привлеченных им самим. Если бы банк мог получать клиентов, которые ему могут быть предоставлены сторонними поставщиками / партнерами, то он теоретически и потенциально мог бы обслуживать значительно больше клиентов.

Например, банк может сотрудничать с оператором сотовой связи. При этом по договору каждому клиенту оператора связи, будет прозрачно открываться реальный банковский счет с банковской картой привязанной к счету оператора. Таким образом, оператор связи сможет автоматически предоставлять финансовые услуги, а не только услуги связи, а банк сможет обслуживать новых клиентов, которых у операторов связи в разы больше, чем у банков. Данный пример основан на реальном опыте Orange Bank, который телекоммуникационная компания Orange запустила в Европе, как раз для этой цели [7].

С точки зрения информационных технологий, ключевым пунктом реализации концепции Bank-as-a-Service является необходимость обеспечить «взаимопонимание» между информационными системами коммерческих банков и их потенциальных партнеров. Рассмотрим основные пути решения этой задачи.

1. Использование частных решений для каждой задачи.

Традиционный подход, используемый с тех времен, когда банкам приходилось лишь эпизодически сталкиваться с необходимостью предоставления доступа к банковской информационной системе (БИС) сторонним организациям. Для этого широко использовались файловые системы обмена реестрами и транзакциями. Файлы выгружались на центральный сервер, откуда потом скачивались для парсинга (parsing) данных и их последующей обработкой на принимающей стороне.

Этот крайне неэффективный способ взаимодействия несет в себе множество проблем:

1 - Блокировка операций во время обновлений

2 - Низкая цикличность обновлений

3 - Невозможность работать с данными в реальном времени

4 - Слабый контроль к доступу к данным.

5 - Структура данных чаще всего представляет собой .CSV или XML формат, которые не очень легко читаются и воспринимаются человеком.

К сожалению, этот способ обмена по прежнему практикуемся многими финансовыми организациями в силу инертности бюрократической машины и неготовности инвестировать в разработку новых систем с нуля, так как доработка имеющихся систем экономически нецелесообразна.

2. Использование стандартизованных открытых API

В настоящее время банки вынуждены переходить при решении рассматриваемых задач на использование различных API (Application Programming Interface), которые выступают в роли связующего звена между БИС и внешними информационными системами. Технологический рывок в сторону облачных решений и виртуализации инфраструктуры классических сервис провайдеров, произошедший после 2010 года, выделил разработку API для программных решений во главу архитектур всех программных продуктов. К настоящему времени используется такие технологии:

Протокол SOAP (Simple Object Access Protocol)

Развитие информационных технологий привело к появлению протоколов удаленного вызова процедур (RPC), а их дальнейшее развитие привело к популяризации протокола SOAP, который был изначально ориентирован на использование в корпоративном секторе и даже нес в себе некоторые элементы бизнес логики.

Недостатком этого подхода является сложность в имплементации со стороны разработчиков. Так, работа с SOAP-протоколами требуют наличия опыта и навыков работы с данными. Синтаксис SOAP сложен для восприятия для неспециалистов. Структура данных принятая в SOAP – XML, что влечет за собой сложность их непосредственного восприятия.

Технология REST (REpresentational State Transfer) и формат данных JSON (JavaScript Object Notation).

REST API – это новая технология, которая позволяет гораздо проще моделировать и воплощать компоненты API с точки зрения разработчика, потому как REST подразумевает собой использование классических понятий из объектного программирования типа CRUD - Create, Read, Update, Delete операций, с помощью глаголов GET, PUT, UPDATE, DELETE протокола HTTP. Таким образом, логика разработки клиентских приложений свелась к нескольким популярным стандартам и простому человекочитаемому формату обмена данными JSON. Именно простота разработки клиентских решений и гибкий формат данных привели к тому, что REST API стали основной парадигмой межсистемного взаимодействия в настоящий момент.

Таким образом, на настоящий момент в рамках концепции Bank-as-a-Service использование API является наиболее актуальным и эффективным вариантом. Именно с ним связано на уровне базовых определений понятие Open Banking – открытых банковских протоколов, которые позволяют сторонним разработчикам создавать приложения и сервисы вокруг финансового учреждения [8].

Open Banking подразумевает техническую и юридическую готовность банка обслуживать клиентов посредством технических протоколов. Под технической готовностью подразумевается доступность банковских сервисов и продуктов к взаимодействию с внешними системами по единым протоколам взаимодействия. Под юридической готовностью подразумеваются стандартные и открытые условия для взаимодействия всех типов технических провайдеров финансовых услуг разрешенных регулятором

Направление и понятие Open Banking довольно свежее. Анализ карты внедрения Open Banking в странах мира по состоянию на середину 2019 г., приведенной в [9] позволяет отметить, что внедрение Open Banking как бизнес-процесса активно началось только в ЕС. С одной стороны, это огромная ниша и растущая перспектива для стартапов и финансовых сервисов, но с другой – определенные опасения в перераспределении рынка и клиентов для банков, которые вынуждены начать сотрудничать с FinTech проектами или создавать свои собственные сервисы совместно с технологическими компаниями, чтобы сохранить бизнес.

Евросоюз, утвердил и уже активно имплементирует стратегию Open Banking в 2015 году в директиве PSD2 (European Payment Service Directive – Европейская директива о платежных услугах) [8]. США, Индия, Австралия активно проводят исследования.

Директива PSD2 должна была вступить в силу с 14 сентября 2019 года, но по ряду причин эта дата фактически перенесена на 2020 год.

Большая часть стран еще не представили своих стратегий по Open Banking. К ним относятся, в частности, весь Африканский регион и некоторые азиатские страны.

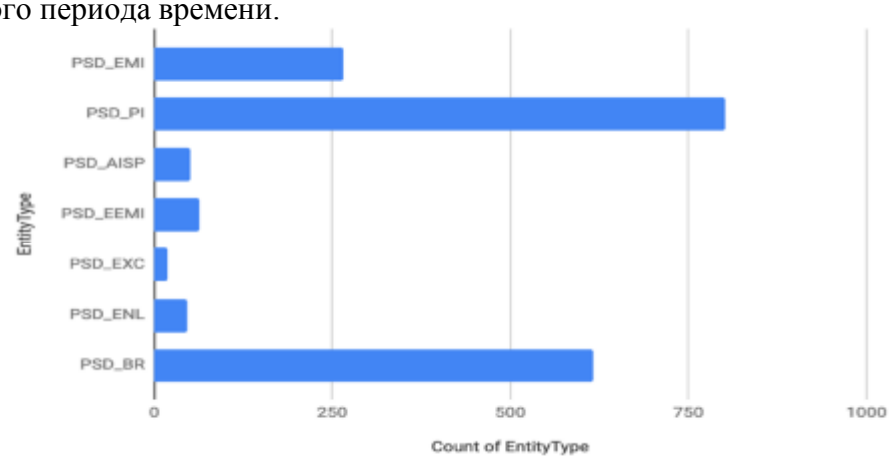
Директива PSD2 радикально меняет платежный рынок Европы, и стала толчком к изменениям в банкинге по всему миру. Поэтому её следует рассмотреть подробнее. Это единственная директива в мире, которая полностью описывает поведение участников онлайн-банкинга и операции между ними. Директива определяет стандарты, протоколы, безопасность, идентификацию клиентов и т. д.

Если ранее, разработчикам приложений или сервисов, которые должны взаимодействовать с абонентской базой определенного банка приходилось заключить соглашения с каждым банком в отдельности и адаптировать свои программные продукты под требования соответствующей БИС, то с внедрением PSD2 стало возможным использовать универсальный API.

В результате активных действий Европейского Центрального Банка (ЕЦБ), общее количество финансовых организаций, так или иначе готовых поддерживать PSD, к настоящему времени достигает 2000 (рис. 1).

Как видно из рис. 1, европейская банковская система действительно имеет высокий уровень готовности к внедрению Open Banking. Рассмотрим ситуацию в других странах.

За пределами ЕС Open Banking развивается в таких странах, как: Южная Корея, Австралия, Канада, Гонконг, Япония, Израиль, Мексика, Новая Зеландия, Сингапур. Это означает, что существуют конкретные программы правительства или центрального банка, которые включают в себя определенный набор функций, которые должны быть предоставлены банками, и цели, которые должны быть достигнуты в течение определенного периода времени.



PSD-PI: Payment institutions
PSD-BR: EEA branches
PSD-AISP: Account information service providers
PSD-EEMI: Exempted electronic money institutions
PSD-EMI: Electronic money institutions
PSD-ENL: Institutions entitled under national law to provide payment services
PSD-EXC: Service providers excluded from the scope of PSD2

Рис. 1. Удельный вес финансовых организаций различных типов в общем объеме. (разработано авторами на основании данных [10])

Отдельно рассмотрим опыт Гонконга и Сингапура – стран, которые разработали свои оригинальные стратегии реализации Open Banking.

Гонконг представил собственную Open API Framework. В отличие от европейской PSD2, эта структура вступает в силу не одновременно для всех участников, но имеет несколько этапов реализации. Так, фазы реализации идут от простого к сложному. Сначала - предоставить с помощью API возможность получать доступ к финансовым

продуктам, затем, например, доступ к балансу счета, после этого - инициирование исходящих транзакций и т.д.

Для банков легче приспособиться к этим фазам, потому что названные действия будут выполняться итерационно, небольшими шагами, а не весь, принципиально новый технологический PSD2 стэк как это требует Европа. Для многих европейских банков это большой стресс. Так, на середину 2019 года около 50% банков ЕС не готовы к PSD2, а начиная с 14.09.2019 за несоответствие PSD2 банки могут быть оштрафованы ЕЦБ.

Основное отличие от PSD2 в том, что модель в Гонконге более гибкая, она не устанавливает строгих требований, как PSD2, но в то же время выполняет все те же функции и обязательства. Модель Гонконга легче реализовать, но она задерживает реализацию на некоторый период времени из-за фаз. Каждый этап может занять несколько лет.

Сингапур, со своей стороны, разработал «Finance as a Service Playbook API», который был представлен в 2016 году [11]. Он состоит из 411 API, которые покрывают практически все, что может быть сделано в мире финансов. По сравнению с европейскими аналогами Berlin Group и Open Banking UK, этот набор API гораздо богаче и даже возможно избыточен. Но это говорит о более глубокой проработке вопроса нежели навязывание лишнего.

Само по себе внедрение Playbook API занимает гораздо больше времени, требует принятия, реализации и утверждения спецификаций, предусмотренных Playbook API. На 2017 год было выпущено 270 API и этот процесс продолжается. Самое важное отличие Playbook API от PSD2 - это мягкий, органичный подход к внедрению предусматривающий пошаговые действия: правительство определяет и утверждает определенное поведение API, а затем исполнители, подрядчики или финансовые операторы могут их реализовать.

Кроме перечисленных стран, существуют также примеры одиночных попыток реализации элементов Open Banking отдельными коммерческими банками. Однако такой путь связан с необходимостью преодоления ряда препятствий, среди которых [7]:

Техническая неготовность – Банки по определению являются финансовыми организациями, а не технологическими компаниями. Чаще всего они покупают необходимые программные продукты, далее внутренний IT-отдел или разработчики банка поддерживают и расширяют купленные продукты внутренними сервисами, что занимает большой срок.

Влияние регулятора – существуют жесткие требования со стороны центральных банков. Это требования к форматам отчетов, общим ограничениям, лимитам транзакций, правилам ведения клиентов или регистрации новых клиентов, списку необходимых документов, использованию специализированных баз данных и т.д.

Перегретый рынок труда квалифицированных специалистов – Банки и финансовые учреждения или финансовые стартапы часто сталкиваются с проблемой отсутствия на рынке необходимого профессионального персонала. Fintech в настоящее время является довольно горячей и дорогой сферой, и крупные компании (Paypal, Visa и т.д.) покупают уже существующих специалистов за любые возможные суммы.

Выводы: Внедрение Open Banking как бизнес-процесса активно началось только в Европе. За её пределами существуют одиночные реализации от банков, которые не зависят от национальной политики или регулятора, которые решили открыть свой API полагаясь на внутренние стратегии, тенденции рынка и рекомендации консультантов. Большинство стран мира еще даже не начали рассматривать стратегию Open Banking, но практически все страны из топ-20 экономик, уже имеют такую стратегию или она внедряется.

Украина в настоящий момент не готова к внедрению Open Banking ни технически ни юридически. Так, формат счетов IBAN был введен только в 2019 году. Только Приватбанк имеет подобную инфраструктуру и функциональность, что является скорее исключением из правил. При этом существует стратегия НБУ «2025» [3] которая

подразумевает собой радикальную реформацию, максимально приближаясь к PSD2 и Open Banking инициативам. Если НБУ удастся реализовать хотя, бы половину заявленных инициатив – это станет серьезным рывком вперед не только для банковской и платежной индустрии, но и для Украины в целом, включая физических лиц, бизнес, и финансовые организации.

Список використаних джерел

1. *Skinner Chris. Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank. Marshall Cavendish International Pte Ltd. 2014. 300 p.*
2. *King Brett. BANK 3.0 – Why Banking Is No Longer Somewhere You Go But Something You Do. Wiley publisher. 2012. 396 p.*
3. *Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy (дата обращения: 01.10.2019)*
4. *ISO 20022 Universal financial industry message scheme. URL: https://www.iso20022.org (дата обращения: 01.10.2019)*
5. *The FIDO Alliance Specification URL: https://fidoalliance.org/specifications/download/ (дата обращения: 01.10.2019)*
6. *Минц А.Ю. Ходова Я.А. Платежные системы Prepaid-саттелиты // Тезисы докладов международной научно-технической конференции «Университетская наука 2011» – Мариуполь: ПГТУ, 2011 с 309-311.*
7. *Sidelov P. The World Of Digital Payments: Practical Course (FinTech). Kindle Edition, 2018. 473 p.*
8. *Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32015L2366 (дата обращения: 01.10.2019)*
9. *Open Banking: Where Do We Stand? URL: https://www.epiphany.eu/open-banking-where-do-we-stand/ (дата обращения: 01.10.2019)*
10. *European Banking Authority – Risk analysis and data. URL: https://eba.europa.eu/risk-analysis-and-data/register-of-payment-and-e-money-institutions-under-psd2 (дата обращения: 01.10.2019)*
11. *ABS-MAS Financial World | Finance-as-a-Service: API PlayBook URL: https://abs.org.sg/docs/library/abs-api-playbook.pdf (дата обращения: 01.10.2019)*

References (BSI)

1. *Skinner Chris (2014) Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank. Marshall Cavendish International Pte Ltd. 2014. 300 p.*
2. *King Brett (2012) BANK 3.0 – Why Banking Is No Longer Somewhere You Go But Something You Do. Wiley publisher. 2012. 396 p.*
3. *Strategy for development of financial sector of Ukraine till 2025 [Stratehiia rozvytku finansovoho sektoru Ukrainy do 2025 roku]. available at: https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy*
4. *ISO 20022 Universal financial industry message scheme. available at: https://www.iso20022.org*
5. *The FIDO Alliance Specification available at: https://fidoalliance.org/specifications/download/*
6. *Mints A.Yu. Hodova Ya.A. (2011) Prepaid-satellite payment systems Platezhnye [sistemy Prepaid-sattelity]– Universitetskaya nauka 2011 – Mariupol. PSTU. 2011. – P. 309-311.*
7. *Sidelov P. (2018) The World Of Digital Payments: Practical Course (FinTech). Kindle Edition, 2018. 473 p.*
8. *Directive (EU) 2015/2366 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on payment services in the internal market. available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32015L2366*
9. *Open Banking: Where Do We Stand? available at: https://www.epiphany.eu/open-banking-where-do-we-stand/*
10. *European Banking Authority – Risk analysis and data. available at: https://eba.europa.eu/risk-analysis-and-data/register-of-payment-and-e-money-institutions-under-psd2*
11. *ABS-MAS Financial World | Finance-as-a-Service: API PlayBook. available at: https://abs.org.sg/docs/library/abs-api-playbook.pdf*

Keywords: *open banking; API; Bank-as-a-Service; bank; payment; payment system; Fintech.*
Ключові слова: *відкритий банкінг; API; банк як послуга; банк; платежі; платіжні системи; фінансові технології.*
Ключевые слова: *открытый банкинг; API; банк как услуга; банк; платежи; платежные системы; финансовые технологии.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*
Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/72b925f3614047dd98ef3a674fb5715f

УДК 330.322:339.138

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ЧАСТИНА МАРКЕТИНОВОЇ ПОЛІТИКИ ДИВЕРСИФІКОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

orcid.org/0000-0001-5238-0525

Калінін Олександр Володимирович, к. е. н., доцент, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, kalininandkalinin@gmail.com, +380966387474

Kalinin Oleksandr, Candidate of Economic Sciences, Associate professor, SHEI "Pryazovskyi State Technical University"

O. Kalinin. Technology investments as part of the marketing policy of diversified enterprises

The article deals with the current state of technological investments of companies in different industries, with special attention paid to companies operating in different fields. To determine the nature of technological investments, an analysis of the scientific works of scientists was conducted, which proved that technological investments can be the basis for strengthening economic potential. It can also be part of a marketing concept to attract not only traditional investors, but also part of venture capital funds for conglomerates, which covers research analytics for technology investments most diversified in its assets and revenues of publicly traded companies. The analysis of the most widespread industries in which venture capital investors' money is channeled is analyzed. It is concluded that technologies and technological investments aim to improve the development of the following economic categories, namely: to make organizational management more efficient; enhances other sectors of the economy (able to optimize processes, for example, the capabilities of the modern Internet have changed such an industry as retail, and also gave impetus to the development of the goods delivery industry); ability to influence macroeconomic indicators (investments in technology are usually made through public financing, also very often the method of interaction of teams from different countries has a positive impact on the foreign trade balance of the country, the opportunity to improve financial markets, the development of social initiatives (social habits can change, with the further development of technology , so today, thanks to technology development, tourism, ease of telecommunications have become very popular among all social groups , transparent social activity, accessibility of media content); regulatory procedures (today with the development of technologies, the possibility of controlling business over its activity increases, as well as facilitating social control of business, stimulating it to be more responsible), contributing to the globalization of socio-economic processes. the level of mutualism among individual companies and even industries across the globe. The areas of responsibility of the organization are identified, which should be addressed in if I make a decision about implementing technology in the business process.

Калінін О. В. Технологічні інвестиції як частина маркетингової політики диверсифікованих підприємств

В статті розглянуто сучасний стан технологічних інвестицій компаній різних галузей особливу увагу приділено компаніям, які діють у різних сферах. Для визначення сутності технологічних інвестицій було проведено аналіз наукових праць вчених, який довів, що технологічні інвестиції можуть бути базисом для зміцнення економічного потенціалу це також може бути частиною маркетингової концепції із залучення не тільки традиційних інвесторів, але і частини коштів венчурних інвесторів для конгломератів, яка охоплює дослідження аналітику технологічних інвестицій найбільш диверсифікованих у своїх активах та прибутках публічних компаній. Проведено аналіз найбільш поширених галузей технологій в які спрямовують гроші інвесторів венчурні фонди. Виведено, що технології та технологічні інвестиції мають на меті вдосконалювати розвиток наступних економічних категорій, а саме: робити організаційне управління більш ефективним; вдосконалює інші галузі економіки (здатні оптимізувати процеси наприклад можливості сучасного інтернету змінили таку галузь як роздрібна торгівля, а також дав поштовх до розвитку галузі доставки товарів); здатність впливати на макроекономічні показники (інвестиції у технології зазвичай виконуються через публічне фінансування, також дуже часто методом взаємодії команд із різних країн, що позитивно відображається на зовнішньо торгівельному балансі країни; можливість вдосконалювати фінансові ринки; розвиток соціальних ініціатив (соціальні звички здатні змінюватися, при подальшому розвитку технологій, так на сьогодні завдяки розвитку технологій стали дуже популярними серед всіх соціальних груп туризм, легкість телекомунікацій, прозорість соціальної активності, доступність медіа контенту); регуляторні процедури (на сьогодні із розвитком технологій підвищується можливість як контрольних можливостей бізнесу над своєю активністю, так само полегшується соціальний контроль бізнесу, що стимулює його бути більш відповідальним); сприяти глобалізації соціально – економічних процесів. (зростає рівень мючуалізму серед окремих компаній, та навіть галузей в межах всієї планети. Визначено зони відповідальності організації на які слід звернути уваги у випадку прийняття рішення про впровадження технологій у бізнес процесі.

© ***O. Kalinin / Калінін О. В., 2019***

Калинин А. В. Технологические инвестиции как часть маркетинговой политики диверсифицированных предприятий

В статье рассмотрено современное состояние технологических инвестиций компаний различных отраслей, особое внимание уделено компаниям, которые действуют в различных сферах. Для определения сущности технологических инвестиций, был проведен анализ научных трудов ученых, который доказал, что технологические инвестиции могут быть базисом для укрепления экономического потенциала. Это также может быть частью маркетинговой концепции по привлечению не только традиционных инвесторов, но и части средств венчурных инвесторов для конгломератов, которая охватывает исследования аналитику технологических инвестиций наиболее диверсифицированных в своих активах и доходах публичных компаний. Проведен анализ наиболее распространенных отраслей технологий, в которые направляют деньги инвесторов венчурных фондов. Выведено, что технологии и технологические инвестиции имеют целью совершенствовать развитие следующих экономических категорий, а именно: делать организационное управление более эффективным; совершенствует другие отрасли экономики (способные оптимизировать процессы, например возможности современного интернета изменили такую отрасль как розничная торговля, а также дал толчок к развитию отрасли доставки товаров); способность влиять на макроэкономические показатели (инвестиции в технологии обычно выполняются через публичное финансирование, также очень часто методом взаимодействия команд из разных стран положительно отражается на внешне торговом балансе страны, возможность совершенствовать финансовые рынки, развитие социальных инициатив (социальные привычки способны изменяться, при дальнейшем развития технологий, так сегодня благодаря развитию технологий стали очень популярными среди всех социальных групп туризм, легкость телекоммуникаций, прозрачной социальной активности, доступность медиа контента); регуляторные процедуры (сегодня с развитием технологий повышается возможность как контрольных возможностей бизнеса над своей активностью, так же облегчается социальный контроль бизнеса, стимулирует его быть более ответственным), способствовать глобализации социально - экономических процессов. (растет уровень мьючуализма среди отдельных компаний, и даже отраслей в пределах всей планеты. Определены зоны ответственности организации, на которые следует обратить внимание в случае принятия решения я о внедрении технологий в бизнес процессе.

Постановка проблеми. У сучасному світі існує величезна кількість прийомів і методів просування і реалізації товарів та послуг. Головним завданням будь-якого бізнесу є - задоволення потреб своїх клієнтів та акціонерів шляхом зміцнення свого економічного потенціалу та конкурентоспроможності. Однак, з кожним днем конкуренція між підприємствами загострюється та виникає необхідність використовувати все більш складні технології для вдосконалення маркетингового, фінансового та операційного рівня конкурентоспроможності організації.. Тому досить проблематичним є фінансові , маркетингові та операційні аспекти впровадження технології та інновацій у корпоративну структуру. Особливу увагу можна звернути на багатопрофільні підприємства, для яких на сьогодні в своїй більшості технологічні інвестиції були маркетингових засобом додаткового залучення інвесторів, але ці інвестиції все більш схильні домінувати в структурі портфелю їх активів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями в даному напрямку займаються Г.Федоров [1], Д. Шатирко [2], К. Хелман [3], Б Траск [4], Д. Ебуд [5] та ін., які провели фундаментальні дослідження в галузі сучасної науки і отримали видатні результати, що допомагають зрозуміти процес технологічних інновацій та яким чином технологічні інвестиції можуть бути базисом для зміцнення економічного потенціалу сучасних підприємств. Не зменшуючи значимість робіт, пов'язаних з вивченням особливостей технологічних інвестицій, слід зазначити, що існує багато теоретичних та практичних питань, які потребують подальшого дослідження, зокрема впровадження технологічних інвестицій у диверсифікованих підприємствах.

Мета статті. Метою дослідження є розробка теоретичних, методичних положень і практичних рекомендацій щодо впровадження інвестиції як частини маркетингової політики диверсифікованих підприємств.

Результати дослідження. В сучасних умовах глобального бізнесу вже недостатньо зробити частину бізнесу технологічною і очікувати позитивного результату для всієї організації. Компанії які на сьогодні мають найбільший рівень прибутку та капіталізації

вигідно роблять ринкові зміни, отримують новий досвід та нові продукти, інтегрують цифрові технології для досягнення вищої ефективності та зростання. Ці підприємства охоплюють зміни та використовують постійно правильні комбінації цифрових технології.

На сьогодні технології є одним із найважливіших факторів конкурентоспроможності підприємств різних форм власності та сфер діяльності. Диверсифіковані підприємства є однією із найпоширеніших способів ведення бізнесу у багатьох країнах світу. Най важливішим аспектом сталого розвитку компанії є можливість створювати вартість для акціонерів та мати можливість розвиватися в умовах конкуренції.

Технологічні інвестиції мають на меті вдосконалювати розвиток наступних економічних категорій, а саме:

1. Організаційне управління, а саме це допомагає оптимізувати багато процесів які потребують менші витрат часу робітників наприклад: бухгалтерський облік, внутрішньо фірмова комунікація.

2. Вдосконалює інші галузі економіки (здатні оптимізувати процеси наприклад можливості сучасного інтернету змінили таку галузь як роздрібна торгівля, а також дав поштовх до розвитку галузі доставки товарів).

3. Здатні впливати на макроекономічні показники (інвестиції у технології зазвичай виконуються через публічне фінансування, також дуже часто методом взаємодії команд із різних країн, що позитивно відображається на зовнішньо торгівельному балансі країни.

4. Вдосконалює фінансові ринки (у багатьох випадках фінансування інноваційних процесів та нових технологій проходить через залучення капіталу або венчурних інвесторів або фінансування т.з. «бізнес-ангелами», що дає поштовх розвитку захисту прав інвесторів, інститутів спільного інвестування, банківської справи, страхування, консалтингу тощо).

5. Розвиток соціальних ініціатив (соціальні звички здатні змінюватися, при подальшому розвитку технологій, так на сьогодні завдяки розвитку технологій стали дуже популярними серед всіх соціальних груп туризм, легкість телекомунікацій, прозорість соціальної активності, доступність медіа контенту).

6. Регуляторні процедури (на сьогодні із розвитком технологій підвищується можливість як контрольних можливостей бізнесу над своєю активністю, так само полегшується соціальний контроль бізнесу, що стимулює його бути більш відповідальним).

7. Сприяє глобалізації соціально – економічних процесів. (зростає рівень мючуалізму серед окремих компаній, та навіть галузей в межах всієї планети.

Технологічний фактор здатен підвищувати економічний потенціал підприємств.

Технологічний сектор включає в себе все, від великих компаній, які всі знають до малих гравців, які працюють значною мірою за кадром. У категорію також входять компанії, що розвиваються, будь-яких розмірів, стартапи, технологічні та споживчі бенди в мільярди доларів, а також різні конгломерати.

У широкому сенсі категорія включає підприємства, що займаються дослідженнями, створенням та розповсюдженням товарів або послуг на основі технологій. Це може бути все, від комп'ютерів до програмного забезпечення, телевізорів до веб-сайтів. Апаратним засобом є фізичний пристрій - комп'ютер, телевізор, смартфон тощо. Програмне забезпечення - це комп'ютерний код і платформи, які змушують ці пристрої працювати.

Розміщення коштів у технологічному секторі пропонують інвесторам багато можливостей. Насправді, цей сектор запропонував найвищі показники прибутку з усіх рейтингових ринкових секторів - 34,28% у 2017 році.

Однак ці сильні прибутки означають, що технологічний сектор має багато ризиків. Технологія швидко змінюється, і одноразові лідери можуть швидко відстати або навіть припинити свою діяльність. Крім того, перспективні компанії, що розвиваються, можуть зробити величезний сплеск, тільки швидко зникнуть.

Технологія - це захоплюючий простір, який включає в себе тенденції від штучного інтелекту (AI), до смартфонів, блокчейн, технологій самозабезпечення водіння, постійних тенденцій до програмного забезпечення як послуга (SaaS), Інтернету речей (IoT), потокового потоку медіа-послуги та інше. Це територія, повна можливостей, але й певного ризику.

Найближчим часом для кожної організації потрібно буде стати цифровою організацією, але наші дослідження показують, що більшості ще належить пройти довгий шлях. Організаціям потрібно модернізувати свої технології, щоб взяти участь у небаченій можливості цифрової трансформації.

На сьогодні можна визначити, що п'ять найкращих технологічних напрямків компанії повинні інвестувати:

• Кібербезпека
• Технологія Інтернет речей (IOT)
• Хмарні сервіси
• Штучний інтелект (AI)

Впровадження технологій в бізнес процеси це досить важкий процес та дуже часто пов'язаний зі значними фінансовими та часовими витратами, тому слід виокремити зони відповідальності організації на які слід звернути уваги у випадку прийняття рішення про впровадження технологій у бізнес процесі, або розміщення інвестицій у технологічному секторі:

1. Готовність персоналу

Аналіз вашої технології талантів та технологій розмір і якість служать барометром для готовності талантів. Ретельна оцінка та управління фондом талантів забезпечує наявність послідовних технічних та стратегічних навичок протягом усього періоду впровадження технологій. Це також вимагає від вас поставити важливі питання можливостей. Наприклад, чи маєте ви достатній доступ люди, як всередині, так і поза вашою організацією, хто зрозуміти технологію та застосувати її до своєї бізнес та галузевий контекст?

2. Дослідження наявності капіталу

Обсяг капіталу, що вкладається у розвиток технології та її застосування - в різних секторах – вимірюють адекватність капіталу щодо технології. Інвестиції венчурного капіталу, наприклад, є одним із показників грошей, що переводяться на стартапи та інкубаційні центри для майбутнього розвитку. Злиття та поглинання (M&A) - ще один чудовий барометр і гідне джерело ринкової аналітики щодо міри розвитку бізнес – привабливості технологій, що розробляються та впроваджуються.

3. Зрілість екосистеми

Ви поділяєте те ж бачення щодо ланцюгів поставок, що підсилюють штучний інтелект, з вашими основними дистриб'юторами. Оцінка екосистеми також повинна включати вивчення діючих стандартів та протоколів, такі як діючі застосування технологій та випадки її використання. Необхідно проводити дослідження, як ці регулюючі стандарти просувають або перешкоджають технології інтеграції.

4. Інтенсивність адаптації

Свідчення успішної інтеграції технологій - у межах діючої або в суміжних галузях - також може керувати вашими інвестиційні рішеннями. За оцінками середня галузь витрачає на цифрові технології, що може допоможе вам вирішити, скільки інвестувати і для якого результату. Також потрібне дослідження визначення прогнозованого зростання витрати на впровадження технології на ринку.

5. Потенціал цінності технології

Ціннісний потенціал орієнтується на оцінку віддачі щодо інвестицій у цифрові та інші технології, що встановлює очікування як для керівників, так і для акціонерів. Кількісне визначення очікуваного прибуток верхньої та нижньої ліній може послужити як корисний орієнтир у всьому процесі впровадження технологічних інвестицій.

Визначено, на підставі аналізу венчурного інвестування європейських венчурних інвестицій напрями, які є найбільш популярними серед інвесторів (табл. 1):

Таблиця 1 – Найпопулярніші напрями інвестування коштів венчурних інвестиційних фондів

№	Напрям	Характеристики	Частка
1	Програмне забезпечення (переважно SaaS)	Фінансове ПЗ, Бізнес ПЗ, ПЗ для операційних процесів, мобільне ПЗ	36,2 %
2	Біотехнології	Створення нових ліків, орієнтація на нове покоління антибіотиків,	17,3 %
3	Медіа та розваги	Соціальні медіа, відео хостинги, інтерактивні медіа	9,5 %
4	Медичне обладнання	Нове покоління протезування, лазерні технології	7,1 %
5	IT сервіси	Аутсорсинг IT процесів,	6 %
6	Енергетичний сектор	Горизонтальне буріння, інвестиції в сланцеве буріння, традиційна енергія, зелена енергія	5,8 %
7	Споживчі товари та послуги	Еко – продукти харчування та FMCG продукти	3,9 %
8	Фінансові послуги	Он лайн технологія банкінгу, страхування	2,6 %
9	Обладнання	3Д принтери, роботехніка	2,1%
10	Телекомунікації	Інтернет речей, нові засоби комунікацій	2 %

Якщо диверсифіковані компанії хочуть залишатись актуальними та стати успішними у майбутніх проектах цифрової трансформації, тоді слід визначити пріоритетними технологічні інвестиції. Навіть найбільші публічні конгломерати із активами у багатьох країнах орієнтуються на технологічні інвестиції. У табл. 2 відображено їх капіталізація, чисельність їх персоналу та технологічні сектори в які спрямовані інвестиції цих підприємств.

Таблиця 2 – Публічні конгломерати, які активно інвестують в технології, 2018 р.

Корпорація	Капіталізація, млрд. долл	Персонал, чол.	Обіг, млрд. долл	Чистий прибуток, млрд. долл.	Активи, млрд. долл
Johnson & Johnson [NYSE: JNJ]	366,2	135100	81,6	14,7	153
3M [NYSE: MMM]	126,1	93516	32,8	5,3	36,5
Berkshire Hathaway [NYSE; BRK]	516,4	389000	247,8	4	707,8
GE [NYSE: GE]	81,4	283000	121,6	-22,4	317,7
Alphabet [NASDAQ: GOOG]	863,2	98,771			
The Walt Disney Co. [NYSE: DIS]	238,1	201000	59,4	11	99,9
Danaher [NYSE: DHR]	90,7	71000	20,1	2,4	47,8
Honeywell [NYSE: HON]	123,1	114000	40,3	6,7	58,6

Тепер розглянемо інвестиції у технологічні інновації цих компаній (табл. 3). Слід зазначити, що вони дуже різні, важко звісно порівнювати рівень інвестицій у технології таких конгломератів як наприклад Berkshire Hathaway та Alphabet. Тому що перша ніколи не позиціювала себе як технологічна компанія, а друга навпаки починала як вузькоспеціалізована компанія інтернет пошуку (бренд Google). Традиційні конгломерати такі як Danaher, Honeywell, GE, Berkshire Hathaway на сьогодні мають дуальний погляд на технологічні інвестиції. О перше вони намагаються використовувати технології у своїх традиційних видах бізнесу для отримання конкурентних переваг, через скорочення витрат або збільшення продуктивності праці. Також ці компанії спрямовують нерозподілений чистий прибуток як фінансові інвестиції у підприємства високотехнологічного сектору за стратегією венчурних інвестиційних фондів. Це дозволяє їм з одного боку приносити додатковий прибуток для своїх акціонерів шляхом зростання інвестиційного капіталу. Також такі інвестиції виконують дуже важливу маркетингову роль щодо залучення інвестицій. Оскільки у психології інвесторів технологічні інвестиції мають асоціації з

високою прибутковістю то це дозволяю таким диверсифікованим підприємствам позиціювати себе технологічними інвесторами та звертати на себе увагу більш молодого покоління інвесторів, що також здатні суттєво підвищувати курс їх акцій і таки чином додатково приносити прибуток своїм акціонерам через зростання капіталізації компанії.

Таблиця 3 – Головні сфери діяльності диверсикованих підприємств та напрями їх технологічних інвестицій

Корпорація	Головні сфери діяльності	Технологічні інвестиції
Johnson & Johnson [NYSE: JNJ]	великий виробник косметичних та санітарно-гігієнічних товарів	Медичне обладнання
3M [NYSE: MMM]	абразив, клей, ламінат, засоби пасивного пожежного захисту, стоматологічна продукція, засоби догляду за автомобілями (поліролі, шампуні)	Електроніка
Berkshire Hathaway [NYSE; BRK]	фінансові послуги, кондитерське виробництво, видавнича справа, ювелірний бізнес, виробництво меблів, килимів, будматеріалів та ін.	Енергетика
GE [NYSE: GE]	локомотиви, енергетичні установки (в тому числі й атомні реактори), газові турбіни, авіаційні двигуни, медичне обладнання, виготовляє також освітлювальну техніку, пластмаси та герметики	Машинобудування
Alphabet [NASDAQ: GOOG]	Інтернет, Комп'ютерні програми, Телекомунікації, Охорона здоров'я, Біотехнології	Он-лайн пошук, IT
The Walt Disney Co. [NYSE: DIS]	голлівудськиі студії, тематичні парки, аквапарки, також мережі телерадіомовлення, круїзні лайнери,.	Інтерактивні медіа та розваги
Danaher [NYSE: DHR]	Промислова продукція	Машинобудування
Honeywell [NYSE: HON]	зброюя, космічні системи, автоматичні й контролюючі системи, іженерні послуги, транспортаційні системи.	Аерокосмічне машинобудування

Ефект технології можна відчути через бізнес. Наукові відкриття мають мало або зовсім не мають сенсу, якщо немає компетентних бізнес-підрозділів, які б виробляли для людей те, що відкрила наука. Суспільство залежить від бізнесу, щоб тримати потік відкриттів, що надходить у корисні товари та послуги для людства.

Організація диверсифікованого бізнесу повинна не тільки залучати величезні обсяги капіталу, але й належне використання кошти на корисні цілі також є обов'язковим. Це вимагає ефективного та ефективного управління фінансами разом з кваліфікованими та компетентними фінансовими менеджерами.

Для багатопрофільних компаній технологічні зміни можуть мати численні наслідки. Технологічні зміни можуть створити нові продукти та прискорити старіння вже існуючих. Таким чином, технологічні зміни впливають на межі та структуру галузі, заміну та диференціацію продукції, співвідношення ціни та якості між продукцією.

Висновки: Суть полягає в тому, що швидкість технологічного прогресу прискорюється, а виживання, незалежно від розміру компанії, залежатиме від того, щоб бути в курсі та підключатися до екосистеми існуючих технологій як управлінських рішень, маркетингу, ланцюга поставо та ін. і це залежить від компанії контролює вона цей процес чи є вже простим послідовником. Важливо, щоб компанії ретельно оцінювали потенційні варіанти технологій та виділяли кошти, щоб допомогти їхнім підприємствам розвиватися з часом зміни.

Хоча бізнес, орієнтований на клієнтів, змінює типи технологій, в які організаціям потрібно інвестувати, він також трансформує склад внутрішніх маркетингових команд та вимагає різних наборів навичок.

Бізнес повинен боротися за конкурентні позиції. Вже важко просто найдешевше найняти нових працівників маркетингу, які мають необхідні таланти та технічні навички, але такий тип управління може створити прогалини в наборі інструментів, прагнучі їх заповнити. Перекваліфікація, безумовно, на порядку денному для багатьох маркетологів.

40% "кажуть, що вони однаково зосереджуватимуться на підборі та перекваліфікації наявної робочої сили", йдеться у повідомленні. Існує важливий урок про розуміння реальної довгострокової цінності інвестованого працівника на відміну від простого інвестування в працівників. Звичайно, наймання та перекваліфікація кадрів - це не лише наявність персоналу з навичками, необхідними для використання нових технологій. М'які навички також зростають у своїй важливості. Це відхилення як для роботодавців, які прагнуть інвестувати у свої внутрішні набори навичок, так і працівників - або майбутніх працівників - роблячи себе доступними для роботи у маркетинговому світі завтрашнього дня. При дослідженні диверсифікованих підприємств. Які раніше були символами консервативних інвестицій, також все більша частка починає орієнтуватися на високотехнологічні інвестиції. Це свідчить, що поширення технологічних інновацій все більше поширюється, а їх впровадження стає все менш витратним як з точки зору інвестицій, так із точки зору витрат персоналу та часу.

Список використаних джерел

1. Федоров Г. О. World experience of finding foreigni investments as the crusial key to economic development in Ukraine // Visegrad Journal of Human Rights. 2018. № 4 (volume 1).

2. Шатирко Д. В. Оцінка світового досвіду венчурної діяльності та його адаптація до реалій української економіки / Д.В. Шатирко // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 1 (13) 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Documents%20and%20Settings/Admin/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/eui_2015_1_43.pdf

3. Christopher Helman (2018), BP's New Oilfield Roughneck Is An Algorithm, May 08, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.forbes.com/sites/christopherhelman/2018/05/08/how-silicon-valley-is-helping-bp-bring-a-i-to-the-oil-patch/#3544b35230a8 and accessed on September 12, 2018

4. Beth Trask (2018), How big data will soon tackle pollution from industrial sites near you, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.edf.org/blog/2018/06/22/how-big-data-will-soon-tackle-pollution-plant-near-you and accessed on September 12, 2018

5. David Abood, Aidan Quilligan and Raghav Narsalay (2018), Industry X.0: Combine and Conquer, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.accenture.com/t20171103T035104Z__w__/za-en/_acnmedia/PDF-65/Accenture-Industry-X-0-Final-1-November.pdf and accessed on September 12, 2018

6. Accenture (2018), Industry Consortium Successfully Tests Blockchain Solution Developed by Accenture That Could Revolutionize Ocean Shipping, Press Release dated March 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://newsroom.accenture.com/news/industryconsortium-successfully-tests-blockchain-solution-developed-by-accenture-that-could-revolutionize-ocean-shipping.htm

7. Accenture (2018), Airbus Soars with Wearables, Client case study [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.accenture.com/us-en/success-airbus-wearable-technology?src=SOMS and accessed on September 20, 2018

8. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень/В.О.Аніщенко//Актуальні проблеми економіки. – 2013. - №3(93). – с.64-72

9. Вакульчик О. М. Корпоративне управління: економіко-аналітичний аспект / О. М. Вакульчик. – Дніпропетровськ : Пороги, 2013. – 257 с.

10. Гудзь О.Є. Формування портфелю стратегій в корпоративномууправлінні / О.Є. Гудзь // Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 29– 30 квітня 2014 р. – Тернопіль: Крок, 2014. –С. 165 – 167.

11. Балан О.С. Перебіг подій, тенденції та наслідки в інвестиційнихпроцесах підприємств виробничої сфери України / О.С. Балан // Науковий вісникПолтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». –2014. – № 1, (63). – С. 72–80.

12. Біловодська О. А. Аналіз тенденцій розвитку інноваційної діяльності в контексті стратегічних механізмів дематеріалізаційних змін / О. А. Біловодська 239 / Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки» : монографія / за заг. ред. І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2016. – С. 273 –283.

13. Гетьман, О. М. Управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах кризи / О. М. Гетьман, В. Й. Даньків, Б. В. Книшева // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. Економіка. – 2013. – Вип. 3. – С. 49–52.

14. Сазонець О. М. Інноваційна діяльність підприємств у контексті забезпечення інформаційної безпеки / О. М. Сазонець, Л. Г. Сіпайло // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 156–161.

References (BSI)

1. Fedorov G. O. World experience of finding foreigni investments as the crusial key to economic development in Ukraine // Visegrad Journal of Human Rights. 2018. № 4 (volume 1).

2. Shatirko D. V. Otsinka svitovogo dosvidu venchurnoї diyalnosti ta yogo adaptatsiya do realiy ukraïnskoї ekonomiki / D.V. Shatirko // Yekonomika. Upravlinnya. Innovatsiї. Vipusk № 1 (13) 2015. [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: file:///C:/Documents%20 and%20Settings/Admin /%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82 %D1%8B/Downloads/eui_2015_1_43.pdf

3. Christopher Helman (2018), BP's New Oilfield Roughneck Is An Algorithm, May 08, [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: https://www.forbes.com/sites/christopherhelman/2018/05/08/how-silicon-valley-is-helping-bp-bring-a-i-to-the-oil-patch/#3544b35230a8 and accessed on September 12, 2018

4. Beth Trask (2018), How big data will soon tackle pollution from industrial sites near you, [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: https://www.edf.org/blog/2018/06/22/how-big-data-will-soon-tackle-pollution-plant-near-you and accessed on September 12, 2018

5. David Abood, Aidan Quilligan and Raghav Narsalay (2018), Industry X.0: Combine and Conquer, [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: https://www.accenture.com/t20171103T035104Z__w__/za-en/_acnmedia/PDF-65/Accenture-Industry-X-0-Final-1-November.pdf and accessed on September 12, 2018

6. Accenture (2018), Industry Consortium Successfully Tests Blockchain Solution Developed by Accenture That Could Revolutionize Ocean Shipping, Press Release dated March 14 [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: https://newsroom.accenture.com/news/industryconsortium-successfully-tests-blockchain-solution-developed-by-accenture-that-could-revolutionize-ocean-shipping.htm

7. Accenture (2018), Airbus Soars with Wearables, Client case study [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: https://www.accenture.com/us-en/success-airbus-wearable-technology?src=SOMS and accessed on September 20, 2018

8. Anishchenko V. O. Rol korporativnoї kulturi u priynyatti upravlinskikh rishen/V.O.Anishchenko//Aktualni problemi ekonomiki. – 2013. - №3(93). – s.64-72

9. Vakulchik O. M. Korporativne upravlinnya: ekonomiko-analitichniy aspekt / O. M. Vakulchik. – Dnipropetrovsk : Porogi, 2013. – 257 s.

10. Gudz O.Є. Formuvannya portfelyu strategiy v korporativnomuupravlinni / O.Є. Gudz // Integratsiyna sistema osviti, nauki i virobnitstva v suchasnomu informatsiynomu prostori: materiali mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf. 29– 30 kvitnya 2014 r. – Ternopil: Krok, 2014. –S. 165 – 167.

11. Balan O.S. Perebig podiy, tendentsiї ta naslidki v investitsiynikhprotsesakh pidpriємstv virobnichoї sferi Ukraïni / O.S. Balan // Naukoviy visnikPoltavskogo universitetu ekonomiki i torgivli. Seriya «Yekonomichni nauki». –2014. – № 1, (63). – S. 72–80.

12. Bilovodska O. A. Analiz tendentsiy rozvitku innovatsiynoї diyalnosti v konteksti strategichnikh mekhanizmiv dematerializatsiynikh zmin / O. A. Bilovodska 239 / Motivatsiyni mekhanizmi dematerializatsiynikh ta energoefektivnikh zmin natsionalnoї ekonomiki» : monografiya / za zag. red. I. M. Sotnik. – Sumi: Universitetska kniga, 2016. – S. 273 –283.

13. Getman, O. M. Upravlinnya investitsiynoyu diyalnistyu pidpriємstv v umovakh krizi / O. M. Getman, V. Y. Dankiv, B. V. Knisheva // Naukoviy visnik Uzhgorodskogo universitetu. Ser. Yekonomika. – 2013. – Vip. 3. – S. 49–52.

14. Sazonets O. M. Innovatsiyna diyalnist pidpriємstv u konteksti zabezpechennya informatsiynoї bezpeki / O. M. Sazonets, L. G. Sipaylo // Problemi ekonomiki. – 2015. – № 3. – S. 156–161.

Keywords: *technological investments; marketing policy; diversified enterprises; venture capital.*
Ключові слова: *технологічні інвестиції; маркетингова політика; диверсифіковані підприємства; венчурний капітал.*
Ключевые слова: *технологические инвестиции; маркетинговая политика; диверсифицированные предприятия; венчурный капитал.*

Рецензент: *Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/683dbb4c18604085982996d32d318708

УДК 331.108.2:656.615

ДОСЛІДЖЕННЯ УМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИКИ МІЖНАРОДНОГО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В ПОРТАХ

https://orcid.org/0000-0003-2006-3474

Макаренко Марина Василівна, зав. каф. Менеджменту та підприємництва на морському транспорті, д.е.н., професор, Азовський морський інститут м. Маріуполь, e-mail: mari-makva@yandex.ru, тел: +380504761766

https://orcid.org/0000-0002-9660-986X

Задєрєй Аліна Євгенівна, аспірант, Одеська національна морська академія м. Одеса, e-mail: terra.scorp@yandex.ua, тел: +380674351529

Макаренко Марина Василівна, зав. каф. Менеджменту та підприємництва на морському транспорті, д.е.н., професор, Азовський морський інститут м. Маріуполь, e-mail: mari-makva@yandex.ru, тел: +380504761766

Zaderei Alina, Post-graduate Studentt, Odessa National Maritime Academy, Odessa, e-mail: terra.scorp@yandex.ua, tel: +380674351529

M. Makarenko, A. Zaderei. Research of conditions of implementation of international human resource management practice.

The article explores the conditions of implementation of the practice of international human resource management. The present economic conditions, characterized by time compression, vast expansion of territorial business boundaries, are analyzed. Knowledge embodied in human resources is key to the success of businesses. It has been proven that, although port performance is usually measured in time, security and price / quality, the key task for modern port managers is to optimize the combination and use of their production factors to serve the global supply chain. After all, the demand for seaports stems from the demand for goods and maritime trade. Throughout the modern history of shipping, ports have enabled corporations and consumers to sell and buy world goods to the extent, speed and volume that were previously considered unthinkable. Technology has made a huge contribution to the way we do business. Under these conditions, the need for human resources professionals to apply international human resource management techniques in their functional activities is widely recognized. This is important not only for those who work in giant international companies, but also for many small and medium-sized enterprises that interact with other companies in the world market. The human factor is becoming increasingly important in modern port management. Today's business needs rapid response and adaptation to ever-changing and unforeseen circumstances. It is emphasized that ports and other segments of the global market should: be more innovative in thinking; develop various productive monitoring and surveillance tools; to form creative decisions; - keep track of the leading contemporary trends that are affecting the business world.

Макаренко М.В., Задєрєй А.С. Дослідження умов впровадження практики міжнародного управління людськими ресурсами в портах.

У статті досліджено умови впровадження практики міжнародного управління людськими ресурсами. Проаналізовано сучасні умови господарювання, які характеризуються стисканням часу, неосяжним розширенням територіальних меж ведення бізнесу. Ключовими чинниками успіху підприємств стають знання, втілені в людських ресурсах. Доведено, що незважаючи на те, що ефективність портів зазвичай вимірюється часом, безпекою та співвідношенням ціна/якість, головним завданням для сучасних менеджерів портів є оптимальне поєднання та використання їхніх виробничих факторів для того, щоб обслуговувати глобальний ланцюг поставок. Адже попит на морські порти випливає з попиту на товари та морську торгівлю. Протягом сучасної історії судноплавства порти дозволяють корпораціям та споживачам продавати та купувати світові товари в тій мірі, швидкості та обсязі, які раніше вважалися немислимими. Технології внесли величезний внесок у спосіб ведення бізнесу. За таких умов широко визнається і стає все зрозумілішою потреба фахівців з людських ресурсів застосовувати методи міжнародного управління людськими ресурсами у своїй функціональній діяльності. Це важливо не лише для тих, хто працює у гігантських міжнародних компаніях, а й багатьом малим та середнім підприємствам які взаємодіють з іншими підприємствами на світовому ринку. Людський чинник стає все більш важливим у сучасному управлінні портами. Сьогоднішній бізнес потребує швидкого реагування та адаптації до постійно мінливих та непередбачуваних обставин. Підкреслено, що порти та інші сегменти глобального ринку повинні: бути більш інноваційними у мисленні; розроблювати різні продуктивні засоби моніторингу та спостереження; формувати творчі рішення; - відстежувати провідні сучасні тенденції, які впливають на діловий світ.

© ***M. Makarenko, A.Zaderei / Макаренко М.В., Задєрєй А.С., 2019***

Макаренко М.В., Задерей А.С. Условия развития транспортно-экспедиторских услуг в Украине.
В статье исследованы условия внедрения практики международного управления человеческими ресурсами. Проанализированы современные условия хозяйствования, характеризующиеся сжатием времени, необъятным расширением территориальных границ ведения бизнеса. Ключевыми факторами успеха предприятий становятся знания, воплощенные в человеческих ресурсах. Доказано, что эффективность портов обычно измеряется временем, безопасностью и соотношением цена / качество, главной задачей для современных менеджеров портов является оптимальное сочетание и использование их производственных факторов для того, чтобы обслуживать глобальный цепь поставок. Ведь спрос на морские порты следует из спроса на товары и морскую торговлю. В течение современной истории судоходства порты позволяют корпорациям и потребителям продавать и покупать мировые товары в той мере, скорости и объеме, которые ранее считались немыслимыми. Технологии внесли огромный вклад в способ ведения бизнеса. При таких условиях широко признается и становится все более понятной необходимость специалистов по человеческим ресурсам применять методы международного управления человеческими ресурсами в своей функциональной деятельности. Это важно не только для тех, кто работает в гигантских международных компаниях, но и многим малым и средним предприятиям которые взаимодействуют с другими предприятиями на мировом рынке. Человеческий фактор становится все более важным в современном управлении портами. Сегодняшний бизнес требует быстрого реагирования и адаптации к постоянно меняющимся и непредвиденных обстоятельств. Подчеркнуто, что порты и другие сегменты глобального рынка должны: быть более инновационными в мышлении; разрабатывать различные производительные средства мониторинга и наблюдения; формировать творческие решения; - отслеживать ведущие современные тенденции, влияющие на деловой мир.

Постановка проблеми. У сучасних умовах функціонування для багатьох підприємств застосування менеджменту людських ресурсів є запорукою їх успіху в конкурентній боротьбі. Як показує практика, для більшості підприємств людські ресурси представляють собою суттєву одиницю операційних витрат. Одночасно, все частіше в світі підкреслюється, що ключовими чинниками успіху підприємств стають знання, втілені в людських ресурсах. Отже, вирішальне значення для розвитку, ефективності та успіху підприємства мають людські ресурси і їх не можна розглядати як витрати.

Для підприємств, які в процесі своєї діяльності взаємодіють з різними міжнародними підприємствами до додаткових ускладнень в боротьбі за конкурентоспромжність стають різні інституційні та полікультурні обмеження щодо засобів управління людськими ресурсами. Широко визнається і стає все зрозумілішою потреба фахівців з людських ресурсів застосовувати методи міжнародного управління людськими ресурсами у своїй функціональній діяльності. Це важливо не лише для тих, хто працює у гігантських міжнародних компаніях, а й багатьом малим та середнім підприємствам які взаємодіють з іншими підприємствами на світовому ринку. Саме до таких підприємств відносять морські торговельні порти. Більш вільне економічне середовище XXI ст., зменшення обмежень на рух робочої сили в напрямку розвинутих країн, поява нових технологій, приводять до того, що багато підприємств, що розвиваються, працюють на міжнародному рівні майже з початку свого створення.

В останній половині XX ст. майже всі аспекти виробничо-господарських відносин придбали більш інтернаціональний характер, а світ в цілому став розглядатися як «глобальне село». Переважна більшість підприємств зараз конкурують між собою вже на міжнародному ринку, так як бар'єри переміщення капіталу, тарифні обмеження та інші фактори, що обмежують можливості виходу на глобальний ринок, були якщо не ліквідовані, то скорочені. Така група чинників, умов і процесів характеризується як епоха глобалізації. Глобальні тенденції кидають виклик багатьом традиційним бізнес-моделям і змушують модифікуватися практично всі підсистеми менеджменту підприємств. Одночасно з відтворенням і широким поширенням технологій з'явилися і нові сегменти глобального ринку. Відповідно, з'явилися і нові ключові вимоги до управління персоналом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія та практика управління людськими ресурсами привертає увагу науковців, оскільки саме людські ресурси

визначають конкуренті переваги підприємств. Так, свої праці цій проблематиці присвятили такі вчені, як Бекер А., Нотебум Т., Спарроу П., Харней Б., Арсур М., Каман В., Лісінк П. [1-7]. Але проблема міжнародного управління людськими ресурсами в морських портах недостатньо досліджена і потребує вивчення.

Мета статті. Метою статті є дослідження умов впровадження практики міжнародного управління людськими ресурсами в морських портах.

Виклад основного матеріалу. В системах управління персоналом компаній по всьому світу об'єктивно існують суттєві зміни. Особливо процеси трансформації систем управління персоналом найбільш наочні в аспекті міжнародних компаній. Наведемо причинно-наслідкові зв'язки між глобальними тенденціями і процесами, а також сучасною практикою управління людськими ресурсами портів. Як було зазначено раніше, умови господарювання змінилися як для державного, так і для приватного секторів економіки. Комерційні організації відчувають так званий інформаційний бум, який радикально змінює уявлення про успішну бізнес-модель, досягнення НТП забезпечують фундаментальні зрушення в технологічному розвитку і в умовах робочого середовища, радикально змінюючи не тільки саме робоче місце сучасного фахівця, а й методи управління персоналом в цьому новому середовищі. Дані процеси обумовлюють ті чи інші зміни практики управління персоналом. Так, багато з цих змін, які відбуваються в традиційних моделях управління персоналом, можуть бути віднесені до наслідків глобалізації. У той же час при вивченні глобалізації, з огляду на масштабність і комплексність процесу, представляється не завжди можливим встановити чіткі причинно-наслідкові зв'язки глобальних тенденцій і їх ефекти.

Сучасні умови господарювання характеризуються стисканням часу, неосяжним розширенням територіальних меж ведення бізнесу. Усе це має такий вплив на сферу економіки в цілому, як: демократизація і тиск на уряди з метою надання більш широких прав для працюючих в країнах, де дані права були раніше обмежені; подальша лібералізація і дерегуляція ринків; конкуренція на ринку інвестицій; збільшення економічної взаємозалежності держав; більш інтенсивні потоки капіталу, інформації та технологій; інтернаціоналізація підприємств, злиття і поглинання.

Навіть в тому випадку, коли глобалізація не впливає на організацію безпосередньо за допомогою прямої іноземної конкуренції на локальному ринку, вона привносить нову культуру порівняння з «кращими в світі» в тій чи іншій галузі, сегменті або секторі економіки, так звану культуру «бенчмаркінгу». Причому дана культура пронизує всі бізнес-процеси організації, в тому числі процеси управління персоналом. Ухвалення практично будь-якого бізнес-рішення в даний час відбувається з використанням методів порівняння показників і індикаторів операційної діяльності конкретного підприємства не тільки з локальними даними, але і з аналогічними показниками інших організацій по всьому світу. Однак незмінним залишається той факт, що людський капітал організації був і залишається основним чинником її зростання, розвитку і успіху.

Ефективна система управління персоналом організації повинна не тільки відображати, але й впливати на ці бізнес реалії за межами компанії. Комплексне вивчення сучасних тенденцій, розуміння їх впливу на функціонування підприємства в цілому і систему управління персоналом зокрема, дозволяє HR-фахівцям розробляти і розвивати такі технології і методи управління людськими ресурсами, які, по-перше, відповідають контексту реального бізнесу, а по-друге , побічно або безпосередньо сприяють нарощуванню існуючих і використанню нових конкурентних переваг, і, по-третє, відповідають дійсним запитам і потребам лінійного менеджменту підприємства.

Саме розуміння контексту функціонування системи управління персоналом сучасної організації дозволяє розробляти такі методи, технології і інструменти роботи з персоналом, які максимально відповідають стратегії компанії в області людських ресурсів.

За таких умов, складності в практиці управління людськими ресурсами, на думку Спарроу П.[3], пов'язані з необхідністю придбання додаткових компетентностей у галузі міжнародного управління персоналом, а саме: міжособистісній взаємодії (особливо культурні аспекти); мистецтві впливу і навичках ведення переговорів; аналітичних та концептуальних здібностях; стратегічному мисленні.

Глобальна торгівля характеризується високим рівнем ризику та конкуренцією. Отже, портовій адміністрації стає дедалі важче пристосовуватися до постійно мінливого глобального середовища та протистояти глобальним портам, намагаючись покращити щорічні показники та досягти стабільного рівня імпорту/експорту. Керівництву порту необхідно підтримувати зв'язки з урядом своїх країн, правоохоронними органами, інвесторами, банками, судновласниками, експедиторами, класифікаційними товариствами, андеррайтерами, профспілками, товарними брокерами, митними брокерами, судновими брокери, судовими агентами, ремонтними бригадами, інспекторами та іншими організаціями. На рис. 1 показано, як управління портом у типовому ланцюзі поставок є сполучною ланкою морської торгівлі, багатомодальної торгівлі та внутрішньої торгівлі [1].

Рис. 1. Управління портами в межах глобальної мережі поставок

Незважаючи на те, що ефективність портів зазвичай вимірюється часом, безпекою та співвідношенням ціна/якість, головним завданням для сучасних менеджерів портів є оптимальне поєднання та використання їхніх виробничих факторів для того, щоб обслуговувати глобальний ланцюг поставок. Адже попит на морські порти випливає з попиту на товари та морську торгівлю. Протягом сучасної історії судноплавства порти дозволяють корпораціям та споживачам продавати та купувати світові товари в тій мірі, швидкості та обсязі, які раніше вважалися немислимими. Технології внесли величезний внесок у наш спосіб ведення бізнесу.

В адміністрації морських торгівельних портів важливо вирощувати стратегів, здатних ефективно працювати на міжнародних ринкових платформах, приймаючи рішення, що мають важливе значення для майбутньої працездатності підприємства. Протягом останніх десятиліть функції управління портами були докорінно перероблені завдяки прискореній зміні морської технології з подальшою суттєвою зміною глобальної економічної потужності та торгівельних моделей [3-6]:

1. Інформаційні технології - це паралельний термін, який охоплює супутникові системи та програмне забезпечення, що використовується для сприяння глобальній комунікації між портами, суднами та ланцюгами поставок. Порти отримали користь від покращеної комунікації, включаючи широке використання супутникового зв'язку та Інтернет-програмного забезпечення на борту судів, що дозволяє здійснювати обробку

вантажів, навантажувально-розвантажувальні роботи, а також віддалений моніторинг та контроль судноплавних та інженерних показників судна. Керівники портів стали життєво важливими координаторами аварійно-рятувальних ситуацій та одержувачами сигналів лиха на суднах через пристрої маяка для аварійного місцезнаходження, наприклад AIS (система автоматичної ідентифікації), тобто автоматичну систему відстеження, яка використовується для ідентифікації та розміщення суден; EPIRB (аварійне положення із зазначенням радіомаяків); персональні маяки про місцезнаходження; SART (пошуково-рятувальні радіолокаційні транспондери) і таке інше.

2. Морські технології охоплюють новинки суднобудування, морського машинобудування, суднобудування та корабельних операцій. Порти повинні бути в курсі нових типів, розмірів і конструкцій суден, що з'явилися, і відповідати вимогам своїх клієнтів, що стосуються безпечних портових операцій та ефективного перевезення вантажів.

3. Глобальна економіка та торгівля: Концепція «нової економіки», запроваджена у 1980-х роках, ілюструє перехід від економіки, що базується на виробництві, до економіки, що базується на послугах. Перехід до орієнтованої на обслуговування економіки з доданою вартістю призвів до географічної перебудови ланцюга поставок. У 1991 р. всесвітня павутина стала широко доступною, полегшуючи ділові операції та уможливлюючи миттєву глобальну комунікацію. Цей прорив ще більше сприяв концепції «нав'язливого аутсорсингу» у світі, де географічні та торгівельні бар'єри були зменшені. У 1990-х роках вплив на морський сектор та світові морські порти був величезним та далекосяжним; перестановка палуби змінила основні торгові шляхи зі зміщенням із Заходу на Схід. Через десять років, на зорі 2000-х років, такі країни, як Китай, Індія та Бразилія, перейшли від закритих централізовано структурованих систем до моделей, орієнтованих на капітал та експорт. По мірі зростання економіки, що швидко розвивається, глобальні порти процвітали безпрецедентним зростанням світового виробництва та морської торгівлі.

Глобальні рамки 90-х років означали епоху, коли глобальні дипломатичні переговори все частіше відображали переговорну силу портів. До 2008 р. Велика рецесія вже кинула свою тінь на грошову стабільність багатьох країн та їхні порти, де криза зовнішнього боргу буквально сприймалася багатьма як «повне випаровування ліквідності». На порти сильно впливав національний експорт країн через зменшення рівня виробництва та імпорту, через зменшення купівельної спроможності клієнтів. Знову ж таки, у той час, коли одні порти колективно пережили крах ринку через різко зменшені обсяги вантажів, інші порти залишалися незадіяними і часто характеризувалися своїми докризовими темпами зростання [5]. Оскільки конкуренція портів є побічним продуктом глобальної та регіональної конкуренції, пов'язаної з торгівлею, вона посилювалася великим ринковим бумом наприкінці 1990-х, і величезний обсяг торгівлі значною мірою збільшувався великими світовими експортерами того часу, тобто, США, Китай, Європа, Японія, Південна Корея тощо. Парадокс конкуренції у всіх галузях промисловості полягає в тому, що вона, схоже, посилюється як під час буму на ринку, так і під час ринкової кризи. Це пояснює інтенсивну портову конкуренцію як наприкінці 1990-х років, коли глобальні порти змагалися у маркетинговій стратегії та модернізації, щоб опрацювати великі обсяги вантажів, так і під час глобальної кризи 2008-2011 рр., де порти все ще конкурували, щоб забезпечити оптимальне розміщення та виправдання попередніх надмірних інвестицій. Велике значення для сучасних менеджерів портів має таке явище, як посилення переговорної сили контракту, незважаючи на глобальний клімат невизначеності та крихкі зміни їх потужності. Криза 2008 року сприяла утворенню операторів мега-терміналів та судновласницьких консорціумів, які отримали серйозні важелі впливу під час переговорів з портовою адміністрацією. У той час як порти працюють у певній географічній зоні та розміщують свій інвестиційний капітал в єдиний регіон, оператори мега-терміналів поширюють ризик за рахунок глобальних інвестицій,

встановлюючи офшорні юридичні та податкові механізми. Оскільки ринкова потужність прямо пропорційна ціновій еластичності попиту, портові органи влади, які перебувають у невигідному становищі, можуть бути змушені знижувати портові тарифи та прибуток від лізингових контрактів. У цей переломний момент як для портів, так і для економіки потрібні реальні, відчутні стратегії відновлення. Сила в єдності є ключовою для того, щоб порти працювали в союзі і були представлені торгівельними асоціаціями, які можуть краще сприяти та захищати свої інтереси. І глобальні, і національні організації повинні створювати об'єднання для підсилення своїх позиції, які вони відстоюють перед політичним керівництвом країни. У такому разі, вони активно співпрацюють з коаліціями, які пропагують інтереси морської, торгівельної та транспортної галузей. Так, на глобальному рівні Міжнародна асоціація портів забезпечує глобальний альянс з 200 портів у 85 країнах. Порти-члени управляють понад 60% світової морської торгівлі та майже 80% світового контейнерного руху.

Висновок. Отже, людський чинник стає все більш важливим у сучасному управлінні портами. І все-таки це було елементом, який був занедбаний протягом останніх десятиліть глобалізації та інноваційних технологій. Однак економічна криза 2008 року виступала як заклик до пробудження промисловості, оскільки мега порти з найсучаснішими технологіями зазнали великих комерційних та фінансових втрат через те, що вони недооцінювали людський елемент. З іншого боку, невеликі порти з обмеженими ресурсами процвітали і виявляли свою глобальну конкурентоспроможну перевагу, просто завдяки використанню талантів та креативності людських ресурсів. Портові рекрутери часто заявляють, що для того, щоб сучасні порти та судноплавні підприємства залишалися конкурентоспроможними, їм потрібно найняти вдумливих професіоналів з здатністю критично оцінювати кон'юнктуру ринку та вирішувати проблеми з практичного, а не абстрактного, теоретичного підходів. З іншого боку, рішення, можливо, полягає в тому, що їх керівники не мотивують працівників таким чином, щоб вони проявляли всі бажані хороші ідеї, цінності та здібності. Керівників портів все частіше просять посилити корпоративний «людський капітал» за допомогою ряду методів управління людськими ресурсами, такими як: ретельні та ефективні процеси підбору персоналу, де персонал наймається на відповідну діяльність за своїми здібностями; мотивація працівників за рахунок привабливих пільг та оплати праці; підвищення кваліфікації та розвитку працівників, а також програми навчання протягом життя; визнання та винагорода інноваційності, таланту, продуктивності, вірності, завзятості тощо.

Сьогоднішній бізнес потребує швидкого реагування та адаптації до постійно мінливих та непередбачуваних обставин. Лідери постійно працюють над питанням, як перетворювати підприємства, щоб забезпечити їх конкурентоспроможність. Інновації та трансформація є невід'ємною частиною цього процесу. Отже, порти та інші сегменти глобального ринку повинні: бути більш інноваційними у мисленні; розроблювати різні продуктивні засоби моніторингу та спостереження; формувати творчі рішення; - відстежувати провідні сучасні тенденції, які впливають на діловий світ.

Список використаних джерел:

1. Becker, A. & Caldwell, M. R. Stakeholder Perceptions of Seaport Resilience Strategies: A Case Study of Gulfport (Mississippi) and Providence (Rhode Island). Coastal Management, 2015. 43(1), pp.1-34.

2. Notteboom, T. & Rodrigue, J.-P. The Corporate Geography of Global Container Terminal Operators. Maritime Policy & Management, 2012. 39(3), pp.249-279.

3. Sparrow, P.R. Integrating people, process and context issues in the field of IHRM. In: Sparrow, P.R. (ed.). Handbook of international human resource management: integrating people, process and context. London: Wiley. 2009. pp.3-40.

4. Harney, B., & Dundon, T. An emergent theory of HRM: A theoretical and empirical exploration of determinants of HRM among Irish small to medium sized enterprises. Advances in Industrial and Labor Relations, 2007. 15, 109-159.

5. Arthur, M., & Hendry, C. Human resource management and the emergent strategy of small to medium sized business units. International Journal of Human Resource Management, 1990. 7(3), 233-250.

6. Kaman, V. A., et al. Bureaucratic and high commitment human resource practices small service firms. HR Human Resource Planning, 2001. 24(1), 33-44.
7. Liesink, P., Alfes, K., Boselie, P. and Brewster, C. Beyond the private sector - international HRM in the not for profit sectors. Contemporary HRM issues in Europe. London: Routledge, 2016.

References (BSI)

1. Becker, A. & Caldwell, M. R. (2015). Stakeholder Perceptions of Seaport Resilience Strategies: A Case Study of Gulfport (Mississippi) and Providence (Rhode Island). Coastal Management, 43(1), pp.1-34.
2. Notteboom, T. & Rodrigue, J.-P. (2012). The Corporate Geography of Global Container Terminal Operators. Maritime Policy & Management, 39(3), pp.249-279.
3. Sparrow, P.R. (2009) Integrating people, process and context issues in the field of IHRM. In: Sparrow, P.R. (ed.). Handbook of international human resource management: integrating people, process and context. London: Wiley. pp3-40.
4. Harney, B., & Dundon, T. (2007). An emergent theory of HRM: A theoretical and empirical exploration of determinants of HRM among Irish small to medium sized enterprises. Advances in Industrial and Labor Relations, 15, 109-159.
5. Arthur, M., & Hendry, C. (1990). Human resource management and the emergent strategy of small to medium sized business units. International Journal of Human Resource Management, 7(3), 233-250.
6. Kaman, V. A., et al. (2001). Bureaucratic and high commitment human resource practices small service firms. HR Human Resource Planning, 24(1), 33-44.
7. Liesink, P., Alfes, K., Boselie, P. and Brewster, C. (2016) Beyond the private sector - international HRM in the not for profit sectors. Contemporary HRM issues in Europe. London: Routledge.

Ключові слова: *людські ресурси; міжнародне управління; морські порти; процеси глобалізації; глобальна торгівля.*
Ключевые слова: *человеческие ресурсы; международное управление; морские порты; процессы глобализации; глобальная торговля.*
Keywords: *human resources; international governance; seaports; globalization processes; global trade.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/afe18274fdfb44bc9136d4064df9b492

УДК 656.615:339.165.4

ПОРТОВІ КЛАСТЕРИ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ПОРТІВ

http://orcid.org/0000-0002-8929-6615
Потапова Наталія Миколаївна, доцент кафедри економіки підприємств, к.е.н., доцент, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет м. Маріуполь, e-mail: potapova-nn@yandex.ru, тел: +380501842319
http://orcid.org/0000-0002-8137-4332
Кравченко Алла Вікторівна, к.е.н., доцент, Азовський морський інститут м. Маріуполь, e-mail: kravchenko@mail.ru, тел: +380971921171

Potapova Nataliya, Assistant Professor, Department of Economics of Enterprises, PhD in Economics, State Higher Education Institution "Pryazovskyi State Technical University", Mariupol, e-mail: potapova-nn@yandex.ru, tel.:+380501842319
Kravchenko Alla, Ph.D., Associate Professor, AZOV MARITIME INSTITUTE, Mariupol, e-mail: kravchenko@mail.ru, tel: +380971921171

N. Potapova, A. Kravchenko. Port clusters and economic development of ports. T

he paper argues that cooperation between port authorities has not yet led to consolidation processes, unlike what has happened in other segments of the chain. Some examples of consolidation at the port authority level are given. It is emphasized that consolidation of port authorities will become inevitable as the economy grows, as well as environmental and social pressures. Therefore, an important condition for successful cooperation projects is the autonomy of port authorities. The need for freedom of port authorities to determine the economic justification for cooperation and the ability to influence these processes is justified. influence this process. If this is not justified, the likelihood of success becomes much lower. It is emphasized that, in addition to formal mergers and alliances, there are a number of other ways in which port authorities now cooperate with various stakeholders. Such funds include joint investments in connection with inland territories in environmental programs, initiatives in the «circular economy» that result in port authorities working together with their industrial clusters, in particular to provide new economic targets for waste such as wastewater , which were used to cool industrial installations, since they can be used further for urban heating. In addition to regional cooperation, ports are also interacting with the «trans-ocean» facility. The World Ports Sustainability Program is a partnership between IAPH and several international port development organizations and demonstrating global port leadership that promotes UN sustainable development and port capacity building. Mergers and alliances have been shown to be exceptional, which is related to the institutional context within most port authorities.

Потапова Н.М., Кравченко А.В. Портові кластери та економічний розвиток портів.

У статті доведено, що співпраця між портовими органами ще не призвела до процесів консолідації, на відміну від того, що відбулося в інших сегментах ланцюга. Наведено деякі приклади консолідації на рівні портових повноважень. Підкреслено, що консолідація портових органів стане неминучою, оскільки збільшуються масштаби економіки, а також екологічний та суспільний тиск. Отже, важливою умовою успішних проектів співпраці є автономія портових органів. Обґрунтована необхідність свободи портових органів влади щодо визначення економічного обґрунтуванням для співпраці та можливості здійснювати вплив на ці процеси. впливати на цей процес. Якщо такого обґрунтуванням не буде, то ймовірність успіху стає значно меншою. Підкреслено, що крім формальних злиттів та альянсів, існує низка інших способів, за якими органи порту сьогодні співпрацюють з різними зацікавленими сторонами. До таких засобів відносять спільні інвестиції у сполученні із внутрішніми територіями до екологічних програм, ініціативи у сфері «кругової економіки», внаслідок якої портові органи працюють разом зі своїми промисловими кластерами, зокрема, для того, щоб надати нові економічні цілі відходам, таким як стічні води, які використовувались для охолодження промислових установок, адже їх можна використовувати далі для міського опалення. Як доповнення до регіональної співпраці, порти також взаємодіють «трансокеанським» засобом. Програма сталого розвитку світових портів про партнерство між IAPH та кількома міжнародними організаціями, пов'язаними з портовими розробками та демонстрування світового лідерства портів, що сприяють досягненню цілей сталого розвитку ООН та розширення можливостей портів. Доведено, що злиття та альянси, залишаються винятковим явищем, що пов'язано з інституційним контекстом у межах більшості портових органів.

© ***N.Potapova, A.Kravchenko / Потапова Н.М., Кравченко А.В., 2019***

Потапова Н.М., Кравченко А.В. Портовые кластеры и экономическое развитие портов.

В статье доказано, что сотрудничество между портовыми органами еще не привело к процессам консолидации, в отличие от того, что произошло в других сегментах цепи. Приведены примеры консолидации на уровне портовых полномочий. Подчеркнуто, что консолидация портовых органов станет неизбежной, поскольку увеличиваются масштабы экономики, а также экологическое и общественное давление. Поэтому, важным условием успешных проектов сотрудничества является автономия портовых органов. Обоснована необходимость свободы портовых органов власти в вопросе определения экономического обоснованием для сотрудничества и возможности оказывать влияние на эти процессы. Если такого обоснования не будет, то вероятность успеха значительно уменьшается. Подчеркнуто, что кроме формальных слияний и альянсов, существует ряд других способов, по которым органы порта сегодня сотрудничают с различными заинтересованными сторонами. К таким средствам относят общие инвестиции в сочетании с внутренними территориями в экологических программ, инициативы в сфере «круговой экономики», в результате которой портовые органы работают вместе со своими промышленными кластерами, в частности, для того, чтобы предоставить новые экономические цели отходам, таким как сточные воды , которые использовались для охлаждения промышленных установок, а теперь их можно использовать дальше для городского отопления. В дополнение к региональному сотрудничеству, порты также могут взаимодействовать посредством «трансокеанских» совместных проектов. Программа устойчивого развития мировых портов о партнерстве между IAPH и несколькими международными организациями, демонстрирует связанными с портовыми разработки и демонстрации мирового лидерства портов, которые способствуют достижению целей устойчивого развития ООН и расширению возможностей портов. Доказано, что слияния и альянсы, продолжают оставаться исключительным явлением, что связано с институциональным контекстом в пределах большинства портовых органов.

Постановка проблеми. На сьогодні, практично кожен учасник в сегменті міжнародних мереж поставок намагається раціоналізувати свою діяльність шляхом злиття або стратегічних альянсів. До таких учасників можна віднести транспортні лінії, операторів терміналів та вантажовідправників.

Отже, самий поверхневий аналіз дозволяє дійти висновку, що портові органи залишаються єдиним помітним винятком із широкомасштабних домовленостей про співпрацю економічних суб'єктів ланцюга поставок. Співпраця між портовими органами ще не призвела до великої хвилі консолідації, на відміну від того, що відбулося в інших сегментах ланцюга. Однак останнім часом питання консолідації на рівні портових повноважень усе частіше підіймаються. Одним із прикладів є ефективність морських портів в Генті та Зеландії, які злилися в «Північний морський порт» минулого року.

Серед інших недавніх об'єднань є компанії Хаміна та Котка у Фінляндії, а також державні портові компанії Нінбо та Жушань у Китаї. Північно-Західний морський порт Альянсу - це не злиття, а далекосяжна угода про співробітництво між портами Сіетла та Такома в США, які приєдналися до морських вантажних операцій обох портів.

Північний морський порт та Північно-Західний морський порт Альянсу - приклади співпраці знизу вгору. На відміну від недавньої реформи італійської портової системи, яка зменшила кількість портових органів від 25 до 14, це справа зверху вниз. Оскільки портове керівництво належить центральному уряду, тому цю італійську консолідацію підштовхнула італійська держава.

Посилення консолідації портових органів стане неминучим, враховуючи зміни на ринку щодо набуття масштабів економіки, а також екологічний та суспільний тиск. Земля є дефіцитним ресурсом, тому конкуренція за землекористування дуже висока. Це ускладнює далекосяжні форми співпраці між портовими органами, державною власністю та пов'язаними з ними інституційними перешкодами до загальних ініціатив. Тому важливою умовою успішних проектів співпраці є автономія портових органів. Портові органи влади повинні мати свободу щодо визначення економічного обґрунтування для співпраці та впливати на цей процес. Якщо такого обґрунтування не буде, то ймовірність успіху стає значно меншою.

Окрім формальних злиттів та альянсів, існує низка інших способів, за якими органи порту сьогодні співпрацюють з різними зацікавленими сторонами. Така співпраця може

варіюватися від спільних інвестицій у сполучення із внутрішніми територіями до екологічних програм.

Порти затоки Сан-Педро є хорошим прикладом останнього. Ми можемо очікувати, що зростає кількість таких ініціатив, наприклад, у сфері «кругової економіки», внаслідок якої портові органи працюють разом зі своїми промисловими кластерами, зокрема, для того, щоб надати нові економічні цілі відходам, таким як стічні води, які використовувались для охолодження промислових установок, адже їх можна використовувати далі для міського опалення.

Як доповнення до регіональної співпраці, порти також взаємодіють «трансокеанським» засобом. Наприклад, такі ініціативи, як ChainPort, мережа, започаткована портами Гамбурга та Лос-Анджелеса, як інструмент відсторонення від захисного ставлення до обміну даними. Або Програма сталого розвитку світових портів, про партнерство між IAPH та декількома міжнародними організаціями, пов'язаними з портовими розробками та демонстрування світового лідерства портів, що сприяють досягненню цілей сталого розвитку ООН та розширення можливостей портів.

Сказане говорить про істотний рівень постійної співпраці у портовому секторі, включаючи спільні ініціативи на рівні портових органів. Злиття та альянси, однак, залишаються доволі винятковим явищем, і це багато в чому пов'язано з інституційним контекстом у межах більшості портових органів. Зважаючи на те, що зростаюча кількість портів стає «корпоратизованими», а в деяких випадках і приватизованими - це може бути лише питанням часу, коли почнеться процес більш широкої консолідації, як це спостерігається в інших сегментах ланцюга поставок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо ефективної, інноваційної діяльності портів мають велике практичне значення як для економіки кожної окремої держави, так і світової торгівлі в загалі. Дискусії щодо вибору кращого варіанта їх розвитку продовжують тривати [1, 2, 3, 4 ,5, 6, 7], оскільки морські порти мають стратегічне значення, тому теоретичні та практичні аспекти їх діяльності потрапили у центр досліджень науковців.

Метою статті є дослідження умов щодо довгострокового стратегічного співробітництва між морськими портам.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх десятиліть відбулося різке збільшення кількості та обсягу договорів про співпрацю, що стосуються морських портів та різноманітних учасників вертикальних та горизонтальних ланцюгів створення цінності цих портів. Ці угоди про співпрацю були предметом великої кількості досліджень у науковій літературі. Далекомасштабна портова інтеграція навряд чи є новим явищем, про що свідчить відомий Копенгаген-Мальмо транскордонний альянс, який почався з 2001 року. Однак, особливо в період після 2008 року (починаючи з «великої рецесії»), всесвітня управлінська та наукова увага приділялася більш глибоким та широким домовленостям про співпрацю з морськими портами.

Нові форми співпраці, включаючи «кооперацію», мають на увазі спільне виникнення співпраці та конкуренції та стали поширеними серед морських портів та серед міжнародних розподільчих ланцюжків цінності. Така співпраця стала пов'язаною з витонченими новими підходами до управління ефективним функціонуванням морського порту, часто, незважаючи на місцевий політичний опір.

Основні риси цих нових форм управління виявляються подвійними. По-перше, вони включають облік більш широкого спектру вигод і витрат, пов'язаних з діяльністю морського порту, які часто є наслідком більш розширеного набору зацікавлених сторін. По-друге, ці форми управління також визнають необхідність ретельно оцінювати розподіл витрат та доходів між економічно розрізненими економічними суб'єктами, як передумову довгострокової життєздатності морського порту, зростання та функціонування економіки з точки зору створення цінності.

Таким чином, нові зусилля для спільної роботи повинні будуватись на надійних принципах економічної ефективності з акцентом на зменшенні витрат, набутті масштабів та економії від масштабів, а також на створенні доданої вартості в міжнародних логістичних ланцюгах. Створюється нова подвійна рівноваги, здебільшого з децентралізованою ринковою потужністю портовими органами, вантажопереробними компаніями, промисловими підприємствами, експортерами, дистриб'юторами, судноплавними альянсами, постачальниками внутрішнього транспорту та внутрішніми терміналами.

Відповідно до Пітеліс та Тііce (2010), в контексті міжнародних ланцюгів вартості можна стверджувати, що всі вищезазначені суб'єкти беруть участь у співорганізації портових екосистем. Унікальність цих екосистем - це співпраця з одного боку, вільних транснаціональних корпорацій або кадрів, розташованих в зарубіжних країнах, а з іншого боку, дуже обмежені компанії включені до груп з органами влади портів, які часто діють як головні центри.

Важливим у цьому відношенні є зосередження уваги на спільній генерації можливостей та створенні цінності в локалізованих кластерах та міжнародній екосистемі. Таким чином, ці екосистеми не слід розглядати як спроби досягти змови чи ринкової потужності, а як ефективні системи управління з економічними властивостями, а іноді, і з несподіваними (але, як правило, корисними) ефектами конвергенції. Наприклад, глибокі знання про партнерів, які увійшли до кластеру, можуть призвести до взаємної репутації надійності, підняття нагору або вниз по ланцюжку вартості, вплинути на інші зв'язки між залученими партнерами.

Для того, щоб створити та захопити цінність за межами однієї компанії або за межами вузько визначених кордонів географічних кластерів, портам потрібні можливості підприємницького управління, які можуть насправді сприяти створенню екосистеми, відповідно до Пітеліс С., та Тііce Д., Іонсіті М., Левін Р. та ВандерЛугхт Л. [1, 2, 3]. Такі можливості управління дозволяють забезпечити довгострокову життєздатність, зростання та економічну ефективність у частині створення та захоплення цінностей окремих фірм, локалізованих кластерів та міжнародних ланцюгів вартості.

Спираючись на мислення, орієнтоване на ресурси, застосоване до контексту порту [4] нами досліджуються основні мотивації та процеси прийняття рішень, прийняті менеджерами портів для розроблення та створення екосистем, які можуть виходити далеко за рамки звичайних географічних кордонів морських портів, з метою створення та захоплення цінності на довгострокову перспективу та з урахуванням цілей та прагнень широкого кола партнерів та інших зацікавлених сторін.

Деякі портові органи влади обрали «портфельний підхід», поєднуючи різні форми довгострокового стратегічного співробітництва, тоді як інші обрали «поетапний» підхід із збільшенням рівня ресурсних зобов'язань з часом. Перший етап може передбачати підписання меморандуму про взаєморозуміння, тоді як заключний етап може бути пов'язаний з повноцінним злиттям або придбанням іншого економічного суб'єкта в ланцюжку вартості. Початкове співробітництво, як правило, пов'язане з високою невизначеністю та крутими кривими навчання.

Потім партнери екосистеми можуть обґрунтовано проводити збільшення ресурсних зобов'язань, але часто вони взаємні, щоб уникнути «темної сторони» односторонніх зобов'язань (тобто опортуністичної поведінки).

Вищеописані органічні процеси із наростаючим рівнем взаємних зобов'язань з ресурсами та доброчесними циклами створення соціального капіталу часто вимагають не лише формалізованого «контрактування», але і механізмів побудови відносин у формуванні управління. Особливо, коли вони зосереджуються на відносних елементах у створенні екосистем, менеджери портів стають у керівництва глобальними логістичними ланцюгами, часто діючи разом з різними іншими співорганізаторами, такими як глобальні судноплавні компанії. Тут, значною мірою відповідно до аналізу картографії ланцюга

вартості [5], важливо шукати взаємодоповнюваність ресурсів серед партнерів екосистеми, щоб розробити життєздатні підходи до управління безпрограшним. Якщо це вдасться, порти фактично перетворюються з системних інтеграторів на місцевому або регіональному рівні в соорганізатори екосистем, які географічно значно ширше розповсюджуються.

Підвищення конкурентоспроможності за допомогою просторово розсіяних ланцюгів вартості та локалізованих кластерів. В даний час багато керівників порту працюють за угодами про співпрацю з партнерами, розташованими як у їх найближчій географічній зоні, так і далеко за межами цієї області. Економічні рушії такої співпраці можуть сильно відрізнятися і включати цілі настільки різноманітні. Наприклад, як очікувалося, сильнішу конкурентну позицію для залучення та утримання потоків руху, кращого доступу до капіталу або покращеного загального контролю над логістичним ланцюгом. З точки зору управління, договори про співпрацю можуть варіюватися від утворення альянсу згори донизу, під впливом уряду до проекту «знизу вгору», спільних проектів, а також від довгострокового ринкового контракту до повноцінного злиття. Багато що було запропоновано, але насправді мало відомо і досліджено результати діяльності цих спільних зусиль, особливо з точки зору загальних особливостей ефективності управління та пов'язаній з цим конкурентоспроможністю економічних суб'єктів і задіяних ланцюгів або кластерів.

Отже, необхідно розробляти нову перспективу управління щодо зв’язків порт-внутрішня частина та пов'язаних з цим впливів на порти. Багато зацікавлених сторін у продуктивності порту тепер вимагають відчутних економічних вигод від портових заходів, як необхідної умови для підтримки розширення портів та інфраструктурних інвестицій. Ми використовуємо модель управління для оцінки цього далекоглядного виклику контрактів. Встановлено, що більшість сучасних оцінок економічного впливу портових інвестиційних проектів приділяють мізерну увагу проблемам контрактних відносин у порту та продуктивності. Необхідно зосереджуватись на просторовому розподілі таких впливів та пов'язаних з ними контрактних відносинах, з якими стикаються портові органи влади або користувачі портів та їх зацікавлені сторони у внутрішній частині порту.

Необхідна нова концепція, матриця впливу внутрішніх сегментів порту, яка чітко фокусується на просторовому розподілі впливу порту та пов'язаних з ними контрактних відносинах. Така матриця пропонує розуміння впливу на порти, використовуючи два виміри: цілеспрямованість логістики як вираження специфіки активів Вільямсона в сфері логістичних договірних відносин та географічне охоплення, з більш тривалим охопленням, як правило, відображаючи необхідність більш складних контактів для подолання «відстані» «Виклики із зовнішніми зацікавленими сторонами.

Ще одною цікавою формою взаємодії портів є транскордонна співтворчість екосистем. Незважаючи на добре задокументоване зростання міжнародної торгівлі та пов'язане з цим зростання прямих іноземних інвестицій невеликі дослідження чітко не вирішили наслідків цих розробок для транскордонних обмінів та співпраці між фірмами в сусідніх регіонах, що належать до різних країн. Ця відсутність уваги викликає подив, враховуючи типово низькі психічні відстані, пов'язані з такою співпрацею, і відносну легкість, з якою можна подолати «відповідальність за сторонність», порівняно з спільними домовленостями між економічними суб'єктами, розташованими в регіонах, що розташовані географічно далі один від одного.

Також, необхідно розглянути розширену версію моделі «Портер алмаз». Це надасть змогу встановити, що, незважаючи на безліч подібностей між двома сусідніми регіонами, ряд критичних відмінностей, як правило, руйнують плідну роботу з використанням основних показників відстані, створюють сильні перешкоди для розблокування та використання капіталу для економічних можливості, що очікують у сусідньому регіоні.

Ще однією важливою проблемою є питання висвітлення уявлення про невтішні результати конкурентоспроможності та переваги, пов'язані з портовою співпрацею, яка поширюється на внутрішні райони, тим самим описуючи проблеми співпраці в екосистемах. Така співпраця може мати критичне стратегічне значення для морських портів, в екологічному контексті збільшення масштабів морських операцій та розмірів суден, опозиції зацікавлених сторін до розширення портів та все більш складного регулювання. Однак, не у кожному порту є господарські суб'єкти, які бажають і здатні брати участь в співпраці елементів екосистемі та використовувати таку співпрацю для отримання конкурентної переваги.

Висновок. Проведене дослідження наглядно демонструє, що морські порти та органи управління портом вже не можуть діяти як окремі організації, але повинні бути чутливими до можливостей спільних дій як всередині локалізованого кластера портів, так і за його межами. Значна економія та цінність результатів можуть бути результатом зусиль щодо співпраці екосистем, пов'язаних з портами. В такий період розвитку світової економіки, коли успішна конкуренція все частіше обертається як географічно локалізованими кластерами, так і міжнародно розсіяними ланцюгами вартості, ретельне відображення угод про співпрацю може в кінцевому рахунку принести чисті економічні вигодидля залучених економічних суб'єктів, а все це має вирішальне значення. Як завжди, легкість у спільних діях вимагає вибірковості у визначенні того, які угоди про співпрацю призведуть до найвищої віддачі для портової влади та інших суб'єктів, зацікавлених у спільній організації портових екосистем.

Список використаних джерел:

1. Pitelis, C. N., & Teece, D. J. Cross-border market co-creation, dynamic capabilities and the entrepreneurial theory of the multinational enterprise. Industrial and Corporate Change, 2010, 19(4), 1247—1270.
2. Iansiti, M., & Levien, R. The keystone advantage: What the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2004.
3. Van der Lugt, L. M., & De Langen, P. W. Value creation and value capture in the ports' business system. In S. Pettit & A. Beresford (Eds.), Port management (pp. 13-27). London: Kogan Page, 2018.
4. Haezendonck, E., Pison, G., Rousseeuw, P., Struyf, A., & Verbeke, A. The core competences of the Antwerp seaport: An analysis of "port specific" advantages. International Journal of Transport Economics/Rivista internazion- ale di economia dei trasporti, 2001. 28(3), 325-349.
5. Gordon, J., Lee, P., & Lucas, H., Jr. A resource-based view of competitive advantage at the Port of Singapore. The Journal of Strategic Information Systems, 2005. 14(1), 69-86.
6. Kano, L. Global value chain governance: A relational perspective. Journal of International Business Studies, 2017. 49(6), 1—22.
7. Bryan, J., Munday, M., Pickernell, D., & Roberts, A. Assessing the economic significance of port activity: Evidence from ABP operations in industrial South Wales. Maritime Policy and Management, 2006. 33(4), 371—386.

References (BSI)

1. Pitelis, C. N., & Teece, D. J. (2010). Cross-border market co-creation, dynamic capabilities and the entrepreneurial theory of the multinational enterprise. Industrial and Corporate Change, 19(4), 1247—1270.
2. Iansiti, M., & Levien, R. (2004). The keystone advantage: What the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Boston, MA: Harvard Business School Press.
3. Van der Lugt, L. M., & De Langen, P. W. (2018). Value creation and value capture in the ports' business system. In S. Pettit & A. Beresford (Eds.), Port management (pp. 13-27). London: Kogan Page.
4. Haezendonck, E., Pison, G., Rousseeuw, P., Struyf, A., & Verbeke, A. (2001). The core competences of the Antwerp seaport: An analysis of "port specific" advantages. International Journal of Transport Economics/Rivista internazion- ale di economia dei trasporti, 28(3), 325-349.
5. Gordon, J. R., Lee, P. M., & Lucas, H. C., Jr. (2005). A resource-based view of competitive advantage at the Port of Singapore. The Journal of Strategic Information Systems, 14(1), 69-86.
6. Kano, L. (2017). Global value chain governance: A relational perspective. Journal of International Business Studies, 49(6), 1—22.
7. Bryan, J., Munday, M., Pickernell, D., & Roberts, A. (2006). Assessing the economic significance of port activity: Evidence from ABP operations in industrial South Wales. Maritime Policy and Management, 33(4), 371—386.

Ключові слова: *злиття та альянси; портові органи влади; морські порти; портові кластери; співпраця портів..*
Ключевые слова: *слияния и альянсы; портовые органы власти; морские порты; портовые кластеры; сотрудничество портов.*
Keywords: *mergers and alliances; port authorities; seaports; port clusters; co-operation of ports.*

Рецензент: *Макаренко М.В, зав. каф. Менеджменту та підприємництва на морському транспорті, д.е.н., професор, Азовський морський інститут*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/63cae38501784c99a4a445604fbd4908

УДК: 331.522

ЗАКОНОМІРНОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ТРУДОРЕСУРСНОЇ ВОЛАТИЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

https://orcid.org/0000-0003-0946-9940

Міщенко Світлана Олегівна, аспірант інституту підготовки кадрів Державної служби зайнятості, м. Київ, sv.mishchenko.79@gmail.com

Svetlana Mishchenko, postgraduate, Ukrainian State Employment Service Training Institute, Kyiv

S.Mishchenko, Patterns of formation and development of the labor market in conditions of labor-resource volatility: theoretical and methodological aspect

The article indicates that the labor market is an important element of a market economy, which performs the most important checks in the system of labor reproduction, its distribution between industries and sectors of the economy, regulating the demand and supply of workers, providing an impetus for professional and territorial mobility. It is determined that in the system of a market economy, the labor market is an indicator, the state of which allows us to evaluate the effectiveness of socio-economic transformations. Modern views on the labor market were formed by a long process of evolution of economic thought in the formation and development of this market. The first scientific studies in this area concerned the role of labor in the economic system and highlighted the problems of its use in the conditions of a spontaneous, unregulated market economy in England. It is concluded that under such conditions the Ukrainian labor market requires the search for mechanisms to increase the competitiveness of the workforce and create incentives that can stimulate the population to productive labor. The regulatory policy's decision on specific tasks for the formation and development of the labor market in the context of labor-resource volatility should be carried out within the framework of a nationwide targeted strategy for employment of the population, taking into account the structural features of matching supply and demand at the regional level. This strategy, firstly, should be aimed at a harmonious combination of state and market regulators, secondly, should be aimed at strategic development of the workforce due to bringing the characteristics of the latter in line with demand, and thirdly, it should be able to effectively implement the function staffing at the micro level.

Міщенко С. О. Закономірності формування і розвитку ринку праці в умовах трудоресурсної волатильності: теоретико-методологічний аспект

В статті зазначено, що ринок праці є важливим елементом ринкової економіки, який виконує найважливіші функції в системі відтворення робочої сили, розподілу її між галузями та секторами економіки, регулюючи обсяги попиту та пропозиції працівників, надаючи імпульс професійній і територіальній мобільності. Визначено, що в системі ринкової економіки ринок праці є індикатором, стан якого дозволяє оцінити дієвість соціально-економічних перетворень. Сучасні погляди на ринок праці були сформовані тривалим процесом еволюції економічної думки щодо формування і розвитку даного ринку. Перші наукові дослідження в цій сфері стосувались ролі праці в економічній системі та висвітлювали проблеми її використання в умовах стихійної, нерегульованої ринкової економіки в Англії. Зроблено висновок, що за таких умов український ринок праці потребує пошуку механізмів підвищення конкурентоспроможності робочої сили та створення стимулів, які здатні спонукати населення до продуктивної праці. Вирішення регуляторною політикою конкретних завдань щодо формування й розвитку ринку праці в умовах трудоресурсної волатильності має здійснюватись в рамках загальнонаціональної цільової стратегії зайнятості населення, з урахуванням структурних особливостей відповідності попиту та пропозиції на регіональному рівні. Зазначена стратегія, по-перше, має бути спрямована на гармонійне поєднання державних й ринкових регуляторів, по-друге, бути націлена на стратегічний розвиток робочої сили через приведення характеристик останньої у відповідність до попиту, по-третє, має бути здатна ефективно реалізовувати функцію кадрового забезпечення на мікрорівні.

Мищенко С. А. Закономерности формирования и развития рынка труда в условиях трудоресурсной волатильности: теоретико-методологический аспект

В статье указано, что рынок труда является важным элементом рыночной экономики, который выполняет важнейшие проверить в системе воспроизводства рабочей силы, распределения ее между отраслями и секторами экономики, регулируя объемы спроса и предложения работников, предоставляя импульс профессиональной и территориальной мобильности. Определено, что в системе рыночной экономики рынок труда является индикатором, состояние которого позволяет оценить действенность социально-экономических преобразований. Современные взгляды на рынок труда были сформированы

© ***S.Mishchenko / Міщенко С. О., 2019***

длительным процессом эволюции экономической мысли по формированию и развитию данного рынка. Первые научные исследования в этой сфере касались роли труда в экономической системе и освещали проблемы ее использования в условиях стихийной, нерегулируемой рыночной экономики в Англии. Сделан вывод, что при таких условиях украинский рынок труда требует поиска механизмов повышения конкурентоспособности рабочей силы и создания стимулов, которые способны побудить население к производительному труду. Решение регуляторной политикой конкретных задач по формированию и развитию рынка труда в условиях трудоресурсной волатильности должно осуществляться в рамках общенациональной целевой стратегии занятости населения, с учетом структурных особенностей соответствия спроса и предложения на региональном уровне. Указанная стратегия, во-первых, должна быть направлена на гармоничное сочетание государственных и рыночных регуляторов, во-вторых, быть нацелена на стратегическое развитие рабочей силы из-за приведение характеристик последней в соответствие со спросом, в-третьих, должно быть способна эффективно реализовывать функцию кадрового обеспечения на микроуровне.

Постановка проблеми та актуальність. Ринок праці є важливим елементом ринкової економіки, який виконує найважливіші функції в системі відтворення робочої сили, розподілу її між галузями та секторами економіки, регулюючи обсяги попиту та пропозиції працівників, надаючи імпульс професійній і територіальній мобільності. У сучасному світі значний вплив на ринок праці здійснює зростаюча динаміка техніко-технологічних і організаційних інновацій, які поступово змінюють структуру національного виробництва, вектор розвитку ринку праці, кількісні та якісні потреби галузей економіки у робочій силі.

Ситуація, що склалась на ринку праці України, є прямо залежною від впливу багатьох факторів, наслідком чого стало формування трудоресурсної волатильності на ринку праці, яка характеризується вираженим дисбалансом попиту та пропозиції робочої сили за кількісними та якісними характеристиками. На ринку праці трудоресурсна волатильність стає серйозною проблемою, яка демонструє порушення рівноваги між пропозицією робочої сили та попитом на робочі місця, одночасно підкреслюючи наявність невикористаного трудового ресурсу при його дефіциті, що призводить до зниження обсягів промислового виробництва, створюючи обмеження національного економічного зростання.

За даних умов актуальним стає дослідження концептуальних поглядів на закономірності аспектів формування і розвитку ринку праці з позиції новітніх трендів трудоресурсного забезпечення, що передбачає змістовний аналіз відповідного теоретико-методологічного фундаменту з метою визначення напрямів протидії трудоресурсній волатильності.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні та прикладні аспекти функціонування ринку праці склались під впливом фундаментальних досліджень представників економічної науки: А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.Б. Сей, К. Маркс, Дж. Кейнс, Р. Харрод та ін. Вчені-економісти сучасності – С. Бандур, Д. Богіня, В. Василенко, В. Дружиніна, Е. Лібанова, Л. Лісогор, С. Калініна, Ю. Маршавін, В. Савченко та ін., – досліджували проблеми забезпечення рівноваги на ринку праці, регулювання його попиту та пропозиції, ефективного використання робочої сили, досягнення повної зайнятості. Беручи до уваги те, що наукових напрацювань за даною тематикою достатньо багато, слід акцентувати увагу на вирішенні практичних питань, пов’язаних з нівелюванням впливу трудоресурсної волатильності на український ринок праці, що вимагає вивчення і нового осмислення економічних теорій, які стосуються функціонування і розвитку ринку праці.

Виклад основного матеріалу дослідження. В системі ринкової економіки ринок праці є індикатором, стан якого дозволяє оцінити дієвість соціально-економічних перетворень. Сучасні погляди на ринок праці були сформовані тривалим процесом еволюції економічної думки щодо формування і розвитку даного ринку. Перші наукові дослідження в цій сфері стосувались ролі праці в економічній системі та висвітлювали проблеми її використання в умовах стихійної, нерегульованої ринкової економіки в Англії.

Економічна теорія XVIII–XIX ст. ґрунтувалась на доктрині, що джерелом багатства країни є земля та інші природні ресурси. В економічній науці почалась дискусія щодо необхідності й можливості державного втручання в економіку. Так, впевнений у досконалості ринкових регуляторів, А. Сміт заперечував доцільність державного регулювання, вважаючи, що вільна від державного регулювання ринкова економіка здатна забезпечувати повне використання виробничих ресурсів, в тому числі й праці [14, с. 60].

На відміну від А. Сміта, Д. Рікардо констатував наявність багатомірності видів праці, які створюють її вартість. Д. Рікардо стверджував, що до вартості праці також включається й вартість минулої праці, яка витрачена на засоби, інструменти та будівлі.

За Д. Рікардо, вартість не може складатись з доходів, оскільки є породженням праці [14, с. 66]. Д. Рікардо вперше ввів поняття «природна норма заробітної плати», яка відповідає фізіологічному мінімуму, необхідному для нормального відтворення робочої сили [14, с. 66].

Наукові погляди представників класичної школи формувались у часи, коли існувала вільна конкуренція, а ринкова система не переживала економічних криз. Така ситуація сприяла формуванню наукової думки, відповідно до якої ринкова система здатна забезпечити повне використання ресурсу праці. Класики трактували працю як один із факторів виробництва, фактично розглядаючи її як товар. Їх теорія передбачала, що повна зайнятість забезпечувала збалансованість попиту і пропозиції на ринку праці. Перехід від ручного, ремісничо-мануфактурного до великого машинного виробництва (промисловий переворот – друга половина XVIII ст.), сприяв розширенню діапазону досліджень праці та трудової діяльності людини.

Представник французької економічної думки Ж.Б. Сей, розвиваючи теорію А. Сміта, у власних працях «Трактат політичної економіки» (1830 р.) та «Курс політичної економіки» (1829–1830 рр.) вивчив роль ринку у задовільненні потреб людини. Ж.Б. Сей висунув думку, що людина виробляє і продає товари з метою придбання інших товарів, тобто виробництво створює свій власний попит [16, с. 70].

Наприкінці XIX ст. теорія ринку праці сформувалась у вигляді різних концепцій та шкіл. Еволюція класичної політичної економії сприяла формуванню принципово нових поглядів щодо виникнення, становлення та розвитку ринку праці. Відповідно до основних економічних вимог того часу, поступово відбуваються зміни у трактуванні термінів.

Так, К. Маркс уперше ввів у науковий обіг категорію «робоча сила» – сукупність фізичних і духовних здібностей, якими володіє організм [3, с. 23]. За К. Марксом, людина стає носієм праці, використовуючи власну робочу силу у процесі трудової діяльності.

Найбільш впливовим напрямком, що протистояв марксизму в економічній теорії у XIX ст., став *маржиналізм*. Теоретична думка представників маржиналізму підтверджувала, що вартість будь-якого товару визначається його граничною користю для людини, а не витратами праці на його виробництво [14, с. 15].

В останній третині XIX ст. на зміну класичній та марксистській економічним теоріям прийшла *неокласична теорія,* основною ідеєю якої стає теза про вільну конкуренцію та невтручання держави в регулювання економіки. Неокласики надають великого значення інвестиціям у розвиток людського капіталу, вважаючи його драйвером економічного зростання. У руслі даного напрямку економічної науки удосконалювались процеси економіко-математичного аналізу, статистичного дослідження трендів і показників розвитку ринку праці, впливу кількісних і якісних показників ринку праці на динаміку ринків капіталу, робочої сили, інновацій.

Дж. Кейнс довів, що недостатній ефективний попит є основою негативних економічних явищ – економічних криз, низьких темпів зростання обсягів виробництва, безробіття тощо. Дж. Кейнс визнавав безробіття як найбільш гостру соціально-економічну проблему та вказував на певні важелі регулювання процесів, що відбуваються на ринку праці. Першочергову увагу Дж. Кейнс приділив компонентам ефективного попиту – споживанню й заощадженням (інвестиціям), а також факторам, які визначають рух цих

компонентів [7, с. 168]. Висновки і пропозиції *кейнсіанської школи* обґрунтовували ідеї щодо необхідності державного регулювання ринкової економіки.

Зміна акценту в економічних дослідженнях призвела до появи нової школи, яка отримала пізніше назву *неокейнсіанської*. Велику роль у формуванні неокейнсіанства відіграли англійські вчені Р. Харрод та О. Домар. Зокрема, для забезпечення рівноваги на ринку праці теорія *Р. Харрода* передбачала дослідження сукупних показників, що доводили необхідність повного використання наявних ресурсів та систематичне державне регулювання економіки. В свою чергу, О. Домар висловив думку, що динамічна збалансованість сукупного попиту і сукупної пропозиції визначається динамікою інвестицій, які утворюють нові потужності і нові доходи [6, с. 166-170].

В теорії *М. Фрідмена,* засновника і провідного теоретика *монетаризму*, було розрізнено пропозицію праці і пропозицію робочої сили, а також попит на працю та попит на робочу силу. На думку вченого, під пропозицією праці розуміється пропозиція робочих місць, в свою чергу, під пропозицією робочої сили – незайняте економічно активне населення. М. Фрідмен підкреслював необхідність досягнення рівноваги між ринком праці і ринком робочої сили [8, с. 10].

На початку XIX-XX століття одним із напрямків сучасної економічної думки стає *інституціоналізм*. Науковці даного напрямку, зокрема Т. Веблен, Дж. Данлоп, Дж. Гелбрейт, В. Клер Мітчелл, Л. Ульман, вважали рушійною силою розвитку людського суспільства інститути, приділяли увагу аналізу професійних і галузевих відмінностей у структурі робочої сили і, відповідно, у рівнях заробітної плати [1, с. 26]. На переконання В. Клер Мітчелла інститути є втіленням певних меж, які безпосередньо створюють суспільство, структуруючи політичні, економічні та соціальні взаємодії.

У другій половині 70-х рр. XX століття, як реакція на кризові явища 1973–1975 рр., виникла *теорія «економіки пропозиції»*. Прихильниками цієї теорії стали А. Лаффер, Р. Мандель, М. Фелдстайн, М. Боскін, які вважали, що надмірний рівень оподаткування зменшує стимули до праці та обмежує свободу підприємництва.

Ретроспективне дослідження категорії «ринок праці» дозволило розробити *генезис економічних теорій ринку праці* (рис.1).

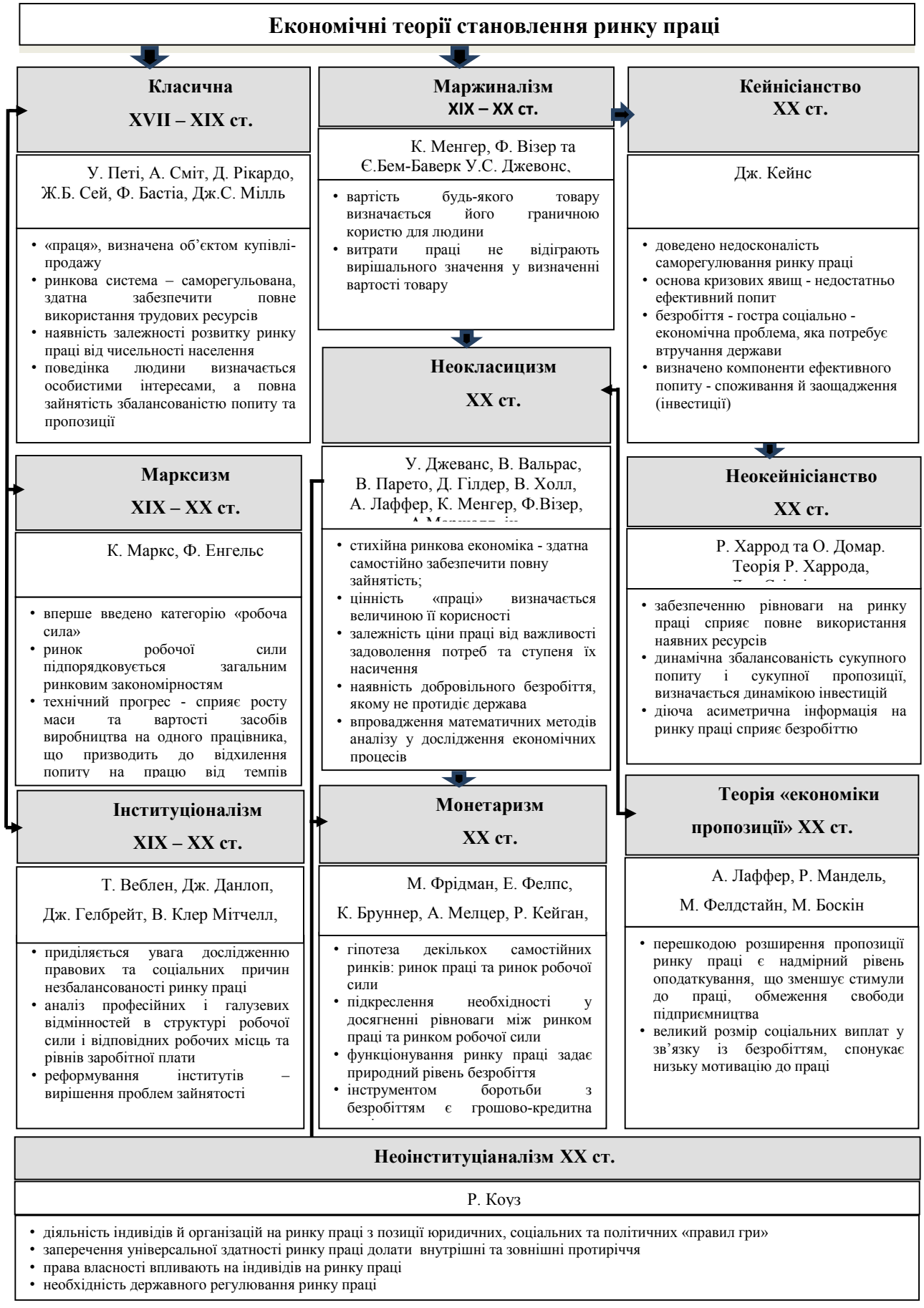


Рис.1. Генезис економічних теорій ринку праці *Побудовано на основі узагальнення даних джерел [2, с. 15-25; 17, с. 315-346; 9, с. 167-168;13, с.69-74].*

Загалом ринок праці як складова ринкової економіки є системою суспільних відносин узгодження інтересів роботодавців та найманої робочої сили; сукупністю економічного зв'язку між попитом та пропозицією робочої сили; місцем перетину різних економічних та соціальних інтересів і функцій, місцем взаємовідносин окремого підприємства та його працівників, потенційних або фактичних, але зацікавлених у переході на нове місце роботи в межах організації [15, с. 30].

До основних компонентів ринку праці належить індивідуальна пропозиція, яка має певні особливості, тісно пов'язані як з потребами самого працівника, так і з потребами його родини. В свою чергу, праця виступає особливим товаром, який є сукупністю духовних, фізичних, інтелектуальних здібностей людини, що виражені як трудовий потенціал індивідуума. Традиційно у теорії ринку праці попит на робочу силу визначено кількістю праці, яка може бути придбана за певну ціну та за певний час. Попит на ринку праці формується кількістю відкритих вакансій на підприємствах усіх форм власності та залежить від рівня продуктивності праці та технічного оснащення виробництва. Закриття вакансій здійснюється шляхом найму роботодавцем фахівців з відповідним рівнем освіти та кваліфікації.

Таким чином, формуються відносини між найманим працівником та роботодавцем, які сприяють об'єднанню робочої сили та засобів виробництва, тим самим задовольняючи потреби перших у праці та заробітній платі, а других – у виробництві та прибутку. При цьому держава забезпечує баланс інтересів суб'єктів ринку праці, виступає посередником між роботодавцем та найманим працівником, створюючи умови для повного здійснення громадянами права на працю, забезпечуючи таким чином необхідну соціальну рівновагу. На основі проведеного дослідження, з урахуванням сучасних тенденцій розвитку ринку праці, побудуємо структурну схему функціонування ринку праці (рис. 2.).

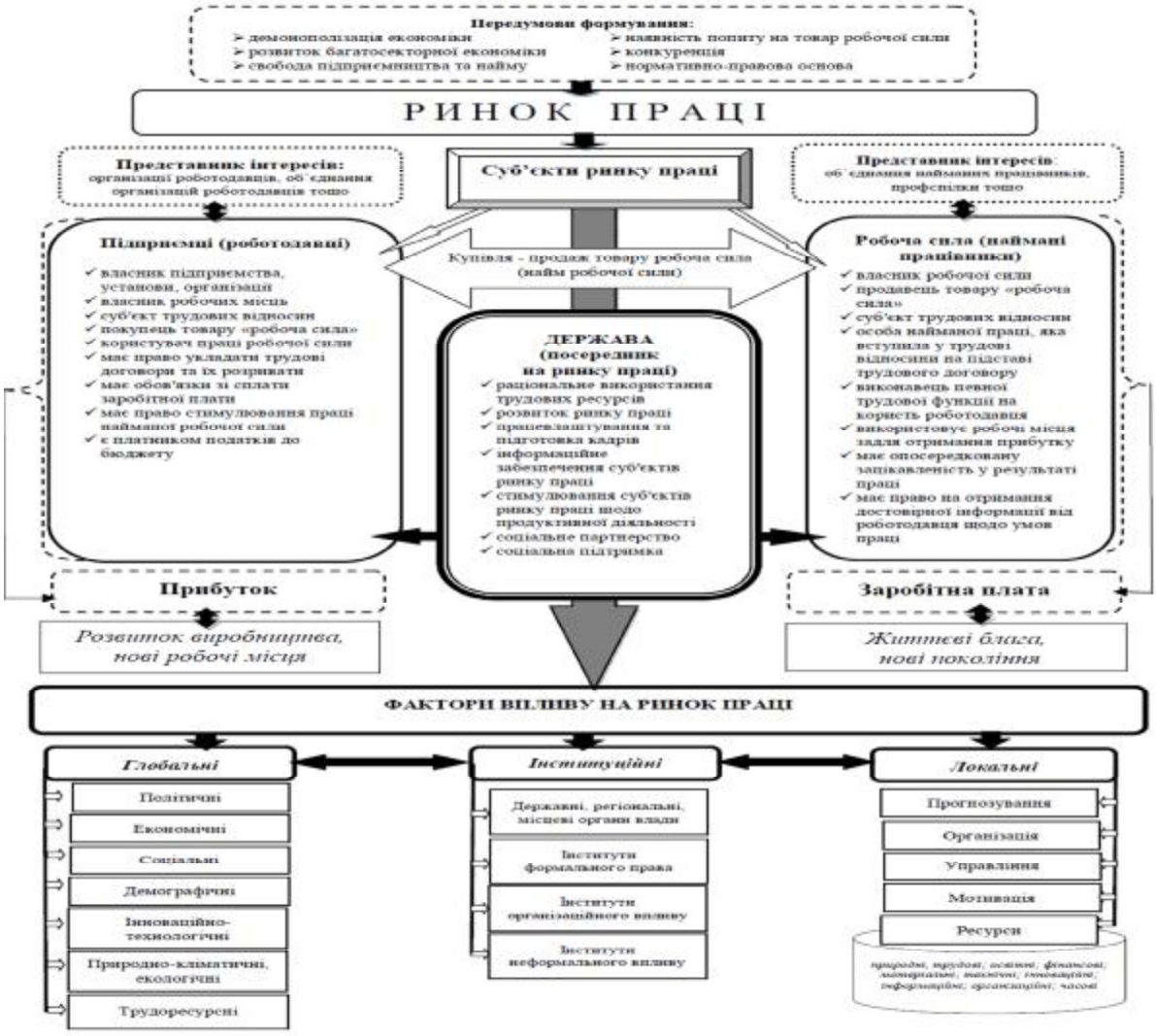


Рис. 2. Структурна схема функціонування ринку праці.

Побудовано та доповнено автором на основі узагальнення даних джерел [4; 3; 5; 9; 10; 11]

Таким чином, система відносин суб'єктів на ринку праці побудована за декількома складовими: по-перше, відносини між найманими працівниками та роботодавцями; по-друге, між суб'єктами та їх представниками; по-третє, між суб'єктами та державою.

На основі результатів проведеного дослідження можна запропонувати визначення поняття *«ринок праці»* як сфери ринкової економіки, де формування попиту та пропозиції робочої сили забезпечує реалізацію цільової спрямованості відтворювального процесу, виконуючи функцію збалансованості трудових ресурсів з робочими місцями, забезпечуючи розподіл та перерозподіл економічно активного населення, сприяючи зайнятості, посиленню ефективності використання людського потенціалу, подоланню структурних диспропорцій між попитом та пропозицією робочої сили, забезпечуючи підвищення якості робочої сили, мотивації до праці, трудову мобільність та гідну оплату праці. Ринок праці знаходиться під впливом значного числа факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Систематизація факторів впливу на розвиток ринку праці дозволяє поєднати їх у три групи: глобальні, інституціональні та локальні. Інституціональні та локальні фактори спрямовані на забезпечення формування пропозиції робочої сили відповідної чисельності та якості. За умов глобалізації посилюється нестабільність ринку праці та механізмів його формування – загальної пропозиції робочої сили та створення загального попиту (рис. 3).

Під зовнішнім впливом ринок праці деформується, набуваючи ознак волатильності (від англ. *volatility* – мінливість, неоднорідність, несталість), яка, в першу чергу, виражена

дисбалансом між професійно-кваліфікаційними вимогами до робочої сили та її реальним станом.

Трансформація вимог до працівника стає наслідком як змін ринку праці, так і змін рівня розвитку трудового потенціалу робочої сили. Розподільчі функції ринку праці, які не здатні задовольнити сучасний попит на робочу силу у кількісному та якісному вимірі, стають проявом трудоресурсної волатильності, яка у довгостроковій перспективі призведе до скорочення сукупної пропозиції робочої сили. Враховуючи те, що одним із факторів економічного зростання, який визначає масштаби реального обсягу виробництва та підвищення його ефективності, є збільшення чисельності та підвищення якості трудових ресурсів, наявність трудоресурсної волатильності стає прямим чинником стримування здатності до національного економічного розвитку.

За таких умов український ринок праці потребує пошуку механізмів підвищення конкурентоспроможності робочої сили та створення стимулів, які здатні спонукати населення до продуктивної праці. Вирішення регуляторною політикою конкретних завдань щодо формування й розвитку ринку праці в умовах трудоресурсної волатильності має здійснюватись в рамках *загальнонаціональної цільової стратегії зайнятості населення*, з урахуванням структурних особливостей відповідності попиту та пропозиції на регіональному рівні. Зазначена стратегія, *по-перше,* має бути спрямована на гармонійне поєднання державних й ринкових регуляторів, *по-друге,* бути націлена на стратегічний розвиток робочої сили через приведення характеристик останньої у відповідність до попиту, *по-третє,* має бути здатна ефективно реалізовувати функцію кадрового забезпечення на мікрорівні.

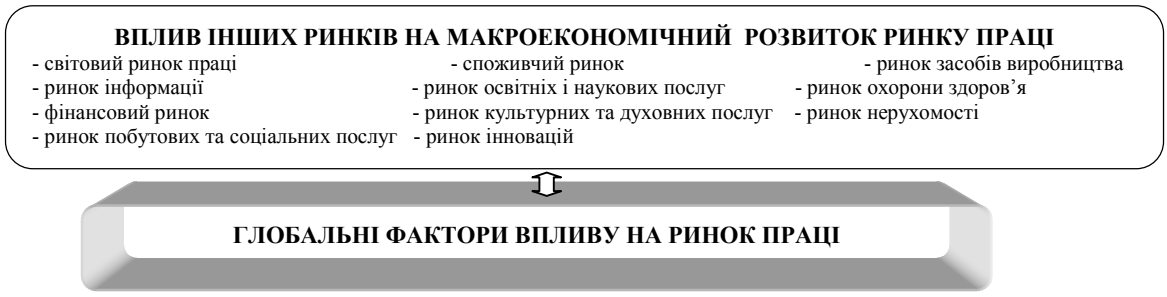


Рис. 3. Глобальні фактори впливу на розвиток ринку праці.

Побудовано автором на основі узагальнення даних джерел [12, с. 137-139; 4, с. 223; 3, с. 37]

Список використаних джерел:

1. Васильченко В. С., Василенко П. М. Ринок праці та зайнятість / В. С. Васильченко, П. М. Василенко / Ч.1. – К. : ІПК ДСЗУ. – 2005. – 246 с.

2. Гукасьян Г. М. Экономическая теория. 3-е изд. – СПб. : Питер, 2010. – 512 с.

3. Дружиніна В. В. Місцевий ринок праці: умови функціонування, методи та способи забезпечення збалансованості: монографія / В. В. Дружиніна; наук. ред. В. М. Василенко; НАН України, Ін-т економіко-правових досліджень. – Донецьк: Юго-Восток, 2014. – 366 с.

4. Зуб М. Я. Фактори впливу на розвиток регіонального ринку праці / М. Я. Зуб // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – Т. 1 – С. 221 – 224 URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_1/pdf/221-224.pdf

5. Калина А. В. Ринок праці (національний та міжнародний аспекти): навч. посіб. / А. В. Калина. – К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2010. – 216 с. : іл. – Бібліогр. : С. 210 – 213.

6. Кириленко В. В. Історія економічних вчень: Навчальний посібник / За ред. В. В. Кириленка. – Тернопіль: «Економічна думка», 2007. – 233 с.

7. Мацелюх Н. П., Максименко І. А. Економічні теорії в системі наукових економічних знань / Н. П. Мацелюх, І. А. Максименко, В. В. Мартиненко, М. М. Теліщук та ін. – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 226 с.

8. Маршавін Ю. М. Ринок праці та функціонування державної служби зайнятості – К. : Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості, 1998. – 169 с.

9. Мороз В. Інститути ринку праці як об'єкт державно - управлінського впливу на трудовий потенціал країни / В. Мороз // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2013. – № 2. –С. 98 – 107. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2013_2_14.

10. Нартюк О. В. Сучасні чинники впливу на зайнятість економічно активного населення в трудонадлишкових регіонах України / О. В. Нартюк // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка. – 2016. – Вип. 1. – С. 239 – 245. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2016_1_41.

11. Павлюк Т. І. Особливості ринку праці в Україні / Павлюк Т. І., Ковальова А. А., Ніколайчук Н. П. // Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 8. – С. 876 – 881. – URL : http://global-national.in.ua/archive/8-2015/184.pdf.

12. Рубежанська В. О. Вплив факторів зовнішнього середовища на сучасний ринок праці / В.О. Рубежанська // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Вип. 20. – Ч. 2. – С. 136 – 140.

13. Смедлаева Э. М. Эволюция концепции «рынок труда» / Э. М. Смедлаева // Культура народов Причерноморья. – 2011. – № 197, Т. 2. – С. 69 – 74. – URL : http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/54786.

14. Тарасевич В. М. Історія економічних вчень / за ред. Тарасевича В. М., Петруні Ю. Є. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 352 с.

15. Теліщук М. М. Історія економіки та економічної думки (у схемах і таблицях) / М. М. Теліщук, М. М. Теліщук. – Ірпінь: Видавництво Національного університету ДПС України, 2015. – 556 с.

16. Шлендер П. Э. Рынок труда / Под ред. проф. П. Э. Шлендера. – М. : Вузовский учебник, 2004. – 208 с.

17. Якобчук В. П. Історія економіки та економічної думки / В. П. Якобчук, Ю. В. Богоявленська, С. В. Тищенко – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 476 с.

References (BSI)

1. Vasilchenko V.S., Vasilenko P.M. (2005), "Labor Market and Employment", ["Rinok praci ta zajnjatist'"], V.S. Vasilchenko, P.M. Vasilenko, Part 1, K.: PES PES, 246 p.

2. Gukasyan G.M. (2010), "Economic theory", ["Jekonomicheskaja teorija"], 3rd ed., St. Petersburg., Peter, 512 p.

3. Druzhinina V.V. (2014), "Local labor market: operating conditions, methods and methods of ensuring balance", ["Miscevij rinok praci: umovi funkcionuvannja, metodi ta sposobi zabezpechennja zbalansovanosti"], monograph, V.V. Druzhinina, Sciences. ed. V.M. Vasilenko, NAS of Ukraine, Institute of Economic and Legal Research, Donetsk: Southeast, 366 p.

4. Zub M.Y. (2009), "Factors of influence on the development of the regional labor market", ["Faktori vplivu na rozvitok regional'nogo rinku praci"], M.Y. Zub, Bulletin of the Khmelnitsky National University, No. 5., Vol. 1, pp. 221 - 224 available at: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_1/pdf/221-224.pdf

5. Kalina A.V. (2010), "Labor market (national and international aspects)", ["Rinok praci (nacional'nij ta mizhnarodnij aspekti)"],textbook. tool., A.V. Kalina, K., SE "View. House of Personnel, pp. 210 - 213.

6. Kyrylenko V.V. (2007),"History of economic doctrines", ["Istorija ekonomichnih vchen'"], textbook, Ed. V.V. Kirilenko, Ternopil: «Economic Thought», 233 p.

7. Matselyukh N.P., Maksimenko I.A. (2015), "Economic theories in the system of scientific economic knowledge", ["Ekonomichni teorії v sistemi naukovih ekonomichnih znan'"], N.P. Matselyukh, I.A. Maksimenko, V.V. Martynenko, M.M. Telishchuk and others, K., Center for Educational Literature, 226 p.

8. Marshavin Yu. M. (1998), "The Labor Market and Functioning of the State Employment Service", ["Rinok praci ta funkcionuvannja derzhavnoї sluzhbi zajnjatosti"], K, Institute of Training of the State Employment Service, 169 p.

9. Moroz V. (2013), "Labor Market Institutes as Object of State and Administrative Influence on Labor Potential of the Country", ["Instituti rinku praci jak ob'єkt derzhavno - upravlins'kogo vplivu na trudovij potencial kraїni"], V. Moroz, Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, No. 2, pp. 98 – 107, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2013_2_14.

10. Nartyuk O.V. (2016), "Modern factors of influence on employment of economically active population in the labor-deprived regions of Ukraine", ["Suchasni chinniki vplivu na zajnjatist' ekonomichno aktivnogo naselennja v trudonadlishkovih regionah Ukraїni"], O.V. Nartyuk, Scientific Bulletin of the Mukachevo State University. Avg. Economy, VIP. 1, pp.239–245, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2016_1_41.

11. Pavlyuk T.I., (2015), "Peculiarities of the labor market in Ukraine", ["Osoblivosti rinku praci v Ukraïni"], T.I. Pavlyuk, A.A. Kovaleva, N.P. Nikolaychuk, Mykolaiv National University named after V.O. Sukhomlinsky, Vip. 8, pp. 876 – 881, available at: http://global-national.in.ua/archive/8-2015/184.pdf.
12. Rubezhanskaya V.A. (2016), "Influence of environmental factors on the modern labor market", ["Vpliv faktoriv zovnishn'ogo seredovishha na suchasnij rinok praci"], V.O.Rubezhanskaya, Scientific Bulletin of the Kherson State University, VIP. 20, Part 2, pp. 136 - 140.
13. Smedlaeva E. M. (2011), "Evolution of the concept of "labor market"", ["Jevoljucija koncepcii «rynok truda»"], E. M. Smedlaeva, Culture of the peoples of the Black Sea, No. 197, T. 2, pp. 69 – 74, available at: http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/54786.
14. Tarasevich V.M. (2013), "History of economic doctrines", ["Istorija ekonomichnih vchen'"], ed. Tarasevich V.M., Petruni Yu. E, K., "Center for Educational Literature", 352 p.
15. Telishchuk M.M. (2015), "History of Economics and Economic Thought (in diagrams and tables), M.M. Telishchuk, M.M. Telishchuk, Irpin, Publisher of the National University of the STS of Ukraine, 556 p.
16. Schlender P. E. (2004), "Labor Market", ["Istorija ekonomiki ta ekonomichnoï dumki (u shemah i tablicjah)"], Ed. prof. P.E. Schlender, M., Vuzovsky textbook, 208 p.
17. Yakobchuk V.P. (2015), "History of Economics and Economic Thought", ["Istorija ekonomiki ta ekonomichnoï dumki"], V.P. Yakobchuk, Yu. V. Bogoyavlenskaya, S.V. Tyshchenko, K, "Center for Educational Literature", 476 p.

Keywords: *population, living standards, welfare, poverty, income, social standards.*
Ключові слова: *населення, рівень життя, добробут, бідність, доходи, соціальні стандарти.*
Ключевые слова: *население, уровень жизни, благосостояние, бедность, доходы, социальные стандарты.*

Рецензент: Калініна Світлана Петрівна, професор кафедри управління персоналом та економіки праці, д.е.н., професор, Інститут підготовки кадрів державної служби занятості України м. Київ,

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/c602ee4763de4d289cedb3f560ad2b81

УДК 338.48

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

https://orcid.org/0000-0001-7017-2172
Боднарук Оксана Вікторівна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування кафедри МіБА, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, bodnaruk.ov@gmail.com, +380958955338

Bodnaruk Oksana Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of marketing and business administration of SHEI "Pryazovskyi State Technical University", Mariupol, Ukraine

O. Bodnaruk Using innovative marketing technologies in the tourism industry.
The article explores the role of the tourism industry in the global economy, reveals the specifics of the innovation process in the field of tourism. The concept of "innovation in tourism" is defined as systemic events that have a qualitative novelty, which leads to positive changes and ensures the stable functioning of the tourism industry. The classification of innovations in tourism by the object of their use is given. The main directions of using marketing innovative technologies in the field of tourism services are considered: the release of new types of tourism products, changes in the organization of production and consumption, the identification and use of new markets for products, and the use of new equipment and technologies. The factors that accelerate the implementation of marketing innovations are investigated. The role of electronic business in the implementation of marketing technologies is shown. The necessity of developing the latest directions of Internet marketing in the tourism industry, including mobile, viral, block marketing, branding and geomarketing, has been proved. The role of innovative advertising companies as one of the central elements of the marketing activities of travel agencies is shown. The necessity of using modern technical support, computer technology and non-standard methods of presenting information during their implementation has been proved. It was determined that marketing innovations in tourism have a qualitative novelty that affects promising areas of tourism development, improvement of existing tourism products, increasing the image and competitiveness of tourism industry enterprises.

Боднарук О.В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії.
В статті досліджено роль туристичної галузі в світової економіці, розкрито специфіку інноваційного процесу в сфері туризму. Визначено поняття «інновації в туризмі» як системних заходів, що мають якісну новизну, які приводять до позитивних зрушень та забезпечують стійке функціонування галузі туризму. Наведено класифікацію інновацій в туризмі за об'єктом їх застосування. Розглянуто основні напрями використання маркетингових інноваційних технологій у сфері туристичних послуг: випуск нових видів туристичного продукту, зміна в організації виробництва і споживання, виявлення і використання нових ринків збуту продукції, а також використання нової техніки і технології. Досліджено чинники, які прискорюють впровадження маркетингових інновацій. Показано роль електронного бізнесу в впровадженні маркетингових технологій. Доведено необхідність розвитку новітніх напрямів інтернет-маркетингу в сфері туризму, у тому числі мобільного, вірусного, блог-маркетингу, брендингу та геомаркетингу. Показана роль інноваційних рекламних компаній як одного із центральних елементів маркетингової діяльності туристичних фірм. Доведено необхідність застосування під час їх проведення сучасного технічного забезпечення, комп'ютерних технологій і нестандартних способів подачі інформації. Визначено, що маркетингові інновації в туризмі мають якісну новизну, яка впливає на перспективні напрями розвитку туризму, удосконалення існуючих туристичних продуктів, підвищення іміджу і конкурентоздатності підприємств туріндустрії.

Боднарук О.В. Использование инновационных маркетинговых технологий в туристической индустрии.
В статье исследована роль туристической отрасли в мировой экономике, раскрыта специфика инновационного процесса в сфере туризма. Определено понятие «инновации в туризме» как системных мероприятий, которые имеют качественную новизну, которая приводит к позитивным изменениям и обеспечивает устойчивое функционирование отрасли туризма. Приведена классификация инноваций в туризме по объекту их использования. Рассмотрены основные направления использования маркетинговых инновационных технологий в сфере туристических услуг: выпуск новых видов туристического продукта,

© ***O.Bodnaruk / Боднарук О.В., 2019***

изменение в организации производства и потребления, выявление и использование новых рынков сбыта продукции, а также использование новой техники и технологии. Исследованы факторы, которые ускоряют внедрение маркетинговых инноваций. Показана роль электронного бизнеса во внедрении маркетинговых технологий. Доказана необходимость развития новейших направлений интернет-маркетинга в сфере туризма, в том числе мобильного, вирусного, блок-маркетинга, брендинга и геомаркетинга. Показана роль инновационных рекламных компаний как одного из центральных элементов маркетинговой деятельности туристических фирм. Доказана необходимость использования во время их проведения современного технического обеспечения, компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации. Определено, что маркетинговые инновации в туризме имеют качественную новизну, которая влияет на перспективные направления развития туризма, усовершенствование существующих туристических продуктов, повышение имиджа и конкурентоспособности предприятий туриндустрии.

Постановка проблеми. Протягом кількох років туризм зазнавав постійного зростання. Інтенсивна диверсифікація робить його все більш глобалізованим, конкурентоспроможним сектором з постійними інноваційними потребами. Отже, не випадково він став одним із головних секторів економічного зростання в усьому світі. Туризм в даний час постійно пов'язаний з розвитком, оскільки його динамізм допоміг перетворити його в сектор капіталу для соціального та економічного прогресу. У контексті все більш глобалізованого та конкурентоспроможного управління туристичними напрямками необхідною є використання інноваційних та стійких маркетингових технологій для забезпечення найкращих можливих результатів у часі. Інновації в туристичному секторі пов'язані з використанням інформаційно-комунікаційних технологій (надалі ІКТ), які в даний час відіграють важливу роль у будь-якій галузі суспільства, зокрема в будь-якої з тих, що пов’язана з туристичним сектором. Цифрово-технологічна революція та вплив ІКТ на туристичну сферу підкреслюють важливість інвестицій у найбільш відповідні та сучасні технологічні напрями у компаніях, що надають туристичні послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою інноваційного підходу в туристичному бізнесі займаються видатні вчені М.Малахова, В.Аньшин, І.Смирнов, Ю.Драчук, О.Любчук, В.Гончар. Питання ефективного використання системи маркетингових технологій на туристичних підприємствах вважається актуальним, тому що саме маркетинг в індустрії туризму покликаний значно підвищити конкурентоспроможність туристичної фірми.

Метою статті є вивчення та узагальнення наукових поглядів на інноваційні маркетингові технології в сфері туризму, а також визначення перспективних напрямів підвищення ефективності розвитку туристичного бізнесу на основі використання інноваційного маркетингу.

Результати дослідження. Галузь туризму вважають економічним феноменом. За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО) у 2017р. туризм склав 10% світового ВВП. Експорт туристичних послуг досяг US$1,6 трлн., або 7% світового експорту чи 30% від міжнародного експорту послуг. За даними ЮНВТО, в індустрії туризму охоплено від 40 до понад 100 видів економічної діяльності,створюється кожне 10 нове робоче місце. Туризм демонструє майже десять років постійні стабільні темпи зростання (3,4% річних) [1].

Інновації стають одним із найважливіших елементів сучасного суспільства та мінливим глобальним характером бізнесу. Було проведено чимало досліджень щодо інновацій та маркетингових інновацій. Однією з головних причин того, що інноваціям приділяють стільки уваги, є те, що компанії стають успішними та мають змогу досягти конкурентної переваги на основі цих інноваційних продуктів, процесів чи послуг. У сьогоднішньому глобально конкурентному середовищі ключовим фактором бути найкращим та досягти найвищої частки ринку є розуміння того, чого хочуть клієнти та задоволення їх потреб, що постійно змінюються.

Успішні фірми визнали той факт, що залучення клієнтів - це двосторонній діалог, і це дуже важливо для довгострокового розвитку та прибутковості компанії. Інновації в

поєднанні з маркетингом допомагають компанії зростати, надаючи цінну для споживачів продукцію та послуги.

Швидкий темп, з яким розвивається світ, змінив спосіб життя людей і створив потребу в змінах, тим самим зробивши маркетингові інновації ще більш важливою концепцією, яку потрібно вивчати та впроваджувати. Поточні клієнти завжди шукають нових розробок, тоді як потенційні клієнти хочуть диференціювати фактор, який є одним з багатьох факторів, що знаходяться в рамках маркетингових інновацій.

Компанії по-різному сприймають те, що стосується інновацій, особливо, коли вони мають справу з маркетинговими інноваціями. Незважаючи на те, що базове сприйняття може бути різним для кожної організації, головний момент полягає в тому, що якщо інновації не будуть вбудовані у кожну структуру системи, яку має фірма, її неможливо реалізувати. Кожна організація, щоб досягти успіху, потребує інноваційних і маркетингових інновацій, може допомогти їм від мікро- до макрорівні отримати позицію, про яку вони мріють. У свою
чергу ефективність впровадження інновацій стає актуальним завданням у процесі реалізації заходів, спрямованих на розвиток туристичного підприємства.

Інновації - це не щось нове, а датується доісторичними часами, коли людині вдалося перетворити ідеї на реалізацію. Інновації людства продовжували розвиватися з часом з величезними варіантами, починаючи від керуючого вогнем до лампочки, до нового медикаменту, який був нещодавно розроблений. Визначаючи процес інновацій, Jacobs та Snijder пояснюють це як розробку та вибір ідей для інновацій з подальшим перетворенням цих ідей в інноваційні.

Враховуючи безліч форм інновацій, багато авторів стверджують, що організаціям важливо здійснювати інновації та одночасно керувати інноваціями. Таким чином, управління інноваціями було широко вивченим напрямком, і згідно з Брінкшоу, управління інноваціями - це постійна та свідома організація, контроль та здійснення діяльності, що веде до інновацій.

Сучасна теорія бізнесу стверджує, що компанії повинні конкурувати, щоб утримати або отримати частку ринку, і, в усьому цьому, інновації вважаються ключовими для створення та досягнення конкурентної переваги. Це не пов'язане з конкурентною перевагою на зростаючих ринках, як і на зрілих ринках, і на відміну від більшості інших ділових практик, інновації можуть змінити конкурентний баланс на зрілих ринках. Австрійський вчений Й. Шумпетер, який є основоположником теорії інновацій в своїй роботі «Теорія економічного розвитку» [2] зазначає, що теорія економічного розвитку базує економічний розвиток на п'яти типах економічних нововведень, включаючи створення або відкриття нового продукту, нового ринку, нового джерела сировини, нової організаційної структури виробництва.

Розглядаючи основні теоретичні та практичні аспекти інновацій в туризмі, І. Жукович визначає наступні особливості інновацій в індустрії туризму [3, с.75]:

- інновації в туризмі мають нематеріальну основу;
- інноваціям в туризмі властивий сервісний характер, вони спрямовані на вдосконалення взаємодії зі споживачем та максимальне задоволення запитів і вподобань клієнтів;
- інновації в туризмі незахищені патентами і ліцензіями, що надає можливість їх копіювання у конкурентів;
- поняття радикальної інновації відсутнє у сфері індустрії туризму, новизна визначається в сфері конкретного підприємства, що їх застосовує.

Використовуючи напрями, запропоновані Й.Шумпетером, вітчизняні вчені Н.Кампов, Л.Медвідь, О.Касинець, С.Махлинець надають наступну класифікацію інновацій у туризмі за об’єктом застосування (табл.1) [4, с.250].

Таблиця 1

Класифікація інновацій у туризмі за об'єктом застосування

Типи інновацій у туризмі	Приклади
1. Продуктові інновації – впровадження у туристський ринок нового й удосконалення існуючого турпродукту (туру, послуги)	Розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напряму подорожей; пропозиція нових послуг (наприклад, оздоровчі послуги в готелях)
2.Ресурсні інновації - використання нового виду туристичних ресурсів для організації туризму та розробки нових турів і послуг	Освоєння нетрадиційних об'єктів показу (наприклад, індустріальний і дігг-туризм (сталкінг), мілітарітуризм; будівництво нових інфраструктурних об'єктів; пропозиція ринку нової події (наприклад, фестивалю)
3.Техніко-технологічні інновації – впровадження нової або істотно поліпшеної техніки і технології обслуговування клієнтів, просування і реалізації послуг	Електронні системи бронювання в готелях; електронні системи продажу авіаквитків; Інтернет-реклама; Е-комерція (в мережі Інтернет), наприклад, створення віртуальних турагентств
4. Організаційні інновації – впровадження більш ефективних структур управління й порядку організації діяльності фірми, нових профілів робочих місць і професійних вимог	Розвиток інтегрованих готельних ланцюгів; використання систем управління готелем за контрактом; використання комп'ютерних клієнтських баз даних, GRM-систем
5. Маркетингові інновації - виділення нових сегментів ринку, обслуговування нових груп клієнтів(виділених за географічною, соціально-демографічною, поведінковою ознаками)	Вхід на нові географічні ринки; розробка спеціальних турів і послуг для окремих груп споживачів (наприклад, людей з обмеженими можливостями)

Під час впровадження маркетингових інновацій туристична фірма повинна постійно стежити за всіма змінами, що відбуваються на ринку туристичних продуктів, встигати реагувати на кожне з них. Стимулюючий вплив на маркетингові інновації в туризмі мають різноманітні чинники (табл. 2)

Таблиця 2

Чинники, що прискорюють впровадження маркетингових інновацій в туризмі

Група чинників	Напрями прискореного впливу чинників
Економічні	- розвиток конкуренції на туристичному ринку; - високий рівень інтегрованості туризму в світогосподарську систему; - поява нових вимог споживачів до якості туристичного продукту; - прагнення компаній зміцнити позиціювання на ринку
Технологічні	- розвиток інформаційних технологій, їх прискорене використання у туризмі та суміжних галузях; - розширення горизонтальних потоків інформації
Правові	- підтримка розвитку туризму владою; - розробка державної концепції розвитку туризму; - державні закони, правові акти, що визначають економічні та політичні принципи функціонування туристичних підприємств

Використання маркетингових інноваційних технологій у сфері туристичних послуг, як відзначається в роботі [5, с.222], розвивається за кількома напрямами. Перший – це випуск нових видів туристичного продукту. Другий напрямок – зміна в організації виробництва і споживання (застосування передових методів маркетингу та менеджменту). Третій напрямок – виявлення і використання нових ринків збуту продукції, а також використання нової техніки і технології. Саме останній напрямок заслуговує окремої уваги, тому що використання ІКТ приносить вагомий ефект для діяльності підприємств туристичної індустрії.

Можна констатувати той факт, що туризм та туристична індустрія були одними з найбільш успішних у використанні Інтернету для продажу своєї продукції. Звернення до можливих споживачів за допомогою Інтернету суттєво змінило придбання туристичних послуг та продуктів, а зміни технологій створили нові можливості для дозвілля та туристичних організацій. Сьогодні мова йде не просто про те, щоб мати оновлений веб-сайт із інформацією про нього, але ми перейшли на інший рівень, завдяки якому туристичні напрямки, організації та компанії використовують соціальні мережі та електронний туризм для просування, реклами, демонстрації та, більш за все, для того, щоб споживачі були в курсі будь-якої оновленої інформації за секунди.

В результаті вдосконалених технологічних систем виникли суттєві переваги, які змінили різні компоненти в ланцюзі туристичного постачання. Центральні системи бронювання готелів, програми бухгалтерського обліку та послуги з управління дохідністю, що дозволяють постачальникам житлових приміщень порівнювати фактичний попит з прогнозованим попитом, системи бронювання транспорту в Інтернеті - це деякі приклади цих переваг, які стали можливими завдяки створенню програмного забезпечення та програм в Інтернеті. В даний час два з п'яти бронювань здійснюються в Інтернеті, і більше половини всіх європейських мандрівників (55%) користуються Інтернетом для отримання інформації про місце їх подорожі, туроператорів та спеціальні пропозиції.

ІКТ відіграють вирішальну роль для конкурентоспроможності туристичних організацій, а також для всієї галузі в цілому. На відміну від товарів тривалого користування, нематеріальні туристичні послуги не можуть бути фізично відображені або оглянуті в місці продажу перед покупкою. Їх купують до часу їх використання та подалі від місця споживання. Отже, вони залежать виключно від уявлень та описів, наданих туристичною торгівлею для їхньої здатності залучати споживачів. Своєчасна і точна інформація, що відповідає потребам споживачів, часто є ключем до задоволення попиту туристів. Тому ІКТ забезпечують інформаційну основу, яка сприяє туризму. Революція ІКТ має глибокі наслідки для управління туристичним сектором, головним чином, завдяки ефективній співпраці між інструментами глобалізації. Швидкий розвиток попиту та пропозиції робить ІКТ необхідним партнером, тому вони все більше відіграють більш важливу роль у маркетингу, розподілі, просуванні та координації туризму.

Технологічний прогрес за останні десятиліття зробив організації з туризму по всьому світу більш інноваційними, ніж навіть раніше. Три важливі нововведення переосмислили організаційну структуру світової індустрії туризму, - це система комп'ютерних резервацій (CRS), система глобальної дистрибуції (GDS) та Інтернет. GDS посилається на мережеве з'єднання, що інтегрує автоматизовані системи бронювання різних організацій, що дозволяє користувачеві отримати доступ до нього через посередництво туристичного агентства. Наразі послуги зосереджені на чотирьох глобальних постачальниках, які належать авіакомпаніям Saber, Amadeus, Galileo International та Worldspan. Функціонування цих компаній залежить від мережі угод з місцевими партнерами, яка забезпечує доступ до туристичних агентств по всьому світу.

Одним із центральних елементів маркетингової діяльності туристичних фірм є проведення рекламних компаній. Як вважає, Ю. Миронов «реклама в туризмі виступає як форма непрямого зв’язку між туристичним продуктом і споживачем. Вона здійснює

значний психологічний та соціокультурний вплив на споживачів послуг, спонукаючи їх до тих чи інших дій. Проте цивілізована реклама – це не маніпулювання громадською думкою, а формування актуальних проблем, спрямованих на саморозвиток людини» [6, с.59]. Жорстка конкуренція на ринку туристичних послуг змушує туристичні підприємства максимально застосовувати нові технології для залучення неохопленого сегменту потенційних клієнтів на даний момент часу. Реклама та засоби просування на ринку також фокусуються на теперішній час в онлайновому просторі. Наявність веб-сайту для туристичного бізнесу вже така необхідність, як і вивіска на будинку, де розміщується кафе або ресторан. Особливу увагу необхідно звернути на нову форму бізнесу в Інтернеті – сайти-агрегатори, які можуть бути як універсальними і розміщувати узагальнену інформацію з адресами підприємств різних секторів економіки prom.ua, biznes.net та ін.) так і спеціалізовані сайти з контактами і описом послуг власне туристичних компаній .

З реалізацією концепції інтернет-маркетингу для туристичного бізнесу пов'язані, насамперед такі види маркетингу, як мобільний, вірусний, партизанський, блог-маркетинг. Мобільний маркетинг – це використання прийомів інтернет-маркетингу за допомогою мобільного телефону. SMS-реклама – найпоширеніший спосіб візуальної комунікації за допомогою мобільного телефону. MMS-реклама – візуальне медіа (банери, міні-ролики), яке може використовуватися у всіх видах рекламних компаній. SMS/MMS – реклама забезпечує персоналізовану доставку інформації й має мінімальний відсоток відхилення – абонент, як правило, обов'язково прочитає рекламне повідомлення. Великі туристичні компанії використовують мобільний маркетинг як для простих рекламних розсилань, так і різних акцій – вікторини, розіграшу призів або турів, опитування. Тенденцією сьогодення для великих туристичних компаній є блог-маркетинг або блогінг. Блогінг робить більш доступними такі складні інструменти маркетингу, як дослідження ринку й тестування туристичних продуктів, допомагає компаніям рости, правильно реагувати на негативні події.

Блоги - це засіб маркетингу та реклами події чи "подій". Через розкриття інформації клієнтам дозволяється взаємодіяти, надаючи свої коментарі та пропозиції. У галузі туризму блоги можна використовувати для інформування глядачів про успішні досягнення. Випадок, який ми могли б використати для цього конкретного прикладу - це блог готелю Excelsior Grand Hotel, який використовується для інформування глядачів про нагороду від Trip Advisor, дякуючи своїм клієнтам за лояльність та віру в них. Інформування клієнтів та потенційних клієнтів про нові події, рекламні заходи, спеціальні пропозиції, крім усього іншого, може призвести до повторного ведення бізнесу, а також до нового бізнесу. Можливість завантаження зображень та відео, як у випадку з сайтами для огляду дозволяє турпродукту стати більш наочним і, таким чином, привабливим.

Термін «вірусний маркетинг», як і багато чого в комунікаційній сфері, з'явився в США в 1996 р. Вірусний маркетинг використовує звичку людей ділитися інформацією з оточуючими. За думкою І. Смирнова, «вірусний маркетинг є стратегією, при якій товар, послуга або їх реклама так впливають на людину, що вона «заражається» ідеєю поширення певного контенту й сама стає активним ретранслятором» [7, с.87]. Майже кожен третій, хто одержав цікаве повідомлення, пересилає його своєму знайомому. Багато великих відомих корпорацій активно використовують вірусний маркетинг для просування своїх товарів. До цього долучилися і великі туристичні оператори – «S-Group Capital Management Limited», «TUI Travel Plc», «Nature One» та інші [7, с.87]. Часто інноваційні маркетингові технології вірусного характеру називають партизанським (провокаційним) маркетингом. Він використовується туристичними фірмами, коли необхідно штучно створити, або розповсюдити слухи про приїзд відомих спортсменів або співаків. Це дозволяє продати турпутівки тим клієнтам - фанатам знаменитостей, які прагнуть побачити їх приїзд та концерти наживо. Поширеним напрямом у маркетингу в останні роки став брендинг. Брендинг - це діяльність по створенню й управлінню торговельними марками. У туризмі, наприклад, готельна мережа «Accor»,

використовуючи різні марки, пропонує для своїх клієнтів різноманітні торговельні марки, з різним спектром послуг цін – від бренду «Sofitel» (готелі-люкс) до однозіркових готелів бренду «Formule 1». Таким чином, можна зробити висновок, що на зміну традиційному маркетингу в туризмі сьогодні приходить маркетинг, заснований на інноваційних принципах і підходах, головні з яких відображені в таблиці 3.

Таблиця 3

Новітні напрями туристичного маркетингу

Вид маркетингу	Характеристика нового напряму
Мобільний маркетинг	Використання мобільної реклами за допомогою Інтернету
Блог-маркетинг	Ефективна форма безкоштовної реклами, яка використовується під дослідження ринку й тестування туристичних продуктів, допомагає компаніям рости, правильно реагувати на негативні події.
Партизанський маркетинг	Відрізняється він від звичайного, головним чином, таким: щоб продати свій товар або послуги, необхідно використовувати прості креативні методи, які не потребують значних витрат на рекламу.
Вірусний маркетинг	Використовує звичку людей ділитися інформацією з оточуючими, просування може приймати різні форми – відео, фото, флеш-ігра.
Брендинг	Діяльність туристичної фірми по створенню й управлінню торговельними марками з різним спектром послуг і цін.
Геомаркетинг	Стратегія, яка враховує всі особливості географічного середовища місця, включаючи його регіональні перспективи розвитку.

До однієї з нових інноваційних маркетингових технологій у сфері туризму відноситься використання концепції геомаркетингу. Так, в роботі Ю.Драчук та І.Дульцевої визначається, що «зміст і технологія реалізації концепції геомаркетингу туризму ґрунтується на традиційній для туристичного бізнесу маркетингу і сучасному методі обробки географічних даних на базі технологій GPS і Internet. На практиці технологія реалізації концепції геомаркетингу дуже гнучка, вона може змінювати свою структуру і місце взаємодії ринку і покупця туристичного продукту залежно від його особливостей, ступеня освоєння ринку, цілей, завдань і умов ринку. При проведенні маркетингових досліджень туристичні фірми не обмежуються простою «географічною сегментацією» [8, с.118] і «визначенням місць розташування клієнтів», але намагаються врахувати всі особливості географічного середовища місця, включаючи його регіональні перспективи розвитку, економіко-географічне положення та екологічну свідомість населення. Тобто, створюючи туристичний продукт, звертають увагу, де ліпше його створити з найменшою шкодою для території та де територіально ліпше його рекламувати.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що роль маркетингових інновацій в туризмі з кожним роком все більше зростає. Для туристичних фірм ефект від впровадження маркетингової інновації може виражатися в якісно нових змінах туріндустрії, підвищенні ефективності функціонування інфраструктури туризму, управлінні стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери в країні та процесами формування, позиціонування та споживання туристичних послуг, підвищенням іміджу і конкурентоздатності підприємств туріндустрії.

В подальших дослідженнях доцільно розглянути практичні аспекти впровадження маркетингових інноваційних технологій та перспективи їх застосування на туристичних фірмах вітчизняного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Смирнов І.Г. Маркетинг сталого туризму: навч. посібник / І.Г. Смирнов, Любіцева О.О. - К.: Видавництво Ліра - К, 2019. - 256 с.

2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. - М.: Директ-Медиа, 2007.- 400с.

3. Жукович І.А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти / І.А. Жукович // Наука та наукознавство.-2017.-№2 (95). - С.69 – 81.

4. Кампов Н.С. Роль інновацій для розвитку туризму / Н.С. Кампов, Л.І. Медвідь, О.В. Касинець, С.С. Махлинець // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. Економічні науки.- 2017.-№ 23 (18) .- С.246-255.

5. Гуржій Н.М. Інноваційні технології в туристичній індустрії / Н.М. Гуржій, А.В. Третинко// Сталий розвиток економіки.-2013.- №3.- С.221-224.

6. Миронов Ю.Б. Використання маркетингу у сфері туризму/ Ю.Б. Миронов // Молодь і ринок. - 2002.-№ 1.- С.57-60.

7. Смирнов І.Г. Неймінг як новітній напрямок маркетингу в туризмі: регіональний вимір та інноваційний потенціал / І.Г. Смирнов, Т.Б. Гнатів // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу».15-17 жовтня 2015р. - Тернопіль, - 2015р. - с.86–88.

8. Драчук Ю.З. Напрями вдосконалення розвитку сфери туризму на засадах інноваційних маркетингових технологій/ Ю.З. Драчук, І.І.Дульцева // Економічний вісник Донбасу.-2016.-№1(43).-С.115-119.

References (BSI)

1. Smirnov I.G. Sustainable Tourism Marketing: Educ. manual / I.G.Smirnov, Lyubitseva O.O. - K.: Publishers Lear - K, 2019. - 256 p.

2. Schumpeter Y.A. The theory of economic development / Y.A.Schumpeter. - M.: Direct Media, 2007 - 400 p.

3. Zhukovich I.A. Innovations in tourism: basic theoretical and practical aspects / I.A.Zhukovich // Science and Science.-2017.- №2 (95). - P.69-81.

4. Kampov N.S. The role of innovation for tourism development, N.S.Kampov, L.I.Medvid, O.V.Kasinets, S.S.Makhlinets, Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Avg. Economic Sciences, 2017, No. 23 (18), P.246-255.

5. Gurjiy N.M. Innovative technologies in the tourism industry. N.M.Gurzhiy, A.V.Tretenko. Sustainable Development of the Economy.-2013. - №3.- P.221-224.

6. Mironov Y.B. Use of marketing in the field of tourism, Y.B.Mironov, Youth and the market, 2002, No. 1, P.57-60.

7. Smirnov I.G. Naming as a New Direction of Marketing in Tourism: A Regional Dimension and Innovative Potential / I.G. Smirnov, T.B.Gnatov, Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Modern features of formation and management of innovative potential of regional tourism and recreation development with involvement of youth resource". October 15-17, 2015. - Ternopil, 2015 - P.86-88.

8. Drachuk Y.Z. Directions for improving tourism development on the basis of innovative marketing technologies / Y.Z.Drachuk, I.I.Dultseva, Economic Bulletin of Donbass. - 2016. - No. 1 (43). - P.115-119.

Key words: *tourism industry, marketing technologies, innovation process, advertising company, Internet marketing, marketing innovations, travel services.*

Ключові слова: *туристична індустрія, маркетингові технології, інноваційний процес, рекламна компанія, інтернет-маркетинг, маркетингові інновації, туристичні послуги*

Ключевые слова: *туристическая индустрия, маркетинговые технологии, инновационный процесс, рекламная компания, интернет-маркетинг, маркетинговые инновации, туристические услуги.*

Рецензент: *Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/39a0da5fef704bc7a913814c0bc98191

УДК 338.47

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ НА ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

http://orcid.org/0000-0003-2185-178X
© **Кравченко Марина Сергіївна,** к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «ПДТУ» м. Маріуполь**,** kravchenko.maryna@gmail.com
Кінаш Аліна Анатоліївна, магістр ПВНЗ «Європейський університет» м. Київ, grishaseriy@gmail.com

Kravchenko Maryna Ph.D., Assoc., Associate Professor of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University», Mariupol, Ukraine
Alina Kinash Magister of the anti-personnel factory "European University", Kyiv

M. Kravchenko, A. Kinash. Marketing strategy at transport enterprises in the context of crisis management

The article is devoted to the research of issues, analysis and improvement of marketing activities at the railway enterprises of Ukraine. As a result of the research, it was established that in difficult and unstable financial business conditions, and under competition, there is a need to adopt marketing management methods at railway enterprises.

The article discusses scientific approaches to the problems of marketing development in the service sector. Also It is revealed the essence of the concept of transport services as an object of marketing activities. The methodological foundations of the marketing assurance of the quality of transport services and the applying of logistic methods in the implementation of the marketing management concept in anti-crisis situations in the field of transport services are defined. The analysis of freight traffic by various types of transport, as well as specifically considered the transport by rail. The main problems of railways and the quality of services, lack of customer service flexibility, weak interaction with other transport processes are identified.

Considered and improved the scheme of the exit of the enterprise from the crisis state, and also considered the factors of risk development of the enterprise in the anti-crisis period. Recommendations are given to improve marketing activities in the structure of enterprise management, which allow planning and coordination of marketing activities in rail transport, and you can calculate the optimal distribution of goods using formula and calculations, you can determine the delivery and processing for unplanned goods, and the proposed approach will allow go from planning, receiving applications for shippers in the optimum time.

Кравченко М.С., Кінаш А.А. Маркетингова стратегія на транспортних підприємствах в умовах антикризового управління

Стаття присвячена дослідженню питань, аналізу та удосконаленню маркетингової діяльності на залізничних підприємствах України. В результаті дослідження встановлено, що в складних та нестійких фінансових умовах господарювання, а також великої конкуренції, виникає необхідність прийняття маркетингових методів управління на залізничних підприємствах.

В статті розглянуто наукові підходи до проблем розвитку маркетингу в сфері послуг. А також розкрито сутність поняття транспортна послуга, як об'єкту маркетингової діяльності. Визначені методичні основи маркетингового забезпечення якості транспортного обслуговування та використання логістичних методів при реалізації маркетингової концепції управління в антикризових ситуаціях в сфері транспортних послуг. Проведено аналіз вантажних перевезень різними видами транспорту, а також розглянуто перевезення залізничним транспортом. Виявлені основні проблеми залізниць та якість послуг, відсутність гнучкості обслуговування замовників, слабка взаємодія з іншими транспортними процесами.

Розглянуто та удосконалено схему послідовності виходу підприємства із кризового стану, а також розглянуто фактори ризикового розвитку на підприємстві в антикризовий період. Надано рекомендації по удосконаленню маркетингової діяльності в структурі управління підприємствами, які дозволяють забезпечити планування та координацію маркетингових заходів на залізничному транспорті, а також можна розрахувати оптимальний розподіл вантажів за допомогою формули та розрахунків, можна також визначити місце доставки та обробки для незапланованих вантажів, а також запропонований підхід дозволить перейти від планування, отримання заявок на вантажовідправників в оптимальні терміни.

© ***M. Kravchenko, A. Kinash / Кравченко М.С., Кінаш А.А., 2019***

Кравченко М.С., Кинаш А.А. Маркетинговая стратегия на транспортных предприятиях в условиях антикризисного управления

Статья посвящена исследованию вопросов, анализа и совершенствованию маркетинговой деятельности на железнодорожных предприятиях Украины. В результате исследования установлено, что в сложных и неустойчивых финансовых условиях хозяйствования, а также большой конкуренции, возникает необходимость принятия маркетинговых методов управления на железнодорожных предприятиях.

В статье рассмотрены научные подходы к проблемам развития маркетинга в сфере услуг. А также раскрыта сущность понятия транспортная услуга, как объект маркетинговой деятельности. Определены методические основы маркетингового обеспечения качества транспортного обслуживания и использования логистических методов при реализации маркетинговой концепции управления в антикризисных ситуациях в сфере транспортных услуг. Проведен анализ грузовых перевозок различными видами транспорта, а также конкретно рассмотрено перевозки железнодорожным транспортом. Выявлены основные проблемы железных дорог и качество услуг, отсутствие гибкости обслуживания заказчиков, слабое взаимодействие с другими транспортными процессами.

Рассмотрена и усовершенствована схема последовательности выхода предприятия из кризисного состояния, а также рассмотрены факторы рискованного развития предприятия в антикризисный период. Даны рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности в структуре управления предприятиями, которые позволяют обеспечить планирование и координацию маркетинговых мероприятий на железнодорожном транспорте, а также можно рассчитать оптимальное распределение грузов с помощью формулы и расчетов, можно определить доставки и обработки для незапланированных грузов, а также предложен подход позволит перейти от планирования, получения заявок на грузоотправителей в оптимальные сроки.

Постановка проблеми. Економічний розвиток України та її інтеграція у світову систему вимагає впровадження та використання маркетингової концепції управління. Особливо актуальною стає проблема застосування маркетингу на підприємствах залізничного транспорту, що обумовлено передусім загостренням конкуренції, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках перевезень та зростанням вимог споживачів до якості транспортних послуг.

Згідно Концепції розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період до 2020 року пріоритетними завданнями залізничного транспорту є впровадження технологій перевізного процесу, які орієнтовані на якість транспортних послуг; розширення комплексу сервісних послуг з урахуванням підвищення вимог користувачів до їх якісних характеристик, організація системи комплексного транспортного обслуговування; проведення гнучкої тарифної політики; впровадження комбінованих перевезень, інформаційних і логістичних технологій. Але відсутність цілісної методичної бази використання маркетингу на залізницях України ускладнює здійснення поставлених завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами управління підприємством у кризовому стані освітлюють свої дослідження такі науковці як: Бляхман Л.С., Бабурін В.А., Градов А.П., Єгоров В.Ф., Єрмаков В.В., Попов С.А., Кілкінг Дж. П.

В науковій літературі та антикризових програмах управління підприємством в основному майже не представлено чи повністю відсутня маркетингова складова, а без досконало продуманої маркетингової стратегії неможливо виявити кризові явища на підприємстві. Питання маркетингу в антикризовому управлінні підприємством піднімали такі науковці як: Єрмаков В.В., Масютін С.А., Уткін Е.А., Тренев В.Н.

Але в науковій літературі відсутній комплексний аналіз маркетингу в антикризовому управлінні. В основному використовуються інструменти маркетингу ті ж самі, що і в стабільній ситуації, але при цьому змінюються цілі та виникають нові специфічні риси традиційного напрямку.

Мета статі. Основна мета дослідження це розробка концепції маркетингу в умовах антикризового управління підприємством та рекомендацій до підготовки маркетингових антикризових програм.

Методи дослідження. Основою для дослідження послужили загальні положення теорій менеджменту та маркетингу, наукові дослідження з питань антикризового

управління підприємством, а також глибинні принципи наукового пізнання кризи, закономірність та її розвиток, специфіка подолання в умовах ринкової економіки.

Виклад основного матеріалу досліджень. На даний час із деяких причин багато підприємств потрапили в кризову ситуацію, особливо це стосується підприємств, які працювали в галузі вагонобудування та перевезень вантажів залізничним транспортом.

Криза підприємства – це загострення проблеми на підприємстві, де неможливо досягнути поставлених цілей та фінансова загроза, яка виникає на підприємстві, а також в оточуючому середовищі і впливає на показники фінансово-господарської діяльності підприємства.

Погляди науковців на поняття криза розглянуто в табл. 1.

Таблиця 1 - Наукові підходи щодо визначення поняття “криза”.

Автори наукового підходу	Сутність поняття “криза” згідно наукового підходу
Р. Акофф	Криза – це зміна тенденцій життєдіяльності системи, тобто порушення її стійкості, що радикальним чином її оновлює [1]
І. Ансофф	Криза – різкий крутий перелом, тяжкий перехідний стан; гострі проблеми з будь-чим, тяжке становище [2 ,с. 149]
Л. Бартон	Криза – це широкомасштабна, непередбачена подія, яка веде до потенційно негативних результатів та може завдавати серйозної шкоди усій організації: працівникам, продукції, зв'язкам, фінансам та репутації [4, с.2]
К. Ру-Дюфор	Криза – нагромадження в організації або її частині потенційних факторів, які здатні припинити поточні та майбутні операції підприємства, а також зачепити індивідів та суспільство на фізичному, психологічному та екзистенціальному рівні [5]
Джон М. Кейнс	Криза – раптова та різка зміна підвищувальної тенденції знижувальною [5]
К.Ф. Херманн	Криза – це непередбачувана та несподівана ситуація, яка загрожує пріоритетним цілям організації при обмеженому часі для прийняття рішень [6, с.72]
А.Д. Чернявський	Криза – це переломний етап функціонування будь-якої системи, коли вона піддається впливу ззовні або зсередини, що потребує від неї якісно нового реагування [7, с.4]

Перша точка зору науковців на термін «криза» – це форма поступального руху, прояв розвитку системи. Друга точка зору - вважають кризою переломний момент у функціонуванні підприємства (незалежно від того, яким – позитивним чи негативним, буде результат); звідси кризою може вважатися будь-яка нестандартна ситуація або зміни у функціонуванні підприємства. Третя точка зору передбачає, що кризою є ситуація значного погіршення одного, а частіше кількох, важливих параметрів функціонування підприємства, що цілком реально може призвести до банкрутства.

Підхід вчених, які надають кризі позитивного або нейтрального забарвлення представляється цілком виправданим для країн із стабільною економікою, де кризове підприємство відносно легко може відновити рівновагу за рахунок зв’язків із стабільним зовнішнім середовищем. Але у сучасній вітчизняній економіці існує значна кількість дестабілізуючих чинників, які важко навіть прогнозувати. Отже, узагальнюючи існуючі на сьогодні в економічній літературі трактування та враховуючи сучасні економічні умови в Україні, визначаємо кризу підприємства як безпосередню загрозу його функціонуванню, що може проявлятися у фінансовому, організаційному та інших аспектах діяльності підприємства.

Криза стає визначальним фактором змін, для багатьох підприємств, що спрямовані на покращення діяльності до характеристики ринкового попиту до потреб внутрішньої та зовнішньої середи. Враховуючи той факт, що виробництво перевищувало попит, а також на ринку існувала велика конкуренція, все це призвело більшість підприємств до кризової ситуації. Враховуючи постійні зміни попиту на ринку, в зв'язку з цим потрібно всебічне вивчення та удосконалення процесу управління підприємством. Тому можна виділити дві проблеми: по-перше розробка антикризових заходів з метою виведення підприємства із кризової ситуації, по-друге пом'якшення соціальних наслідків кризи, тобто безробіття, дестабілізація фінансового стану тощо.

В залежності від суб'єкта господарської діяльності усі фактори поділяються на зовнішні та внутрішні. Зовнішні не залежать від діяльності підприємства, внутрішні залежать від діяльності підприємства. При цьому потрібно враховувати специфіку підприємства, загальну нестабільність, перехідний етап розвитку, який включає зміну моделі господарської діяльності підприємства.

Можливість кризи визначається ризикованим розвитком, який обумовлює вірогідність виникнення кризової ситуації на підприємстві, в галузі, в країні. Фактори ризикового розвитку представлені на рис. 1.

На кожному підприємстві існує своє співвідношення зовнішніх та внутрішніх факторів кризи, Дане співвідношення повинно являтись предметом для спеціального аналізу. Так одні підприємства одразу збанкрутували, інші деякий старались вижити в складній ситуації, а деякі підприємства скористались можливістю кризи в позитивному значені для підприємства та змогли покращити фінансовий стан підприємства і зайняти належне місце на ринку серед конкурентів в даній галузі. До причин, що допомогли підприємству розвиватись належать: антикризовий потенціал, професійне управління менеджменту на підприємстві, рівень економічної активності, а також знизити ризики та їх вірогідність негативних наслідків. Це фактори, які належить до внутрішніх факторів та протистоять зовнішнім і використовуються для їх нейтралізації.

Рис.1 - Фактори ризикового розвитку на підприємстві в антикризовий період

Розглядаючи причини кризи можна сказати, що це подія, стан або тенденція, які засвідчують про те, що криза наступить. Причини кризи обумовлені внутрішніми і зовнішніми факторами. Симптоми кризи – це сукупність ознак, по яким можливо встановити причини кризи, але симптоми кризи не завжди будуть відображати причини

кризи. Причини можуть знаходитись глибше кризових ознак. Тому кризу слід оцінювати не тільки по симптомам, але й по причинам та реальним факторам.

Для виявлення причини та способів подолання кризи підприємству необхідно враховувати стан на кожній фазі життєвого циклу підприємства. Можливість кризи та вірогідність її появи виникає на підприємстві в перехідний період життєвого циклу, тобто між етапами циклу розвитку. [6]

Основним шляхом подолання кризи є реструктуризація підприємства та реорганізація управління. Реструктуризація підприємства здійснюється по наступним напрямкам:

- Поділ підприємства на окремі самостійні частини;
- Виділення із складу підприємства окремих підрозділів (конкурентоспроможних або неконкурентоспроможних);
- Приєднання до підприємства інші частини із зовнішнього оточення;
- Злиття підприємства з іншим підприємством в даній галузі.

Сама по собі реструктуризація не в змозі самостійно вивести підприємство із кризового стану, потрібно удосконалити асортимент випущеної продукції та укріпити зв'язки з постачальниками і споживачами.

Автором на основі вивчених джерел удосконалено схему послідовності виходу підприємства із кризового стану рис. 2.

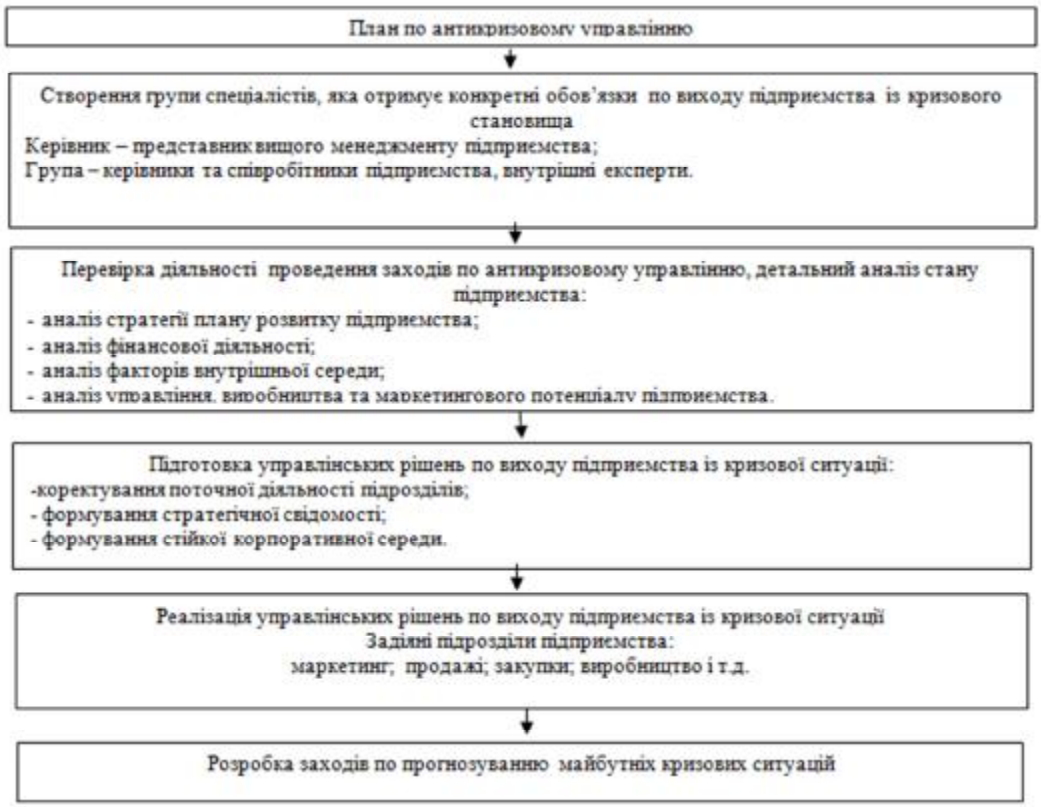


Рис. 2 - Схема послідовності виходу підприємства із кризового стану [8]

Формування ринку галузі призводить підприємство постійно підлаштовуватись під відповідні вимоги. Тому групі менеджерів потрібно сконцентрувати всю увагу на таких напрямках:

1. *Уявлення та цінності*. Це найважливіший напрямок. Менеджер чітко уявляє в якій ситуації знаходиться підприємство і куди потрібно направити виробництво та чого хоче споживач. Потрібно сконцентрувати увагу конкретно на споживача та його вимоги.

2. *Ключові питання*. Складають основу керівництва менеджера, що відноситься до результату та реалізації які потрібно виконати.

3. *Рівень ефективності*. Перевіряє, чи здатна група менеджерів виконати завдання які поставлено перед ними.

4. *Фактори, які впливають на досягнення успіху.* До даних факторів відноситься: здібність знаходити споживача, призначати зустріч, отримувати замовлення, вселяти довіру, визначати проблему, пропонувати ефективне рішення, а також долати усі перешкоди.

5. *Слабкі сторони.* Проаналізувати всі фактори, які можуть заважати та впливати на темпи досягнення мети, на конкурентоспроможність.

6. *Основна концепція.* Група менеджерів розробляє план дій підприємства з урахування проведених аналізів і мета стоїть в тому, щоб зайняти належне місце на ринку серед конкурентів в даній галузі.

Окрім перерахованих шести напрямків, існують сім сфер діяльності, від яких залежить успіх підприємства чи банкрутство: планування, організація, підбір кадрів, розподілення обов'язків, нагляд, контроль, звітність. Якщо одна із сфер дає збій то це вказує на те, що потрібно зупинитись та переглянути діяльність, проаналізувати, та провести зміни, а також виявити слабкі сторони і їх відрегулювати. Для того щоб працювати в напрямку вище перерахованих семи сфер потрібно мати чіткий розроблений маркетингову програму для виходу підприємства із кризи. Причини, які уповільнюють розвиток маркетингової діяльності це: фінансова нестабільність в країні, відсутність у керівників підприємств необхідності в маркетингу, відсутність кваліфікованих спеціалістів маркетологів, а також недостатня статистична інформаційна діяльність.

Кризовий стан підприємства з точки зору маркетингу це не конкурентоспроможність. Функції маркетингу в умовах антикризового управління полягають в формуванні організаційних та економічних умов. Досліджувати маркетингове середовище в кризових ситуаціях краще за допомогою аналізу показників діяльності підприємства (табл. 2).

Таблиця 2 - Фактори маркетингового середовища, які контролюються в антикризовому менеджменті.

Маркетингове середовище	Фактори, які досліджуються
Мікроекономічні	Попит: стабільність та кількість Характеристика споживача Кон'юнктура ринку Конкурентоспроможність Технологія виробництва
Макроекономічна	Соціально-економічна політика Науково-технічна політика Цінова та податкова політика Кредитна політика Ресурсний потенціал Законодавство
Міжнародна	Економічні кризи Демографічні вибухи Конфлікти та війни Стихійні лиха Порушення міжнародних домовленостей Митна політика країни
Регіональна	Особливість регіону яка привертає увагу для бізнесу Динаміка інвестицій Рівень та характер зайнятості населенні Рівень та динаміка благоустрою населення Рівень розвитку інфраструктури Екологічний стан регіону

Мета антикризової маркетингової стратегії полягає у таких основних задачах галузі як: виробництво, цінова та збиткова політика. В період виходу із кризи маркетингова стратегія направлена на адаптацію до виробничого процесу та потреби ринку.

Якщо розглядати перевезення вантажу за різними видами транспорту за статистичними даними із табл. 3.

Таблиця 3 - Обсяги перевезень вантажів січень-листопад 2018р.[3]

Вид транспорту	Вантажооборот				Обсяг перевезених вантажів			
	млн. ткм	у % до січня-листопада 2017р.	млн. ткм	у % до 2016р.	млн. ткм	у % до січня-листопада 2017р.	млн. ткм	у % до 2016р.
Транспорт	303747,7	97,0	343057,1	105,8	571,0	98,5	635,9	101,8
залізничний[2]	170445,9	97,5	191914,1	108,4	295,7	95,4	339,5	98,9
автомобільний	38782,9	103,8	41178,8	108,4	171,4	106,9	175,6	104,7
водний	3155,1	79,2	4257,1	106,3	5,3	97,9	5,9	88,1
трубопровідний	91056,8	94,2	105434,4	111,7	98,5	94,8	114,8	107,6
авіаційний	307,0	124,8	272,7	120,5	0,1	120,1	0.1	110,5

[1] Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Лугінській областях
[2]За оперативними даними ПАТ "Укрзалізниця".

Із табл. 3 видно, що вантажообіг та обсяг перевезень вантажів за 2017-2018рр. зменшився по всім видам транспорту. В 2019 р. «Укрзалізниця» планує підняти тарифи на перевезення вантажу на 14,2%, але потрібно враховувати той факт, що вантажній вагонній парк «Укрзалізниці» потрібно оновити. Також потрібно враховувати нестабільність економіки і особливо галузь вагонобудування вже майже чотири роки, що впливає на роботу «Укрзалізниці» та вагонобудівних підприємств.

Розглянемо більш детально перевезення різних вантажів залізничним транспорту за 2017-2018рр.

Таблиця 4 - Переведення вантажів залізничним транспортом за 2017-2018рр. [3]

Вантаж	Виконано, млн.т.	У % до 2017р	Виконано, млн.т.	У % до 2016р
Перевезено вантажів	322,3	94,9	339,5	98,9
з них відправлено	267,6	96,5	277,3	94,9
у т.ч. за номенклатурою вантажів				
кам'яного вугілля	42,7	97,4	43,9	76,2
коксу	4,9	97,4	5,0	70,8
нафти і нафтопродуктів	3,5	90,7	3,8	115,3
руди залізної і марганцевої	66,5	102,5	64,9	93,5
чорних металів	20,1	96,6	20,8	82,4
брухту чорних металів	3,0	99,1	3,1	114,9
лісових вантажів	2,4	85,9	2,8	66,8
хімічних і мінеральних добрив	3,4	96,1	3,5	84,2
зерна і продуктів перемелу	32,9	92,1	35,7	111,8
цементу	5,7	95,5	5,9	101,0
будівельних матеріалів	35,9	87,2	41,2	116,5
інших вантажів	46,6	100,0	46	118,0

Із табл. 4. видно, що за видами вантажних перевезень в процентному відношенні також зменшилась із минулим роком, що потребує перегляду маркетингового підходу до

роботи «Укрзалізниці». В 2018 р. загальне перевезення вантажів зменшилось на 4% порівняно з 2017р. На роботу підприємства впливають, як внутрішні фактори, так і зовнішні.

В табл. 5. показані основні блоки послідовність оцінки внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на маркетингову стратегію підприємств в кризових ситуаціях.

Таблиця 5 - Основні засоби управління маркетингом в антикризовому менеджменті.

	Передкризова ситуація	Кризова ситуація	Після кризова ситуація
Стратегія	Запобігання кризової ситуації	Зниження наслідків кризових явищ	Оновлення нових ринкових можливостей
Програма	Стратегічний план, бізнес-план, рекламний план	Антикризові програми	Інноваційні програми
Структура	Програмно-цільова	Ситуаційна	Інноваційно-підприємницька
Мотивація	Кінцевий результат	Заохочення	Комплексність
Контроль	Завчасно прийняте рішення	Мінімальні витрати, нестійкі фактори	Стабілізація не стійкої ситуації

Із трьох етапів маркетингової стратегії видно: перший етап - предмет співвідношення мети та стратегії підприємств; другий етап – відповідність до ринкових вимог; третій етап – формування комплексу заходів по реалізації маркетингової стратегії.

Для досягнення кращого результату в роботі «Укрзалізниці» керівництву підприємства потрібно постійно покращувати ланцюжок створення цінності, скорочувати витрати, пов’язані з виконанням відповідних видів діяльності, підвищувати продуктивність, забезпечувати виробництво потрібних товарів та послуг і надання їх за потрібними цінами, у потрібний час та у потрібному місці. У той же час конкурентоспроможність підприємства залежить не лише від ефективності його внутрішніх, міжфункціональних, але й від зовнішніх зв’язків, тобто ефективності управління мережею партнерства впродовж процесу товароруху.

Необхідність використання маркетингових методів управління на підприємствах, які здійснюють перевезення, обумовлена тим, що транспорт є безпосереднім і важливим учасником товароруху. Від того, наскільки успішно функціонує транспорт у ланцюгу створення цінності, залежить ефективність роботи усіх інших його ланок. Інструментом забезпечення ефективної роботи транспорту та ланцюжку створення споживчої цінності загалом виступає маркетинг.

Головним у маркетингу є двоєдиний та взаємодоповнюючий підхід. З одного боку – це всебічне вивчення ринку, попиту, смаків і потреб; з іншого – це стратегія впливу на ринок та існуючий попит, на формування потреб та бажань покупців.

Маркетинг у транспортній галузі має свої особливості та специфіку. На ринку транспортних послуг, який обумовлює швидкість обміну та розподілу продукції інших галузей, необхідно орієнтуватися на природу та сутність послуг, виявляти специфічні потреби клієнтів.

Конкурентна боротьба з іншими видами транспорту, з метою утримання існуючих і залучення нових вантажопотоків, та підвищення вимог клієнтів до якості їх обслуговування змушує залізниці використовувати маркетингові методи. Однак їх застосування носить несистематичний характер. Відсутній постійний механізм управління, що ґрунтується на принципах маркетингу. Таким чином, у сучасних умовах,

викликаних переходом до ринкових форм господарювання, виникає необхідність удосконалення системи управління на засадах маркетингу.

Концепція роботи системи транспортного обслуговування клієнтури залізниць повинна будуватися на наступних принципах: постійне збирання інформації з усіх аспектів перевезень, (вивчення ринку транспортних послуг) і забезпечення клієнтури інформацією за запитом або у процесі виконання замовлень; активне залучення клієнтури до використання залізничного транспорту на основі вивчення потреб клієнтів у перевезеннях, пропонування послуг залізниць, виконання особливих вимог клієнтів; швидке оформлення замовлених перевезень; якісне виконання зобов'язань щодо угод на перевезення вантажів і послуги.

На залізничному транспорті методи аналізу ринку та вивчення попиту суттєво розрізняються за видами діяльності: вантажні перевезення, пасажирські перевезення, підсобно-допоміжна діяльність та непрофільна діяльність. Ці відмінності пояснюються не лише характером та особливостями результатів діяльності цих сфер транспорту, але й відмінностями оцінок його роботи, інформації та соціально-економічної значущості.

Для роботи групи менеджерів на залізниці потрібно проводити дослідження ринку залізничних вантажних перевезень та його кон'юнктури пропонується проводити у таких напрямах: аналіз динаміки показників, що характеризують обсяги транспортної роботи в цілому по транспортному комплексу, за видами транспорту, по залізницях, за видами вантажів основної номенклатури тощо; аналіз якісних показників діяльності транспорту (своєчасність та швидкість доставки, збереженість продукції, що перевозиться, показники використання транспортних засобів та ін.); дослідження конкурентного середовища у середині галузі, в Україні, на світовому ринку транспортних послуг, аналіз конкурентоспроможності залізниць; аналіз кон'юнктури ринків продукції основних вантажоутворюючих галузей; аналіз тарифів на перевезення на внутрішньому та зовнішньому ринках, тарифної політики конкурентів, державне регулювання; визначення величини попиту та пропозиції на транспортну продукцію, співвідношення попиту та пропозиції; прогнозні оцінки перспектив розвитку ринку транспортних послуг [9].

Висновок. Досліджуючи роботу маркетингу та провівши аналіз роботи підприємств, які займаються вантажними перевезеннями виявлено:

1. Одна з важливих умов ефективної діяльності підприємства є досягнення найвищої споживчої цінності. Для досягнення мети та задоволення споживача підприємства яке надає послуги повинно використовувати концепцію ланцюга створення цінності, згідно якої усі зусилля керівництва підприємства будуть спрямовані на пошук внутрішньої організації працівників, що в майбутньому забезпечить та створить кращі цінності для роботи.

2. Проведений аналіз вантажних перевезень вказує, що актуальною є проблема розробки методичних засад і практичних рекомендацій для вдосконалення роботи маркетингу на підприємстві, а саме: підвищення матеріальності транспортної послуги, резервування пропускної спроможності підприємств шляхом попереднього прийому замовлень понад існуючих потужностей, організація заходів з просування та стимулювання продажу перевізних послуг, впровадження стандартів обслуговування клієнтів і т. д.

3. Робота підприємств, які займаються вантажними перевезеннями має бути спрямована на підпорядкування своєї діяльності інтересам споживача, на постійному покращенні якості своїх послуг.

4. Вдосконалення системи маркетингу залізничного транспорту необхідно здійснювати у наступних напрямах: постійне вивчення ринку транспортних послуг, посилення взаємодії з іншими учасниками транспортного процесу, швидке оформлення замовлених перевезень, покращення якості традиційних і введення нових послуг, застосування системи гнучких цін.

Список використаних джерел:

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Прогресс, 1985. – 327 с.
2. Шершньова З.Є. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. для студ. екон. спец. усіх форм навч. / З. Є. Шершньова [та ін.]; заг. ред. З. Є. Шершньова; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. - К. : КНЕУ, 2007. - 676 с.
3. Державна служба статистики України: офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.
4. Barton L. Crisis in organizations: Managing and communicating in the Heat of Chaos. Cincinnati. – Ohio: South-Western, 1993. – 256 p.
5. Волянська-Савчук Л. В. Порівняльний аналіз теорій визначення кризи науковцями / Л. В. Волянська-Савчук // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2013. - № 2. - С. 59-62. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2013_2_10
6. Градова А.П., Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / Под общ. ред. А.П. Градова и Б.И. Кузина. – СПб.: Специальная лит., 1996. – 510 с.
7. Чернявський А.Д. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.
8. Іванюта С.М. Антикризове управління: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 288 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.twirpx.com/file/605994/grant/
9. Дрьомін М.С. Маркетинг у сфері транспортних послуг: автореф.дис. на здобуття вченого ступеня канд.екон.наук (08.06.01) / М.С. Дрьомін; Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. – К.: 2006. 23 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://referatu.net.ua/referats/7569/164599

References:

1. Akoff R. (1985), "Future Corporation Planning", [Planyrovanye budushcheho korporatsyy]. – M.: Prohress, 1985. – 327 p.
2. Shershn'ova Z. YE. (2007), "Anticrisis management", [Antykryzove upravlinnya pidpryyemstvom]: navch. posib. dlya stud. ekon. spets. usikh form navch. / Z. YE. Shershn'ova [ta in.]; zah. red. Z. YE. Shershn'ova; Kyyivs'kyy natsional'nyy ekonomichnyy un-t im. Vadyma Het'mana. - K.: KNEU, 2007. - 676 p.
3. State Statistics Service of Ukraine [Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny]: ofitsiynyy sayt derzhavnoho komitetu statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua.
4. Barton L., Crisis in organizations: Managing and communicating in the Heat of Chaos. Cincinnati. – Ohio: South-Western, 1993. – 256 p.
5. Volyans'ka-Savchuk L. V. (2013), "Comparative analysis of theories of crisis definition by scientists", [Porivnyal'nyy analiz teoriy vyznachennya kryzy naukovtsyamy], Visnyk Chernihivs'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya : Ekonomichni nauky. - 2013. - № 2. - P. 59-62. – Aviable at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vcndtue_2013_2_10
6. Hradova A.P. (1996), "Strategy and tactics of crisis management company", [Stratehyya y taktyka antykryzysnoho upravlenyya fyrmoy]. – SPb.: Spetsyal'naya lyt., 1996. – 510 p.
7. Chernyavs'kyy A.D. (2006), "Enterprise crisis management", [Antykryzove upravlinnya pidpryyemstvom], MAUP, 2006. – 256 p.
8. Ivanyuta S.M. (2007), "Crisis management", [Antykryzove upravlinnya], Tsentr uchbovoyi literatury, 2007. – 288 p. – aviable at: https://www.twirpx.com/file/605994/grant/
9. Dr'omin M.S. (2006), "Marketing in the field of transport services", [Marketynh u sferi transportnykh posluh], 2006. 23 p. – aviable at: http://referatu.net.ua/referats/7569/164599

Key words: *transportation services; freight turnover; railway transport; restructuring; internal and external factors.*

Ключевые слова: *транспортные услуги; грузооборот; железнодорожный транспорт; реструктуризации; внутренние и внешние факторы.*

Ключові слова: *транспортні послуги; вантажообіг; залізничний транспорт; реструктуризації; внутрішні і зовнішні чинники.*

Рецензент: *Колосок В.М., д.е.н., доц кафедри менеджменту транспорту та логістики*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/a183fe8e24ec4492b5d0b4d6ed4f9b31

УДК 658.5

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

http://orcid.org/0000-0002-2954-5405
Маматова Лейла Шаміліївна к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємств, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, e-mail: leilamamatova@gmail.com
Корнюк Вікторія Віталіївна студентка 6-го курсу, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь.

Mamatova Leila Ph.D., senior lecturer of the Department Economics of Enterprises, State Higher Educational Istablishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Mariupol, e-mail: leilamamatova@gmail.com
Korniuk Viktoria 6th year student, State higher educational institution "Priazov State Technical University", Mariupol, e-mail: brf3925@gmail.com

L. Mamatova, V. Kornyuk Theoretical aspects of assessment of the economic potential of the enterprise

The article deals with the theoretical aspects of assessing the economic potential of an enterprise, and the essence of existing methodological approaches to its evaluation. The principles, concepts and methods of economic potential assessment are investigated. It is determined that an economic entity's economic potential is characterized by determining the amount of available resources available to the enterprise and the economic impact of their use. The essence of enterprise capital and the role of optimal structure are considered. It is proved that one of the main problems of estimating the potential of the enterprise is the difference between the real and the book value of the capital of the enterprise. As a result of the research, it is stated that the assessment of economic potential requires determination according to the factors of the methodological basis, which will allow to determine quantitative and qualitative aspects of formation and utilization of enterprise potential.

Маматова Л.Ш., Корнюк В.В. Теоретичні аспекти оцінки економічного потенціалу підприємства

У статті розглянуто теоретичні аспекти оцінки економічного потенціалу підприємства, та сутність існуючих методичних підходів до його оцінки. Досліджено принципи, концепції та методи оцінки економічного потенціалу. Визначено, що оцінка економічного потенціалу суб'єкта господарювання характеризується визначенням величини наявних ресурсів, які є в розпорядженні підприємства, та врахованого економічного ефекту від їх використання. Розглянуто сутність капіталу підприємства, роль оптимальної структури. Доведено, що однією з основних проблем оцінки потенціалу підприємства постає в різниці реальної та балансової вартості капіталу підприємства. В результаті дослідження, зазначено що оцінка економічного потенціалу вимагає визначення відповідно до чинників методологічної основи, яка дозволить визначити кількісні та якісні аспекти формування та використання потенціалу підприємства.

Маматова Л.Ш., Корнюк В.В. Теоретические аспекты оценки экономического потенциала предприятия

В статье рассмотрены теоретические аспекты оценки экономического потенциала предприятия, и сущность существующих методических подходов к его оценке. Исследованы принципы, концепции и методы оценки экономического потенциала. Определено, что оценка экономического потенциала субъекта хозяйствования характеризуется определением величины имеющихся ресурсов, которые есть в распоряжении предприятия, и учтенного экономического эффекта от их использования. Рассмотрены сущность капитала предприятия, роль оптимальной структуры. Доказано, что одной из основных проблем оценки потенциала предприятия возникает в разнице реальной и балансовой стоимости капитала предприятия. В результате исследования, указано что оценка экономического потенциала требует определения в соответствии с факторов методологической основы, которая позволит определить количественные и качественные аспекты формирования и использования потенциала предприятия.

Постановка проблеми. В сучасних умовах зростає проблема вивчення та оцінки економічного потенціалу окремого підприємства. На практиці наявність всіх процесів на

© ***L.Mamatova, V.Kornyuk / Маматова Л.Ш., Корнюк В.В., 2019***

макрорівнях, мікрорівнях має циклічний характер, що створює передумови виникнення змін у системі функціонування процесів на самому підприємстві. Середовище функціонування підприємства під впливом розвитку вимагає швидкої реакції на виникаючі зміни та максимально швидке адаптування до них. Економічний потенціал підприємства представляє інтегровану синергетичну сукупність ресурсів та можливостей підприємства, та формує основу для вирішення стратегічних завдань як результат ефективної та результативної діяльності суб'єкта господарювання. Саме тому, актуальності набувають питання якісної та кількісної оцінки потенціалу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових публікацій, які включали дослідження економічного потенціалу регіону, треба відзначити праці Балацького О. Ф., Кислого В. М., у яких дана економічна характеристика економічного потенціалу регіону. Також заслуговує на увагу праця Лапіна Є. В. , який виділяє типологію принципів, концепцій та методів аналізу економічного потенціалу підприємства.[1] Питаннями управління потенціалом підприємством у своїй праці займалися вчені-економісти Должанський І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О. Удосконалення економічного механізму формування економічного потенціалу підприємства у своїй праці займалася Краснокутська Н. С. [2].

Мета статті полягає в визначенні існуючих підходів до оцінки економічного потенціалу підприємства та методика їх дослідження.

Результати дослідження. Економічний потенціал необхідно розглядати як один з найважливіших показників конкурентоспроможності сучасного підприємства, оскільки успіх в конкурентній боротьбі багато в чому визначається наявністю і використанням наявного у підприємства економічного потенціалу.

На основі проведеного дослідження, необхідно виділити характерні риси потенціалу підприємства як економічної системи [7]:

• комплексне вивчення існуючих проблем пов'язаних з технічними, економічними, соціальними, психологічними, управлінським аспектами, як синергетичної єдності;

• ускладненість розв'язання проблем та визначення об'єктів оцінки та впливу;

• зростаюча кількість зв'язків між об'єктами оцінки та об'єктами впливу;

• наявність динамічної середи функціонування;

• можливий дефіцит ресурсів;

• зростання значення стандартизації та автоматизації виробничого та управлінського потенціалів.

Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства можуть мати подальший розвиток, але щодо традиційного визначення в економічній теорії їх сукупність визначається трьома підходами: [6]

- *витратний метод (майновий*) визначання вартості об'єкта як загальної суми витрат на створення та використання потенціалу підприємства, застосовуються методи чистих активів та ліквідаційної вартості;

- *порівняльний метод (ринковий)* визначення вартості об'єкта у відповідності до зіставлення з аналогами-підприємствами, які вже підлягали оцінці у відповідності ринкових умов, з використанням методів ринку капіталів, угоди та галузевих коефіцієнтів;

- *дохідний метод (результатний)* визначення вартості об'єкта на основі величини чистого дисконтованого потоку та капіталізації прибуткових результатів його використання.

Таким чином, Лапін Є.В. у своїй роботі вказує на те що, аналіз потенціалу суб'єкта господарювання є цілеспрямованим процесом визначення вартості об'єкта з урахуванням потенційного доходу в грошовому еквіваленті за певний проміжок часу в певних умовах конкурентного ринкового середовища. Саме тому він виокремив відповідно до методів оцінки принципи та концепції оцінки економічного потенціалу підприємства представлені в таблиці 1 [1].

Таблиця 1. – Концепція, принципи, та методи оцінки економічного потенціалу [1]

<table>
<tr><td>Принципи оцінки економічного потенціалу</td><td colspan="6">Концепції оцінки економічного потенціалу промислового підприємства (у залежності від базового критерію оцінки)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">– системності;
– узгодженості;
– варіантності;
– оптимальності;
– комплексності;
– адекватності;
– ефективності</td><td colspan="2">Ресурсна</td><td colspan="2">Порівняльна</td><td colspan="2">Результатна</td></tr>
<tr><td colspan="2">визначення економічного потенціалу підприємства виходячи з суми витрат на його формування та використання</td><td colspan="2">визначення економічного потенціалу підприємства на базі порівняння з аналогами</td><td colspan="2">визначення економічного потенціалу підприємства за розміром чистого потоку економічних результатів від його використання</td></tr>
<tr><td colspan="7">Групи методів оцінки економічного потенціалу промислового підприємства</td></tr>
<tr><td colspan="4">Методи непрямої оцінки</td><td colspan="3">Методи прямої оцінки</td></tr>
<tr><td colspan="4">непряма оцінка економічного потенціалу підприємства проводиться з використанням фактичних значень показників, які характеризують результати його роботи</td><td colspan="3">пряма оцінка економічного потенціалу підприємства – це оцінка можливостей підприємства в майбутньому</td></tr>
<tr><td colspan="7">Методи оцінки економічного потенціалу промислового підприємства та його складових</td></tr>
<tr><td>експертний</td><td>бальний</td><td>рейтинговий порівняльний аналіз</td><td>метод аналогій</td><td>факторний аналіз</td><td colspan="2">методи математичного програмування</td></tr>
</table>

Усі існуючі методики оцінки економічного потенціалу підприємства мають свої позитивні та негативні сторони, що відповідним чином впливають на якість кінцевого результату. Однак, жодна з них не враховує циклічність розвитку підприємства,що на наш погляд є досить важливим аспектом у процесі оцінювання. Економічний потенціал суб'єкта господарювання є складною, динамічною, інтегрованою, взаємопов'язаною та синергетичною сукупністю усіх наявних та прогнозованих ресурсів й можливостей для досягнення тактичного та стратегічного розвитку відповідно до стадій життєвого циклу.

Оцінка економічного потенціалу суб'єкта господарювання характеризується визначенням величини наявних економічних ресурсів, які є в розпорядженні підприємства, та врахованого економічного ефекту від їх використання. Оцінка економічного потенціалу підприємства проводитися в натуральному та вартісному виді. Оцінка економічного потенціалу підприємства в натуральному виді визначає кількість економічних ресурсів, якими володіють підприємства, та кількість продукції, робіт та послуг, які можуть бути виготовлені (надані) підприємствами при повному та ефективному використанні розглянутих ресурсів. В даному випадку для оцінки потенціалу підприємства використовують натуральні вимірники. У вартісному виді оцінка економічного потенціалу підприємства визначає вартість активів підприємства та величини економічних вигод, які можуть бути отримані в майбутньому періоді, з використанням вартісних показників і вимірників [5].

Яремко І.Й визначив, що враховуючи реальні умови ринкової економіки та вимоги створення підприємством конкурентоспроможного потенціалу недостатнім є використання фінансової звітності для оцінки вартісних показників динаміки потенціалу і та структури капіталу підприємства. Також, аргументував теоретичну та емпіричну бази регламентації, стандартизації нефінансових показників підприємства, що формує передумови розробки фундаментального напрямку наукових досліджень в узгодженні основ вартісно-фінансової концепції. Зазначені недоліки та переваги формують передумови формування та удосконалення системи оцінки ефективності використання економічного потенціалу підприємства у «посткризовій економіці» [9].

Вартісна оцінка економічного потенціалу аналіз за показниками сукупності одержуваних доходів на підприємстві від використання власних активів відповідно до напрямків виробничо-фінансової діяльності. Вартісній оцінці підлягають види активів підприємства, які формують економічний потенціал та впливають на виробничий потенціал суб'єкта господарювання, а саме: наявність капітальних інвестицій, нематеріальних активів, виробничих запасів, основних засобів, незавершеного виробництва, довгострокових фінансових інвестицій, людського капіталу. Саме тому, величина новоствореної вартості та її складові елементи виступають критерієм вартісної аналізу потенціалу підприємства [1].

Визначення економічної оцінки потенціалу підприємства формується від складу та якості доходів і надходжень грошових коштів, які складаються з прибутку від операційної діяльності, амортизаційних відрахувань, з вартості нематеріальних активів та вартості основних засобів підприємства, з доходів від людського капіталу, з урахуванням відрахувань на соціальні потреби [1].

Сутність економічного потенціалу підприємства у вартісному виді може бути наступна:[1]

а) це сукупність доходів суб'єкта господарювання, отриманих протягом строку корисного використання відповідних видів ресурсів з урахуванням чинника часу, за допомогою методу дисконтування прогнозованих відповідно років розрахункового періоду доходів, що є результатом реалізації економічного потенціалу;

б) це середньорічна величина аналізу економічного потенціалу підприємства, диференційований за окремими його елементами.

Для повноцінного застосування у практичній площині вартісних критеріїв оцінки ефективності використання економічного потенціалу вітчизняними підприємствами необхідно враховувати фінансові результати вже завершеної діяльності та нефінансові чинники визначення капіталізації та інвестиційної вартості підприємства. Для певного виду підприємства перелік нефінансових чиників виявляється в умовах функціонування та є характеристикою ефективності критеріїв створеної вартості капіталу. [9]

Наявність оптимально сформованої структури капіталу підприємства впливає на загальний стан, методи та чинники формування економічного потенціалу підприємства. Від формування оптимальності структури капіталу залежить конкурентоспроможность підприємства, функціонування, забезпечення та необхідність розвитку матеріально-технічного, структурно-функціонального, соціально-трудового, фінансового напрямку діяльності підприємства, що обумовлює вивчення ефективності та доцільності використання його фінансового потенціалу [8].

Проблемою оцінки фінансового потенціалу суб'єкта господарювання стає різниця реальної та балансової вартості фінансового капіталу. Для власника та інвестора головним є можливість отримання прибутку, загальна фінансова вартість капіталу вже не є важливою. Це не завжди є правильним рішенням, так як фінансовий капітал відповідний процес реального формування організаційних підприємницьких структур, та формує механізм фінансування діяльності самого підприємства, та не визначається суспільно-економічними формаціями [8].

Узагальнюючи дослідження фінансового капталу, виокремимо його економічні особливості [8]:

1) економічна сутність забезпечення й розвитку підприємства, держави, суспільства;

2) забезпеченість, можливість розподілу, використання, відтворення ресурсів, як основи у визначенні ефективності формування та розподілу власних та позикових ресурсів;

3) оборотність коштів, для забезпечення формування основних та обігових ресурсів та руху факторів виробництва підприємства.

4) постійність капіталізації ресурсів та можливість максимізації прибутку;

5) ринкова вартість, що впливає на кредитоспроможність, структуру власного

капіталу та інвестиційну привабливість.

Процес фінансування на підприємстві є динамічним, саме це формує нестабільну раціональну структуру капіталу та впливає на узагальнення системи чинників, які змінять переваги підприємств для вибору відповідних джерел структуризації капіталу та сформує власну процедуру раціональної структуризації (рис.1.) [8]:

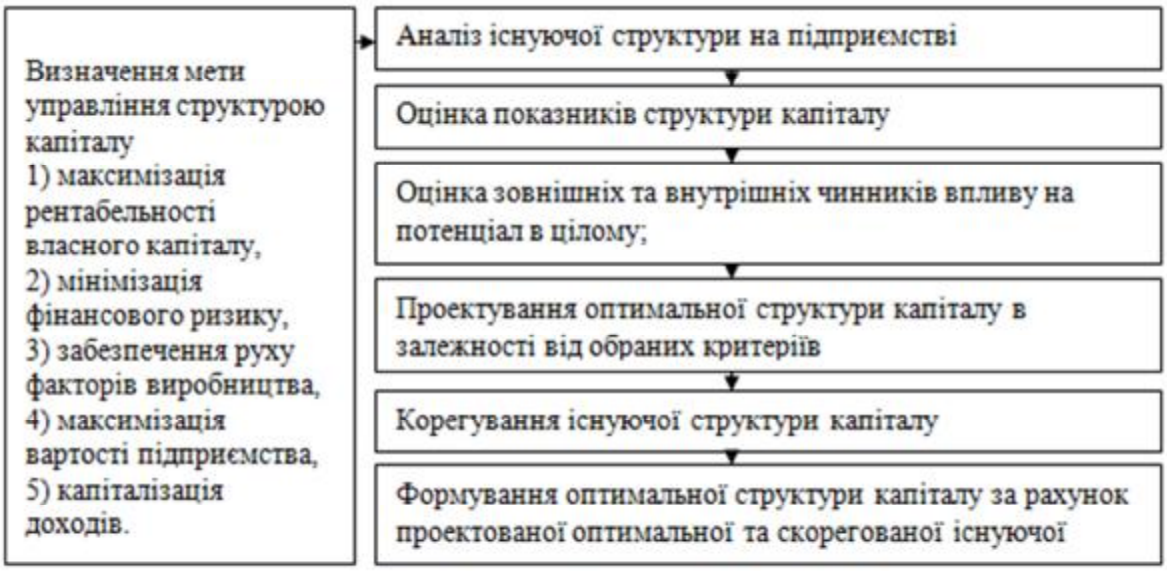


Рис. 1. Процедура раціональної структуризації капіталу [8]

Величина економічного потенціалу суб'єкта господарювання, як сукупність характеристик матеріальних умов відновлення продукції та можливостей підвищення якості є основою системи прогнозування можливих обсягів виробництва підприємства. Саме виробничий потенціал підприємства формує вимоги до виявлення витрат у виробничих ресурсах, які є пріоритетом оптимізації галузевих темпів та пропорцій розвитку, визначення напрямків інвестиційної діяльності. [3]

Вважається, що вартість елементів потенціалу є уніфікованим і універсальним показником загального економічного потенціалу підприємства. Можливість порівняння в грошовій оцінці в часі і просторі показників економічного потенціалу дозволяє визначити динаміку та структуру елементів потенціалу підприємства, структуру територіальних групувань, диференціацію, а також ефективність використання кожного з них. Таким чином, визначення величини економічного потенціалу представляє суму вартісних характеристик його наявних елементів, та дає можливість характеризувати якісну величину загального економічного потенціалу підприємства пов'язаного з вартісною оцінкою складових елементів [4].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Узагальненим висновком є те, що існуючі наукові дослідження теоретичних аспектів оцінки економічного потенціалу підприємства не мають єдиного підходу до визначення та самої оцінки. Визначено, що реальна оцінка відповідності до ринкової системи має включати не тільки фінансові показники, а й перелік нефінансових чиників виявлених в умовах функціонування та стати критерієм ефективності створеної вартості капіталу. Різниця в ролі реальної та балансової вартості фінансового потенціалу, формує проблему оцінки фінансового капіталу підприємства. Визначено, що високі показники діяльності підприємства залежать від підвищення ефективності використання всіх наявних елементів потенціалу як синергетичної сукупності результативного фактору.

Список використаних джерел

1. Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємства: монографія / Є.В. Лапін та ін. -М .: ВТД «Університетська книга», 2002. -310 с.

2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формирование та оцінка: Навч. посібник / Краснокутська Н. С. -Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 364 с.
3. Савченко М. В. Управління економічним потенціалом промислових підприємств: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Марина Василівна Савченко. - Х., 2004. - 220 с.
4. Пантелєєв М.С., Коломієць Г.В. «Оцінка організаційного потенціалу підприємства». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repo.uipa.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1988/3/Panteljejev%20M.S.,%20Kolomijec'%20G.V..pdf
5. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. - К .: КНЕУ, 2005. - 528 с.
6. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формирование та оцінка: Навч. посібник. / Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. -К .: КНЕУ, 2004. -316
7. Потенціал підприємства як інтегрована економічна система. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://scicenter.online/ekonomika-predpriyatiya-scicenter/potentsial-pidpriemstva-yak-integrovana-125235.html
8. Маматова Л.Ш. Оптимізація структури капіталу та її вплив на потенціал підприємства / Л.Ш. Маматова Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки: Зб. наук. праць. – Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», 2017 – 34. – С. 299-305.
9. Яремко І. Й. Показники та критерії в системі вартісно-орієнтованої концепції менеджменту / І. Й. Яремко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2015. - № 835. - С. 123-130. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_835_19

References

1. Lapin E.V. (2002), "Economic potential of the enterprise", ["Ekonomichnyj potencial pidpryjemstva"], monograph, E.V. Lapin et all. –M., University Book Book, 310 p.
2. Krasnokutskaya N.S. (2005), "Potential of the enterprise: formation and evaluation", ["Potencial pidpryjemstva: formyrovanye ta ocinka"], educ. manual, Krasnokutskaya N.S., Kiev, Center for Educational Literature, 364 p.
3. Savchenko M.V. (2004), "Management of economic potential of industrial enterprises", ["Upravlinnja ekonomichnym potencialom promyslovyh pidpryjemstv"], dis. Cand. econom. Sciences: 08.06.01, M.V. Savchenko, H., 220 p.
4. Panteleev M.S., Kolomiets G.V. "Assessment of organizational potential of the enterprise", ["Ocinka organizacijnogo potencialu pidpryjemstva"], [electronic resource], available at: http://repo.uipa.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1988/3/Panteljejev%20M.S.,%20Kolomijec'%20G.V..pdf
5. "Economics of the enterprise", ["Ekonomika pidpryjemstva"], textbook, total. ed. S.F. Pokropyvnogo, K., 2005, 528 p.
6. Fedonin O.S. (2004), "Enterprise Potential: Formation and Assessment", ["Potencial pidpryjemstva: formyrovanye ta ocinka"], educ. manual., Fedonin O.S., Repina I.M., Oleksiuk O.I., K., KNEU, 316 p.
7. "Enterprise potential as an integrated economic system", ["Potencial pidpryjemstva jak integrovana ekonomichna systema"],. [electronic resource], available at: https://scicenter.online/ekonomika-predpriyatiya-scicenter/potentsial-pidpriemstva-yak-integrrovana-125235.html
8. Mamatova L. (2017), "Optimization of capital structure and its influence on the enterprise potential", ["Optymizacija struktury kapitalu ta i'i' vplyv na potencial pidpryjemstva"], Bulletin of the Priazovskyi State Technical University, Series: Economic Sciences: Coll. Sciences., Mariupol: State Technical University " Priazovskyi State Technical University ", 34, pp. 299-305.
9. Yaremko I.I. (2015), "Indicators and criteria in the system of value-oriented management concept", ["Pokaznyky ta kryterii' v systemi vartisno-orijentovanoi' koncepcii' menedzhmentu"], I.I. Yaremko, Bulletin of the National university "Lviv Polytechnic". Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of development and development problems, No. 835, pp. 123-130, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_835_19

Keywords: *economic potential; assessment of economic potential; methodological approaches; principles of assessment; assessment methods; capital; resources; optimality.*
Ключові слова: *економічний потенціал; оцінка економічного потенціалу; методичні підходи; принципи оцінки; методи оцінки; капітал; ресурси; оптимальність.*
Ключевые слова: *экономический потенціал; оценка экономического потенциала; методические подходы; принципы оценки; методы оценки; капитал; ресурсы; оптимальность.*

Рецензент: *Меліхов А.А., завідувач кафедри економіки підприємства, ДВНЗ «ПДТУ», д.е.н., доцент*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/501976506608444595 09aeff1e9b2423

УДК. 339.137.2

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

http://orcid.org/0000-0002-2954-5405

Маматова Лейла Шаміліївна к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємств, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, e-mail: leilamamatova@gmail.com

Пожидаєва Анна Олександрівна, студентка 6 курсу економічного факультету, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, e-mail: pozhidaeva.1996anna@gmail.com

Mamatova Leila Ph.D., senior lecturer of the Department Economics of Enterprises, State Higher Educational Istablishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Mariupol, e-mail: leilamamatova@gmail.com

Anna Pozhydaieva, 6th year student of the faculty of Economics**,** State Higher Educational Istablishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Mariupol, e-mail: pozhidaeva.1996anna@gmail.com

L. Mamatova, A. Pozhidaeva. Theoretical aspects of enterprise competitiveness.

The article deals with the theoretical aspects of competition and competitiveness of the enterprise. The economic essence of the concept is revealed, the criteria and indicators of competitiveness assurance are determined, the factors of influence are identified. It is determined that the effective restructuring of the Ukrainian economy should be focused on the perfect use of existing intellectual potential or attraction of highly qualified, and the corresponding development of high-tech production and innovation potentials. It is proposed to define the term "enterprise competitiveness" as a comprehensive comparative characteristic of a possible level of a set of key success factors with an appropriate assessment of the enterprise's capabilities in a particular segment of the market and for a certain period of time in accordance with a similar set of indicators of a competing enterprise. It is generalized that it is the competitiveness of the enterprise that forms its own positioning in the competition, the position on the market and is possible only by the achievement and development of relevant competitive advantages in the economic, technical and organizational directions of activity of the entity.

Маматова Л.Ш., Пожидаєва А.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства.

У статті розглянуто теоретичні аспекти конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Розкрито економічну сутність поняття, визначено критерії та показники забезпечення конкурентоспроможності, виявлено чинники впливу. Визначено, що ефективна перебудова економіки України повинна бути орієнтована на досконале використання існуючого інтелектуального потенціалу або залучення висококваліфікованого, та відповідний розвиток високотехнологічного виробничого та інноваційного потенціалів. Запропоновано визначення терміну «конкурентоспроможність підприємства», як комплексної порівняльної характеристики можливого рівня сукупності ключових факторів успіху з відповідною оцінкою можливостей підприємства на певному сегменті ринку та за певний проміжок часу у відповідності до аналогічного набору показників підприємства-конкурентів. Узагальнено, що саме конкурентоспроможність підприємства формує власне позиціонування в конкурентній боротьбі, положення на ринку та можливе лише досягненням і розвитком відповідних конкурентних переваг в економічному, технічному, організаційному напрямках діяльності суб'єкта господарювання.

Маматова Л.Ш., Пожидаева А.А. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия.

В статье рассмотрены теоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности предприятия. Раскрыта экономическая сущность понятия, определены критерии и показатели обеспечения конкурентоспособности, выявлены факторы влияния. Определено, что эффективная перестройка экономики Украины должна быть ориентирована на совершенное использование существующего интеллектуального потенциала или привлечения высококвалифицированного, и соответствующее развитие высокотехнологичного производственного и инновационного потенциалов. Предложено определение термина «конкурентоспособность предприятия», как комплексной сравнительной характеристики возможного уровня совокупности ключевых факторов успеха с соответствующей оценкой возможностей предприятия на определенном сегменте рынка и за определенный промежуток времени в соответствии с аналогичного набора показателей предприятий-

© ***L. Mamatova, A.Pozhidaeva / Маматова Л.Ш., Пожидаєва А.О., 2019***

конкурентов. Определено, что именно конкурентоспособность предприятия формирует собственное место позиционирования в конкурентной борьбе, положение на рынке, что возможно лишь с достижением и развитием соответствующих конкурентных преимуществ в экономическом, техническом, организационном направлениях деятельности предприятия.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для підприємств усіх галузей світового господарства. На сьогоднішній момент для досягнення ефективних результатів своєї роботи підприємствам необхідно пристосовуватися до постійно мінливих умов, які, в свою чергу, вимагають розробки інноваційних концепцій розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності. Для розробки даних концепцій необхідне ретельне вивчення економічної категорії конкурентоспроможності, її особливостей і ознак. Відсутність необхідних теоретичних і практичних знань складного механізму забезпечення конкурентоспроможності товарів і послуг все частіше це призводить до серйозних прорахунків при ціноутворенні, що призведе до істотних збитків, а й іноді до банкрутства підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням конкурентоспроможності підприємства займалися такі вчені, як: М. Портер, Н.К Амеліна, А. Келічавий, Р.А. Фатхутдінов, А.І. Щетинін, А.М. Гельвановський, Г.Я. Кіперман, Дж. Робінсона, Е. Чемберліна, та ін. в роботах яких визначено сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», визначено чинники впливи та показники оцінки.

Мета статті полягає в узагальненні визначення наукових поглядів поняття «конкурентоспроможність», дослідження критеріїв та показників конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. На сучасному етапі розвитку економіки країни постають проблеми суперництва, боротьби та досягнення найбільших вигідних та високих позицій функціонування підприємств в конкурентному середовищі відповідно до різних сфер підприємницької діяльності. Метою кожного підприємця стає отримання прибутку від діяльності підприємства відповідно до зважених раціонально-управлінських рішень, ефективності віддачі господарства та здатності підприємства утримувати лідируючі позиції у конкурентній боротьбі. Відповідно до цього, виникають потреба в вивченні понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність підприємства». Більш детальне визначення поняття «конкуренція», представлено з різних наукових позицій в табл.1.

Таблиця 1. Визначення поняття «конкуренція» з різних наукових позицій

Закон / Автор	Значення
Про захист економічної конкуренції: закон України №2210-III	Економічна конкуренція – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти гоеподарювання мають можливіеть вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [1]
Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева	Конкуренція – змагання між виробниками (продавцями) товарів, а в загальному випадку - між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою отримання більш високих доходів, прибутку, інших вигод [2]
Щетинін А.І.	Конкуренція – це суперництво економічних суб'єктів за кращу реалізацію своїх економічних інтересів [3]
Business dictionary	Конкуренція – суперництво, в якому кожен продавець намагається одержати те, що шукають інші продавці одночасно: продажі, прибуток та частку ринку, пропонуючи найкраще можливе поєднання ціни, якості та сервісу [4]
А. Келічавий	Поняття «конкуренція» раніше розглядалося лише, як певний атрибут ринку та з кожним наступним століттям економічна думка визначила конкуренцію головним механізмом функціонування ринкової економіки, тобто як складну систему товарного господарства. Слово «конкуренція» від лат. concurrentia – суперництво, боротьба за досягнення найбільших вигод, переваг [5]
Портер М.	Конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [6, с. 15]
Фатхутдінов Р.А.	Конкуренція – процес управління своїми конкурентними перевагами для одержання перемог чи досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних чи суб'єктивних потреб у рамках законодавства або у природних умовах [7, с. 33]

Розвиток національної економіки України відбувається в умовах глобалізації, що приводить до необхідності підвищення її конкурентоспроможності. В сучасних умовах, формування конкурентоспроможності економіки України є одним з пріоритетних завдань, яке визначено Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020». Реформа захисту економічної конкуренції визначена як вектор розвитку, якою зокрема, встановлюється необхідність гармонізувати із законодавством Європейського Союзу положення законодавства України щодо захисту економічної конкуренції. [8].

Виникнення суперечливих поглядів та різноманітність наукових підходів до визначення терміну «конкуренції», зумовлюють в економічній науці існування великої кількості трактувань поняття «конкурентоспроможність». Найбільш поширені визначення поняття «конкурентоспроможність» представлено в таблиці 2.

Таблиця 2. – Підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність»

Автор	Визначення поняття «конкурентоспроможність»
М. Портер	Вчений стверджує, що в економічній науці немає універсального визначення поняття конкурентоспроможності для всіх суб'єктів і об'єктів [9]
С.І. Ожегов	Конкурентоспроможність – це здатність витримати конкуренцію, протистояння конкурентам [10]
А.М. Гельвановський	Конкурентоспроможність – це володіння властивостями, що створюють переваги для суб'єкта економічного змагання [11]
В. Петров	Конкурентоспроможність є багатогранною економічною категорією, що має кілька рівнів товару, товаровиробника, галузі, країни [12]
Фатхутдінов Р.А.	Конкурентоспроможність організації – це здатність фірми випускати конкурентоздатну продукцію, її перевага по відношенню до інших фірм даної галузі усередині країни і за її межами. Визначення є неповним і однобічним, тому що зводить конкурентоздатність організації до випуску конкурентоздатної продукції та тим самим порівнює ці два значення. [13]
Кіперман Г.Я.	Конкурентоспроможність організації – це здатність протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як по ступеню задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності. Не враховано того, що організації вступають у конкурентні відносини на конкретних ринках і в певний період часу, однак виділена ефективність господарської діяльності як один з вирішальних елементів конкурентоздатності організації [14]
Азоєв Г.Л.	Конкурентоспроможність – це здатність фірми, компанії конкурувати на ринках з виробниками і продавцями Фактично мова йде про неявне ототожнення конкурентоздатності підприємства з конкурентоздатністю 43 аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручності для покупців, споживачів. товару, про який говориться через призму його характеристик і є неповним і однобічним. [15]

Також існує досить велика кількість чинників впливу на конкурентоспроможність. Так М. Портера [1] пропонує розгядати наступні чинники:

1) Зовнішні чинники, які залежать від рівнів конкурентоспроможності країни, галузі, регіону, організації, що випускається товар, та можливої сили конкуренції на виході до конкурентної.

2) Внутрішні чинники, які залежать від патентоспроможності товару, раціональності системи організаційних та виробничих структур, конкурентоспроможності персоналу.

Таким чином, можливо виокремити загальні чинники підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання відповідно до сучасних умов:

1) Вдосконалення існуючої інноваційної політики підприємства, або впровадження нової, яка дозволить визначити можливості підприємства у конкурентній зовнішній та внутрішній боротьбі.

2) Відповідність кваліфікованих трудових ресурсів вимогам міжнародного ринку праці.

3) Наявність системи управління якістю на підприємстві.

4) Можливість безперервного вдосконалення реалізованої на внутрішньому ринку продукції національних виробників та розширення діяльності на міжнародному ринку. [17].

Відповідно до різних підходів до визначення понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність», існує багато різних методик оцінки конкурентоспроможності підприємства відповідно до цього виокремимо критерії та показники конкурентоспроможності представлені в таблиці 3

Таблиця 3. - Критерії та показники конкурентоспроможності підприємства

Критерій оцінки	Показники конкурентоспроможності
Ефективність виробничої діяльності підприємства	а) відносний показник витрат на одиницю продукції б) відносний показник фондовіддачі в) відносний показник рентабельності продукції г) відносний показник продуктивності праці
Платоспроможність підприємства	а) показник автономії б) коефіцієнт платоспроможності в) коефіцієнт ліквідності
Системність організації збуту та каналів розподілу продукції	а) рентабельність продаж б) коефіцієнт затовареності готовою продукцією в) показник виробничої потужності підприємства г) показник ефективності рекламної кампанії д) якість та імідж товару.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства має враховувати реальний аналіз сильних та слабких сторін, та при здійсненні маркетингових досліджень визначають потенційні можливості.

Тому оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна містити наступні показники [17]:

1) потребу у фактичних та перспективних капіталовкладеннях за окремими видами продукції та ринками;

2) продуктову диференціація – асортимент, обсяги та вартість конкурентоспроможної продукції;

3) ринкову диференціацію – набір ринків або їх сегментів для кожного продукту

4) потребу у засобах формування попиту та стимулювання збуту;

5) систему забезпечення ринкових переваг підприємства;

6) створення системи заохочування у споживачів у виготовленні та постійному оновленні високоякісної продукції, використання власних інноваційних технологій, формування патентної системи забезпечення, виконання зобов'язань подальшого обслуговування.

Таким чином, визначення сутності конкурентоспроможності підприємства в силу складності та диалектичности, триває й досі, тому що не існує чітких форм та обмежень у відповідності до кожного конкретного випадку формування ключових факторів успіху та стратегій розвитку. Це свідчить про те, що саме підприємство формує «конструкцію: переваги-можливості-стратегії», критерієм цього стає відповідне завдання – «Яка ефективність та еквівалентність досягнення поставленої мети підприємства?». Формування стратегій розвитку конкурентоспроможності відіграє значну роль у забезпеченні ефективного розвитку підприємства в цілому та забезпечує наявність швидкої реалізації нових перспективних можливостей, які виникають в процесі динамічних змін факторів зовнішнього інвестиційного середовища, створює можливість

обліку заздалегідь прогнозованих варіацій розвитку непідконтрольних підприємству чинників цього середовища та зводить до мінімальної межі негативні наслідки їх виникнення. Сукупність зазначених чинників є передумовою загальних змін організаційної структури управління суб'єкта господарювання. [18]

Відповідно до існуючого досвіду зарубіжних країн, ефективна перебудова економіки України має бути орієнтована на досконале використання існуючого інтелектуального потенціалу, або залучення висококваліфікованого та відповідний розвиток високотехнологічного виробничого та інноваційного потенціалів.

Дослідивши трактування понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність», можливо запропонувати визначення терміну «конкурентоспроможність підприємства», як комплексну порівняльну характеристику можливого рівня сукупності ключових факторів успіху з відповідною оцінкою можливостей підприємства на певному сегменті ринку та за певний проміжок часу у відповідності до аналогічного набору показників підприємства-конкурентів. Саме конкурентоспроможність підприємства формує власне позиціонування в конкурентній боротьбі, положення на ринку та можливе лише досягненням і розвитком відповідних конкурентних переваг в економічному, технічному, організаційному напрямках діяльності суб'єкта господарювання.

Для повноцінної відповідної оцінки конкурентоспроможності підприємства в конкретному середовищі необхідно провести ретельний аналіз складових факторів успіху та можливостей. Оцінка конкурентних можливостей підприємства можлива лише з використаннях маркетингового інструментарію, завдяки чому ефективне використання розроблених маркетингових рішень буде відповідати стратегічним цілям підприємства у відповідності до довгострокових конкурентних переваг.

Список використаних джерел

1. Про захист економічної конкуренції: закон України №2210-III станом на 18.05.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14

2. Райзберг Б.А., Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ebk.net.ua/Book/Ses/

3. Щетинін А.І. Політична економія. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 480 с.

4. Business dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ttp://www.businessdictionary.com/definition/competition.html

5. Келічавий А. В. Еволюція конкуренції : від зародження поняття до сучасних особливостей / А. В. Келічавий // Соціально економічні проблеми сучасного періоду України. – 2015. – № 5 (115). – С. 58-63.

6. Клименко С. М та ін. Управління конкурентоспроможністю підприємства : Навчальний посібник. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.

7. Ходжеттс Р. Майкл Портер про нові стратегії удосконалення управління //National Business. – 2004, червень. №5 (8) – С. 65-70 // Сайт Executive – Режим доступу: http://www.management.com.ua/bp/bp016.html

8. Про стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015

9. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ.] ; под. ред. и предсл. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

10. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М. : Изд-во «Советская энциклопедия», 1972. – 846 с.

11. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро, мезо-, макроуровневом измерении / М. Гальвановский, В. Жуковская // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–70.

12. Петров В. Конкурентоспособность / В. Петров // РИСК. – 1999. – № 4.

13. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації : Навчальний посібник. – 4-е вид. – К. : Ексмо, 2015. – 544 с.

14. Киперман Г. Я. Современный экономический словарь / Г. Я. Киперман, Б. С. Сурганов. – М. : Экономика, 2012. – 255 с.

15. Азоев Г. Л. Конкуренция : анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

16. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. пос. /І.З.Должанський, Т.О.Загорна. - Київ: Центр навч. Літератури, 2006. - 384с.

17. Амеліна Н. К. Показники та умови підвищення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.Nbuv.gov.ua/portal/natural/vntu/2008_17_1/80.pdf.

18. Маматова Л.Ш. Сущность и методы разработки стратегии обеспечения финансово-инвестиционного потенциала промышленных предприятий / Л.Ш. Маматова // Scientific letters of academic society of Michal Baludansky. – Košice, Slovakia: Technical University of Košice, 2015. – №5. – vol. 3. – p.150-154

References:

1. "On Protection of Economic Competition: Law of Ukraine No. 2210-III as of May 18, 2016", ["Pro zahyst ekonomichnoi' konkurencii': zakon Ukrai'ny №2210-III stanom na 18.05.2016"], [electronic resource], available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14
2. Reizberg B.A., "The Modern Economic Dictionary", ["Sovremennuj ekonomycheskyj slovar'"], B.A. Reisberg, L.Sh. Lozovsky, E.B. Starodubtseva, [electronic resource], available at: http://www.ebk.net.ua/Book/Ses/
3. Shchetinin A.I. (2011), "The political economy", ["Politychna ekonomija"], textbook, K ., Center for Educational Literature, 480 p.
4. Business dictionary, [electronic resource], available at: http://www.businessdictionary.com/definition/competition.html
5. Kelichavy A.V. (2015), "The evolution of competition: from conception to modern features", ["Evoljucija konkurencii' : vid zarodzhennja ponjattja do suchasnyh osoblyvostej"], A.V. Kelichavy, Socio-economic problems of the modern period of Ukraine, No. 5 (115), pp. 58-63.
6. Klimenko S.M. (2006), "Enterprise competitiveness management", ["Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpryjemstva"], textbook, K., KNEU, 527 p.
7. Richard M. Hodgetts (2004), "Michael Porter on New Management Improvement Strategies, ["Majkl Porter pro novi strategii' udoskonalennja upravlinnja"], National Business, 2004 June, No. 5 (8), pp. 65-70, Executive Website, available at: http://www.management.com.ua/bp/bp016.html
8. "On the Sustainable Development Strategy "Ukraine 2020": Presidential Decree No. 5/2015 of 12.01.2015", ["Pro strategiju stalogo rozvytku «Ukrai'na – 2020»: ukaz Prezydenta Ukrai'ny № 5/2015 vid 12.01.2015"], [electronic resource], available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015
9. Porter M. (1993), "International Competition", ["Mezhdunarodnaja konkurencyja"], M. Porter; [trans. with English], under. ed. and prop. V.D. Shchetinina, M., International Relations, 896 p.
10. Ozhegov S.I. (1972), "Dictionary of the Russian language", ["Slovar' russkogo jazuka "], S.I. Ozhegov, M., Publishing House "Soviet Encyclopedia", 846 p.
11. Gelvanovsky M. (1998), "Competitiveness in Micro, Meso, and Macro Level Measurement", ["Konkurentosposobnost' v mykro, mezo-, makrourovnevom yzmerenyy"], M. Galvanovsky, V. Zhukovskaya , Russian Economic Journal, No. 3 pp. 67–70.
12. Petrov V. 1999"Competitiveness", ["Konkurentosposobnost'"], Petrov, RISK. No. 4.
13. Fathutdinov R.A. (2015), "Managing the competitiveness of an organization", ["Upravlinnja konkurentozdatnistju organizacii'"], textbook, Type 4, K., Exmo, 544 p.
14. Kiperman G. (2012), "The Modern Economic Dictionary", ["Sovremennuj ekonomycheskyj slovar' "], G.Ya. Kiperman, B.S. Surganov, M., Economics, 255 p.
15. Azoev GL. (1996), "Competition: analysis, strategy and practice", ["Konkurencyja : analyz, strategyja y praktyka"], G.L. Azoev, M., Center for Economics and Marketing, 208 p.
16. Dolzhansky I.Z. (2006), "Competitiveness of the enterprise", ["Konkurentospromozhnist' pidpryjemstva"], training. pos., I.Z.Dolzhansky, T.O. Zagorna, Kyiv: Center for Teaching Literature, 384 p.
17. Amelina N.K. "Indicators and Conditions for Increasing the Competitiveness of Enterprises", ["Pokaznyky ta umovy pidvyshhennja konkurentospromozhnosti pidpryjemstv"], [electronic resource], available at: www.Nbuv.gov.ua/portal/natural/vntu/2008_17_1/80.pdf.
18. Mamatova L.Sh. (2015), "The essence and methods of developing a strategy to ensure the financial and investment potential of industrial enterprises", ["Sushhnost' i metody razrabotki strategii obespechenija finansovo-investicionnogo potenciala promyshlennyh predprijatij"], L.Sh. Mamatova, Scientific letters of academic society of Michal Baludansky, Košice, Slovakia, Technical University of Košice, No. 5, vol. 3, pp 150-154

Keywords: *competition; competitiveness; enterprise competitiveness; criteria and indicators of competitiveness; competitive factors; innovative potential.*
Ключові слова: *конкуренція; конкурентоспроможність; конкурентоспроможність підприємства; критерії та показники конкурентоспроможності; фактори конкурентоспроможності; інноваційний потенціал.*
Ключевые слова: *конкуренция; конкурентоспособность; конкурентоспособность предприятия; критерии и показатели конкурентоспособности; факторы конкурентоспособности; инновационный потенциал.*

Рецензент: *Меліхов А.А., завідувач кафедри економіки підприємства, ДВНЗ «ПДТУ», д.е.н., доцент*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/7d1b62660bbc4d12bfb21863357e56ad

УДК 338

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ B2B

http://orcid.org/0000-0002-8765-6656

Гончар Вікторія Василівна, д. е. н., професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, gonchar.mariupol@gmail.comt, +380973787893

Богачов Олексій, аспірант кафедри маркетингу та бізнес адміністрування ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, +380500471551

Gonchar Victoriya, dr., professor of marketing and business administration department, SHEI "Priazovkyi State Technical University".

Bogachov Oleksii, doctoral student of marketing and business administration department, SHEI "Priazovkyi State Technical University"

V. Gonchar, O. Bogachov. Innovative marketing in the B2B market.

Innovation is an iterative process based on the perception of a new product or new service technologies based on the invention. Innovation is characterized by four parameters: type, level, location and effect. In terms of level, innovations can be radical or additional. Analysis of the introduction of radical innovation has proved that disruptive innovation begins in one of two types of niche markets. The first, low level of the market, where there is an opportunity to dominate this segment first, and then to disrupt the rest of the market by drawing up functions and raising prices. The second type, the principle of high-class innovation: start with a high price in the market, and then go down to the mass market, adding additional functions and reducing (instead of increasing) the price. It has been proven that the efficiency of diffusion of new technology is based on the paradigm of variable speed of innovation adoption. The first potential customers are divided into two segments: where possible to use the methods of technologies and behavioral grounds for purchasing an innovative product. In developing innovative products, getting feedback from consumers is the most important part on the road to success. For both segments, the most appropriate way to collect information is to interview because depth of analysis is required. When the "type of innovative decision" is collective, the rate of adoption is lower than that of the individual. This makes the dissemination of ideas in the B2B sector more difficult as decisions are made at the organization level. It is recommended to consider the four components that allow the marketing program to be effective. An important part of the process of innovative marketing in B2B is understanding the decision-making process of its main participants. Identify 5 types of people who play a role in the decision-making process in the purchase of a new product: users, influencers, buyers, deciders and intermediaries. Each type requires a specific targeting strategy as they are due to different reasons.

Гончар В. В., Богачев О. С. Інноваційний маркетинг на ринку B2B.

Інновація представляє собою ітераційний процес, оснований на сприйнятті нового продукту або нових технологій обслуговування на основі винаходу. Інновації характеризуються по чотирьом параметрам: тип, рівень, розташування і ефект. За рівнем інновації можуть бути радикальними або додатковими. Аналіз впровадження радикальних інновацій довів, що підривні інновації починаються на одному з двох типів нішевих ринків. Перший, низький рівень ринку, де є можливість першими домінувати в цьому сегменті, а потім здійснити зрив решти ринку шляхом складання функцій і підвищення цін. Другий тип, принцип високого класу інновацій: почати з високої ціни на ринку, а потім йти вниз до масового ринку, додавши додаткові функції і зменшення (замість збільшення) ціни. Доведено, що ефективність дифузії нової технології базується на парадигмі змінних швидкості прийняття інновацій. Перші потенційні клієнти розділяються на два сегменти: по можливості використання способів технологій та поведінкові підстави придбання інноваційного продукту. При розробці інноваційних продуктів отримання зворотного зв'язку від споживачів є найбільш важливою частиною на шляху до успіху. Для обох сегментів найбільш придатний спосіб збору інформації - інтерв'ю в зв'язку з необхідною глибиною аналізу. Коли «тип інноваційного рішення» є колективним - швидкість прийняття, нижче, ніж при індивідуальному. Це робить поширення ідей в секторі B2B більш складним, так як рішення приймаються на рівні організації. Рекомендовано враховувати чотири складові, які дозволяють маркетинговій програмі бути ефективною. Важлива частина процесу інноваційного маркетингу в B2B – є розуміння учасників в процесі прийняття рішень та самого процесу прийняття рішень. Визначають 5 типів людей, які грають певну роль в процесі прийняття рішень в покупці нового продукту: користувачі, інфлуенсери, покупці, десідери та посередники. Кожен тип вимагає конкретної стратегії націлювання, так як вони обумовлені різними причинами.

Гончар В. В., Богачев А. С. Инновационный маркетинг на рынке B2B.

Инновация представляет собой итерационный процесс, основанный на восприятии нового продукта или новых технологий обслуживания на основе изобретения. Инновации характеризуются по четырем параметрам: тип, уровень, расположение и эффект. По уровню инновации могут быть радикальными или дополнительными. Анализ внедрения радикальных инноваций доказал, что подрывные инновации начинаются на одном из двух типов

© ***V. Gonchar, O. Bogachov/ Гончар В. В., Богачев О. С., 2019***

нишевых рынков. Первый, низкий уровень рынка, где есть возможность первыми доминировать в этом сегменте, а затем осуществить срыв остального рынка путем составления функций и повышение цен. Второй тип, принцип высокого класса инноваций: начать с высокой цены на рынке, а потом идти вниз к массовому рынку, добавив дополнительные функции и уменьшение (вместо увеличения) цены. Доказано, что эффективность диффузии новой технологии базируется на парадигме переменных скорости принятия инноваций. Первые потенциальные клиенты делятся на два сегмента: по возможности использования способов технологий и поведенческие основания приобретения инновационного продукта. При разработке инновационных продуктов получения обратной связи от потребителей является наиболее важной частью на пути к успеху. Для обоих сегментов наиболее подходящий способ сбора информации - интервью в связи с необходимой глубиной анализа. Когда «тип инновационного решения» является коллективным - скорость принятия, ниже, чем при индивидуальном. Это делает распространение идей в секторе B2B более сложным, так как решения принимаются на уровне организации. Рекомендуется учитывать четыре составляющие, которые позволяют маркетинговой программе быть эффективной. Важная часть процесса инновационного маркетинга в B2B - понимание процесса принятия решений его основными участниками. Определяют 5 типов людей, которые играют определенную роль в процессе принятия решений в покупке нового продукта: пользователи, инфлуенсеры, покупатели, десидеры и посредники. Каждый тип требует конкретной стратегии нацеливания, так как они обусловлены различными причинами.

Постановка проблеми. Сучасні умови ведення бізнесу потребують нестандартних та інноваційних рішень. Виникає необхідність у дослідженні нових ринків для збільшення продажів та прибутковості. Звичайні маркетингові методи вже не ефективні, а бізнес оточують передові технології. Інноваційні стратегії в маркетингу дозволяють збільшити ефективність, на основі впровадження удосконалених методів задоволення потреб клієнтів. Цей інструмент стає дорожньою картою для діяльності компанії та дозволяє обрати бізнес-модель для виходу на ринок, встановлюючи чіткі стратегічні цілі, які повинні бути досягнуті, визначаючи пул клієнтів компанії, оцінюючи поточний стан ринку. Питання про правильну стратегію виходу на ринок стає ще більш гострим і заплутаним, коли воно пов'язане з радикальною інновацією, тому що такі продукти не визначили базу клієнтів, бізнес-моделі і прямих конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи сучасних уявлень про розробку та впровадження інноваційних маркетингових стратегій закладено у працях всесвітньо відомих зарубіжних вчених: Гарсія, Шиллінг, Крістенсен, Макдональд, Котлер, Дайер та інш. Значний внесок у розвиток наукової думки в сфері розробки й вдосконалення теоретичних засад, методологічних і прикладних аспектів управління інноваційною діяльністю підприємства зробили такі вчені, як Л. Л. Антонюк, Н. С. Ілляшенко, Ю.В. Каракай [4], С. М. Ілляшенко, Є. І. Нагорний, Н. І. Чухрай. Ці автори в своїх працях приділили багато уваги щодо удосконалення інноваційного процесу з використанням маркетингових принципів. Проте сьогодні в недостатньо розроблено питання впровадження інноваційної стратегії на ринку B2B в умовах жорсткої конкуренції.

Мета статті дослідити особливості застосування інноваційних маркетингових стратегій на ринку B2B.

Викладення основного матеріалу. Не можливо ефективно управляти інноваціями (і, таким чином, прийти до успішної стратегії виходу на ринок), якщо не розуміти їх справжню природу. Насамперед необхідно описати це поняття, класифікувати різні моделі інновацій та визначити їх типи.

«Інновація» представляє собою ітераційний процес, розпочатий за сприйняттям нового ринку і / або нових можливостей обслуговування для технології на основі винаходу, яке веде до розробки, виробництва і маркетингові завданням, які прагнуть до комерційного успіху винаходи [1]. Два важливих аспекти виділяються в цьому визначенні: 1) технологічний винахід повинен бути в поєднанні з виведенням на ринок і його успішним прийняттям кінцевим користувачем, 2) інноваційний процес є ітеративним, таким чином, включає повторювані дії введення на ринок при поліпшення сервісу / продукту.

Інновації, як правило, характеризуються по 4 параметрами: тип, рівень, розташування і ефект [2]. За типом, інновації можуть проявлятися в процесі, продукті,

послузі, маркетингу або бізнес-моделі. Відомі приклади включають в себе: Зара розподілу рішень її одягу швидко і ринок реагує шляхом переміщення його виробництва в Іспанію (процес), камера GoPro невеликого дії з дозволом професійних камер (продукція), Apple запускає AppStore і ITunes (служба), Yellow Tail утлібозація сегментація ринку і позиціонування його повністю відрізняється від інших існуючих вин на ринку (маркетинг) і Xerox впроваджують «Pay Per Copy» принцип (бізнес-модель). Не рідко відмінність між типами інновацій розмито, і досить часто один тип інновацій супроводжується іншим.

За рівнем, інновації можуть бути радикальними («гра мінливого» інновації, наприклад, Salesforce запуск системи CRM) або додатковими (незначні поліпшення, наприклад, впровадження нової моделі Audi A8 автомобіля). Щоб бути більш точним, «радикальність» визначається ступінню, в якій продукт / послуга пішла від існуючої практики на ринку (або з-за нової технології або нової бізнес-моделі). З точки зору їх впливу на ринок, радикальні інновації прагнуть стати руйнівними. Підривні інновації визначаються як інновації, які зворушили існуючий ринку і створили новий [3]. При пошуку компаній методів отримання великих доходів і стійкого положення на ринку в довгостроковій перспективі, цей тип інновацій стає найприбутковішим, але в той же час ризикований. Більша кількість підривних інновацій приходиться на стартапи. Великі корпорації не в змозі зробити таку ж кількість підривних інновацій через жорстку структуру. Отже одним з принципів здійснення даного типу інновацій має бути гнучка структура.

За містом, інновації диференційовані архітектурну (зміни конструкції всього виробу, наприклад, автомобіль двигуна) і компонентно (зміна визначеної частини продукту, наприклад, змінюючи диски автомобіля).

По ефекту інновація може включати компетентність підвищення або компетентність зруйнувавши з точки зору конкретного підприємства. Якщо компанія створює інновацію на існуючій базі знань - це компетентність підвищення. Якщо компанія впроваджує абсолютно нову технологію або виходить на абсолютно новий для себе ринок - це компетентність знищення. Інноваційний маркетинг - це сукупність інноваційних процесів та заходів, які продають та передають нові продукти та послуги цільовій групі споживачів.

У статті, основна увага приділяється радикальним інноваціям, і питання досліджується в наступних частинах - як зробити революційні технології, які руйнують ринок?

Інновації в маркетингу - це діяльність, яка передбачає нові ідеї, що позитивно впливають на новий продукт та послугу. Інноваційна маркетингова концепція - це проведення маркетингових досліджень потреб, поведінки та тенденцій клієнтів, розробка прототипу або змін в рамках розробки продукту, запуск нового продукту в унікальному місці, ціна продукту унікальним способом, просування продукції нетрадиційним шляхом

На відміну від стандартних продуктів, радикальні інновації вимагають екстраординарних зусиль і діяльності, щоб успішно вийти на ринок і отримати прийняття споживачами Причина цього полягає в тому, що клієнти ще не знайомі з перевагами продукт / послугу. Простіше кажучи, вони не знають, чому вони мають потребу в цій інновації, які проблеми він може вирішити, і чому це має сенс платити за це гроші. Іноді, вигоди не очевидні (як з введенням автомобілів Tesla), в інших випадках - ні (наприклад, Spotify).

Потребу ринку у радикальних інноваціях, важко оцінити за допомогою фокус-груп, інтерв'ю або обстежень. Це створює додаткові ризики і невизначеність на вході в ринок. Професор Гарвардської школи бізнесу Клейтон Крістенсен у своїй роботі «Теорія підривної інновації» [3], стверджує, що керівники великих корпорацій, які вкладають значні кошти в додаткові інновації для отримання доходів, стикаються з ризиком втратити і, таким чином, залишивши свій ринок в довгостроковій перспективі до нових «підривних» технологій, що надходять від невеликих стартапів. З метою відстежувати

загальної закономірності виходу на ринок було проаналізовано 77 випадків компаній з різних галузей промисловості (комп'ютери, роздрібна торгівля, фармацевтики, машинобудування, металургія). Основні висновки підкреслюють той факт, що всі підривні інновації починаються на одному з двох типів нішевих ринків, які для великіх компаній низькобюджетні.

Молодий ринок (або «Сегмент» Нуль [2]) - це ринок, який залишається незатребуваним у зв'язку з розвитком технологій швидше, ніж підвищуються попит клієнтів на ці технології. Крістенсен називає це явище «перерегулюванням ринку». Таким чином, існує значний сегмент споживачів, які готові купувати товари з більш низькою якістю / функціями, але за нижчою ціною (наприклад, перші успіхи Huawei). Компанії, починаючи з низького рівня ринку, отримують можливість першими домінувати в цьому сегменті, а потім здійснити зрив решти ринку шляхом складання функцій і підвищення цін.

Створюючи «новий-ринок» необхідно нових учасників залучити раніше ніж клієнт починає використовувати продукт (наприклад, Xerox залучає школи і університети, щоб використовувати принтери, вводячи нову бізнес-модель «Pay Per Copy») або створити ринок, який вирішує раніше невідомі «проблеми» (наприклад, SpaceX - приватизував космічні подорожі). Ця частина теорії досить добре узгоджується з іншою стратегією «Blue Ocean», яка також говорить про можливості «незайманого ринку» шляхом створення інноваційної вартості, однак зносить ідею і необхідність сегментації і таргетинг. Дослідники підкреслюють той факт, що значення інновацій зростає, коли «фірма вирівнювання інновацій з підсобної, ціною і позиціонуванням витрат» [4].

Як показує практика, якщо є значний стрибок у технологічному розвитку - ціни на інноваційні продукти досить високі (наприклад, Apple, IPod, Тесла, комп'ютери). Це пояснюється тим, що спочатку такі продукти є унікальними і дуже дорогими в виробництві, але як масове виробництво приходить - ціна йде вниз. Дослідження називають цю стратегію - лідируючий вихід на ринок [5]. Принцип високого класу інновацій аналогічний низький рівень інновацій: почати з нішею на ринку, а потім йти вниз (а не вгору) для масового ринку, додавши додаткові функції і зменшення (замість збільшення) ціни.

Варто відзначити, що послуги, як правило, починаються з низькобюджетних ринків (велика конкуренція, відносно дешевий запуск) і апаратних продуктів - висококласної ринку (пояснюється високими витратами виробництва).

Таким чином, можна стверджувати, що інноваційна стратегія не може бути просто протестована і скопійована з успішної компанії. Цей процес є надзвичайно унікальним через обставини, в яких зароджуються стартапи. Саме тому виникає необхідність концентрації уваги на реальних маркетингових стратегіях, які допомагають компаніям запалити інтерес до покупки інноваційного продукту.

Вибір стратегії і вихід на ринок є лише першим кроком у «новому діловому підприємстві». За статистикою, 50% стартапів зазнають невдачі протягом перших п'яти років роботи [6]. Це пояснюється тим, що навіть після того, як компанії зробили свої перші продажі і притягуються «ранні клієнти», вони стикаються з труднощами розширення в подальшому стабільного числа клієнтів «рання більшість», які будуть генерувати дохід і поширення інформації про продукт іншим клієнтам шляхом прийняття та використання його [2]. Отже виникає потреба дослідити методи, які дозволяють компаніям «перетнути прірву» від «ранніх» до «ранньої більшості» і дифузних радикальних інновацій. У цій частині, ми будемо дивитися на різноманітні методи, які сприяють успішному входу на ринок технологій абсолютно новим людям.

Почнемо з того, незважаючи на загальне припущення, що «люди люблять нові ідеї» (і, отже, нові продукти) це міф. Це є ще однією перешкодою на шляху до дисперсії інновацій. Якщо компетентні фахівці спочатку не передбачали можливий ринковий успіх таких винаходів як телефон, Google, і комп'ютер, що можна сказати про звичайні клієнтів

тоді? Американський професор Еверетт М. Роджерс у своїй роботі «Дифузія інновацій» стверджує: «Багато технологів вважають, що корисні нововведення будуть продавати себе, що очевидні переваги нової ідеї будуть широко реалізовані потенційними споживачами, і тому нововведення буде швидко розширюватися. Практика доводить, що це дуже рідкий випадок» [7]. У своїх дослідженнях професор Роджерс говорить, що для того, щоб прийняти нову технологію, людина повинна отримати достатньо інформації про новий продукт для зняття його невпевненості щодо придбання.

Дослідження практик впровадження інноваційних рішень доводять, що швидкість дифузії нової технології базується на парадигмі змінних дезінфекційної швидкості прийняття інновацій:

- Відносна перевага. Що таке додана вартість продукту в порівнянні з попереднім рішенням? Це сприймається як перевага в економічній вигоді, соціальному визнанні, зручності і т.д.
- Сумісність. Скільки зусиль потрібно для переходу до інноваційної? Оцінюється сумісність з існуючими технологіями, соціально-культурні уявлення і цінності, звички і потреби клієнта інновацій.
- Складність. Наскільки важко сприймається інновації? Скільки навчання потрібно?
- Здатність. Як легко спробувати інновації?
- Спостережливість. Як видно, результати інновацій? Ця характеристика також залежить від соціальної групи людини (наприклад, скільки людей буде носити цей тип взуття). Реклама є одним з інструментів для ефекту і збільшення чинника «спостережливість».

Ці 5 атрибутів пояснюють від 49 до 87 відсотків причин швидкості прийняття інновацій. При здійсненні інноваційних стратегій маркетологам необхідно передбачити можливу швидкість дифузії продукту, здійснити вибір правильних клієнтів мети, провести позиціонування продукту і використовувати найбільш ефективні канали поширення.

В більшості успіх маркетингової діяльності залежить від правильного визначення потреби клієнтів (сумісність з потребами) і розуміння їх сприйняття відносної переваги продукту. Залежно від зрілості ринку, складності продукції і новизни, існують різні методи маркетингу, які застосовуються до кожної ситуації до випадку(Tidd, Bessant і Певітт 2005, 243),

Основними є два етапи в ідентифікації потенційних клієнтів: технічний і поведінковий. Ідея цього підходу полягає в тому, що перші потенційні клієнти розділяються на сегменти по можливості використання способів технології (технічний), у інших зосереджується увага на поведінкових підставах. Пізніше ці групи об'єднуються разом, щоб визначити кращі сегменти для досягнення мети. Для обох досліджень, найбільш придатний спосіб збору інформації - інтерв'ю в зв'язку з необхідною глибиною аналізу.

Дослідники продовжують підкреслити той факт, що при розробці інноваційних продукту / послуг, ітерація і постійне вдосконалення прототипу і маркетингової діяльності отримання зворотного зв'язку від споживачів є найбільш важливою частиною на шляху до успіху [8]. Слід зазначити, що прийняття послуг відрізняється від прийняття товарів, в основному через те, що послуги нематеріальні, що знижує ефект здатності та спостереження. Це означає, що під час впровадження інноваційної стратегії, маркетологи повинні приділяти більше уваги на інші чинники, такі як «відносну перевагу», «сумісність» та «складність».

Доведено, коли «тип інноваційного рішення» є колективним - швидкість прийняття, як правило, нижче, ніж при індивідуальному. Це робить поширення ідей в секторі B2B більш складним, так як рішення приймаються на рівні організації. Щоб вирішити цю проблему, компанії намагаються мати «обличчя влади» в організації, в результаті чого тип рішення від колективного стає більш індивідуальний. «Канали зв'язку», повинні також відповідати рівню складності продукту, наприклад, звичайна

реклама буде неефективною, якщо продукт дуже специфічний і вимагає додаткових пояснень з приводу його використання. В цьому випадку особисті продажі краще.

Аналіз успішних інноваційних стратегій довів, що вони містять чотири складові, які дозволяють маркетинговій програмі бути ефективною (табл. 1.).

Таблиця 1. – Складові інноваційних маркетингових стратегій на ринку B2B

Складові	Дії
Причина, що зосереджує увагу на інновації	Обрати бажаний результат нового впровадження технології. Проаналізувати, як дії компанії можуть впливати на інших посередників в ланцюжку створення вартості. Використовувати стратегію, яка потенційно призводить до "цільової кінцевої гри"
Залучення силових гравців	Встановлюючи партнерські відносини з лідерами ринку, компанії з інноваційними продуктами мають змогу швидше закріпитися на нових ринках і тим самим поширити свої інновації на решту учасників ринку
Впровадження узгоджених комунікаційних дій	Інноваторам необхідно вразити основні три групи комунікаційного процесу: гравці, які додають в переваги інноваціям (провайдер додаткових товарів / послуг), гравці, які виступають в якості каналів для кінцевих споживачів (дистриб'ютори) і самі споживачі
Збереження гнучкості	Інноваційні компанії повинні розробляти плани продукту та маркетингу, щоб вони могли бути легко модифіковані, щоб адаптуватися до змін ринку

І, нарешті, сила сприйняття інновацій повністю лягає на винахідливості і креативності маркетологів. У цьому випадку варто звернути увагу на методах маркетингу компаній, які досягли успіху в підприємства захоплення ринку з новими продуктами.

Перша асоціація, яка приходить до більшості людей, коли його запитали про приклад успішної радикальної інновації компанії Apple з MacBook, IPAD, IPod і iPhone. Успіх цих продуктів лежить, зокрема, за ідеологією Стіва Джобса і його геніальної підхід до маркетингу. Серед 7 правил є 3, які можуть бути безпосередньо застосовні до введення нового продукту на ринок, зокрема:

- Справжні інновації повинні прагнути поліпшити світ;
- Простота є ключем;
- Уміння ефективно спілкуватися і розповідати історію.

Всі три з цих рад, які переплітаються між собою: з одного боку, нововведення, яке змінює світ надихає людей і, таким чином, робить його легше доставити повідомлення. З іншого боку, повідомлення не буде зрозуміло, якщо продукт компанії занадто складно зрозуміти або повірити. Останній є спільною проблемою нових продуктів.

Важлива частина процесу STP в B2B – є розуміння учасників в процесі прийняття рішень та самого процесу прийняття рішень. Цей крок, як правило, складний, формалізований і включає в себе багато людей, які приймають участь в цьому процесі. Необхідно знайти цільові аудиторії і звернутися безпосередньо до них, тим самим збільшуючи шанси на ефективність стратегії. Визначають 5 типів людей, які грають певну роль в процесі прийняття рішень в покупці нового продукту / послуги [9]:

- Користувачі. Люди, які насправді будуть використовувати продукт / послугу - багато часу ініціюють купувати пропозицію, тому що безпосередньо відчувають потребу в ній.
- Інфлуенсери. Вплив на покупку: допоможе визначити технічні характеристики продукту та запропонувати альтернативи.
- Покупці. Люди, які мають повноваження здійснювати фактичну купівлю. Зазвичай ті, що беруть участь в процесі переговорів з постачальниками.
- Десідери. Є офіційні або неофіційні повноважени, що приймають рішення про покупку. Досить часто покупці і рішення одні і ті ж люди.
- Посередники. Контроль потоку інформації для інших. Може бути технічний персонал або секретарі.

Кожен тип вимагає конкретної стратегії націлювання, так як вони обумовлені різними причинами. Користувачі можуть бачити велику цінність в технологічних аспектах інновацій (скільки часу він економить, як набагато більш точні результати забезпечують). З іншого боку, покупці і рішення можуть бути більш стурбовані фінансової вигоди

інновацій може принести компанії. Чітке розуміння того, хто грає кожну роль в цільових організаціях, як ці люди можуть впливати (які їхні «больові точки-») і їх критерії відбору постачальників грає життєво важливу роль в успішному просуванні інноваційного продукту. Логічно, в більшості випадків покупці і десідери мають найбільший вплив на прийняття рішень про покупку. Залежно від розміру компанії кількість учасників в «покупці центру» може варіюватися від 1 людини до 20-30 або навіть більше. Важливо відзначити, що в B2B маркетингу, всі люди, які приймають рішення, як і раніше залишаються емоційними істотами. Ось чому поєднання причин (номера, технічні характеристики) і емоційних повідомлень (наприклад, ми допомагаємо зменшити кількість зрублених дерев і тим самим врятувати планету) є потужним інструментом на етапі просування

Висновки. Для того, щоб досягти успіху при впровадженні інноваційної маркетингові стратегії, необхідно здійснювати управління в інтегрованому вигляді. Тільки звертаючи увагу на всі аспекти, що визначають швидкість прийняття і використання відповідних «атакуючих» інструментів, нові продукти / послуги можуть отримати путівку в життя. Впровадження інновацій потребує багато роботи, стратегічного підходу і творчості. Але як тільки це досягнуто - відкриваються неймовірні можливості для компанії.

Список використаних джерел:

1. Garcia, Rosanna, and Roger Calantone. 2002. "A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review." The Journal of Product Innovation Management 19: 110-132.
2. Schilling, Melissa A. 2017. Strategic Management of Technoligical Innovation. New York: McGraw-Hill Education.
3. Christensen, Clayton. 2016. The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change). Harvard Business Review Press.
4. Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. 2005. Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.
5. Dyer, Jeffrey, Paul Godfrey, Robert Jensen, and David Bryce. 2016. Strategic Management: concepts and cases.
6. Mansfield, Matt. 2019. "Startup statistics – The Numbers You Need to Know." Small Business Trends. Mar 28. https://smallbiztrends.com/2019/03/startup-statistics-small-business.html.
7. Rogers, Everett M. 2003. Diffusion of Innovations. Free Press.
8. Gotter, Ana. 2018. "B2B and B2C Marketing: What's the Difference?" Disruptive Advertising. July 9. https://www.disruptiveadvertising.com/marketing/b2b-and-b2c/.
9. Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2017. Principles of Marketing 17th edition. Upper Saddle River: Pearson Education Limited.

References

1. Garcia Rosanna, and Roger Calantone (2002), "A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review" The Journal of Product Innovation Management 19: 110-132.
2. Schilling, Melissa A. (2017), Strategic Management of Technoligical Innovation. New York: McGraw-Hill Education.
3. Christensen Clayton (2016), The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change). Harvard Business Review Press.
4. Kim W. Chan, and Renee Mauborgne (2005), Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. Harvard Business Review Press.
5. Dyer Jeffrey, Paul Godfrey, Robert Jensen, and David Bryce (2016), Strategic Management: concepts and cases.
6. Mansfield Matt (2019),. "Startup statistics – The Numbers You Need to Know." Small Business Trends. Mar 28, available at: https://smallbiztrends.com/2019/03/startup-statistics-small-business.html.
7. Rogers Everett M. (2003) Diffusion of Innovations. Free Press.
8. Gotter Ana (2018), "B2B and B2C Marketing: What's the Difference?" Disruptive Advertising. July 9, available at: https://www.disruptiveadvertising.com/marketing/b2b-and-b2c/.
9. Kotler Philip, and Gary Armstrong, (2017), Principles of Marketing 17th edition. Upper Saddle River: Pearson Education Limited.

***Key words**: evolution, the concept of sustainable development, sustainable development of an industrial enterprise.*
***Ключові слова**: маркетинг, інноваційна стратегія, ринок B2B*
***Ключевые слова**: маркетинг, инновационная стратегия, рынок B2B.*

***Рецензент:** Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/ecbcb1706b424d97b1c061072c719ce3

УДК 37.072

ВЗАЄМОДІЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Мацкевич Юлія Іванівна, к.е.н., викладач кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «ПДТУ», м. Маріуполь, matskevich_yuliy@ukr.net

Yuliia Matskewych, Ph.D., lecturer of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, SHEI «PSTU», Mariupol

Yu. Matskewych. Interaction of institutions of higher education and business in the conditions of modern economic development.

The integration of scientific, educational and innovation activities, cooperation between universities and the real economy is an important component for the development of universities, businesses, region, country. The high practical orientation of education and its connection with the realities of the economic situation should become unique characteristics of a modern University. Education at the University should meet the needs of the state, society and the individual. Its interaction with enterprises of various sizes provides the basis for the formation of a social order for students, from which the University should start in the formation of the curriculum, a set of disciplines and practices for teaching the student. Taking into account the demands of the external environment, in particular the demands of business and enterprises allows educational institutions to choose the right trajectory in the process of training students to get a graduate who has exactly the list of professional skills that are in demand today in the labor market, with which he will be in demand in modern society. The article focuses on the need to improve the interaction of Ukrainian universities and enterprises in such areas as training, employment of graduates, cooperation in the field of science and innovation, analyzed the ratio of satisfaction of partners with cooperation and considered the need for cooperation with companies of different sizes, highlighted the main problems and prospects of cooperation with the University business structures, proposed ways to solve them. The analysis of interaction of higher education and business structures in the conditions of modern market relations emphasizes the necessity of this process and its usefulness from the point of view of practice-oriented training and formation of practical skills among University graduates.

Мацкевич Ю.І. Взаємодія закладів вищої освіти та бізнесу в умовах сучасного економічного розвитку.

Інтеграція наукової, освітньої та інноваційної діяльності, всебічна взаємодія між університетами і реальним сектором економіки - важлива складова розвитку університетів, підприємств, регіону, країни. Висока практична спрямованість освіти та її зв'язок з реаліями економічної ситуації повинні стати унікальними характеристиками сучасного університету. Освіта у виші має відповідати запитам держави, суспільства та особистості. Його взаємодія з підприємствами різного масштабу дає основу для формування соціального замовлення на студентів, від якого повинен відштовхуватися заклад вищої освіти при формуванні навчального плану, набору навчальних дисциплін та практик для навчання студента. Облік запитів зовнішнього середовища, зокрема запитів бізнесу і підприємств дозволяє закладу освіти вибрати правильну траєкторію в процесі навчання студентів, щоб отримати на виході випускника, що володіє саме тим переліком професійних умінь і навичок, які затребувані сьогодні на ринку праці, з якими він буде затребуваний в сучасному суспільстві. У статті зроблено акцент на необхідність вдосконалення взаємодії українських вузів і підприємств за такими напрямками, як підготовка кадрів, працевлаштування випускників, взаємодія у сфері науки та інновацій, проаналізовано співвідношення задоволеності партнерів співпрацею та розглянуто необхідність співробітництва вишу з компаніями різних розмірів, виділено основні проблеми та перспективи співпраці вишу з підприємницькими структурами, запропоновано шляхи їх вирішення. Аналіз взаємодії вищої школи і підприємницьких структур в умовах сучасних ринкових відносин підкреслює необхідність цього процесу і його корисність з позиції практико-орієнтованого навчання та формування практичних навичок у випускників.

Мацкевич Ю.И. Взаимодействие учреждений высшего образования и бизнеса в условиях современного экономического развития.

Интеграция научной, образовательной и инновационной деятельности, всестороннее взаимодействие между университетами и реальным сектором экономики - важная составляющая развития университетов, предприятий, региона, страны. Высокая практическая направленность образования и его связь с реалиями экономической ситуации должны стать уникальными характеристиками современного университета. Образование в вузе должно отвечать запросам государства, общества и личности. Его взаимодействие с предприятиями различного масштаба дает основу для формирования социального заказа на студентов, от которого должен отталкиваться вуз при формировании учебного плана, набора учебных дисциплин и практик для обучения студента. Учет запросов внешней среды, в частности запросов бизнеса и предприятий позволяет учреждения образования выбрать правильную траекторию в процессе обучения студентов, чтобы получить на выходе выпускника, обладающего именно тем перечнем профессиональных умений и навыков, которые востребованы сегодня на рынке труда, с которыми он будет востребован в современном обществе. В статье

© ***Yu.Matskewych / Мацкевич Ю.І., 2019***

сделан акцент на необходимость совершенствования взаимодействия украинских вузов и предприятий по таким направлениям, как подготовка кадров, трудоустройство выпускников, взаимодействие в сфере науки и инноваций, проанализировано соотношение удовлетворенности партнеров сотрудничеством и рассмотрена необходимость сотрудничества вуза с компаниями различных размеров, выделены основные проблемы и перспективы сотрудничества вуза с предпринимательскими структурами, предложены пути их решения. Анализ взаимодействия высшей школы и предпринимательских структур в условиях современных рыночных отношений подчеркивает необходимость этого процесса и его полезность с позиции практико-ориентированного обучения и формирования практических навыков у выпускников.

Постановка проблеми. Одна з актуальних завдань розвитку економіки, заснована на знаннях, є організація тісної взаємодії вузів і роботодавців. В сучасних умовах загострюється потреба у висококваліфікованих та ініціативних працівниках. Це потребує поглиблення інтеграції закладів вищої освіти з роботодавцями – основними споживачами їх послуг. Ця масштабна задача включає появу нових правових норм і нових типів договорів, які б сприяли освітньому закладу у підготовці фахівців, а підприємствам — в оснащенні кадрами. На сучасному етапі вкрай важливе осмислення досвіду та виокремлення найбільш якісних форм такого партнерства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль і значення вищої освіти в сучасних умовах досліджують такі вчені, як В. Сацик, Л.Л. Антонюк, В. Іноземцева, О. Кукліна, В. Сафонова, Л. Губерський, О. Василик, Д. Грішнова, та ін. Тему співпраці університетів та бізнесу, їх соціального партнерства вивчають О. Романовський, В. Жуков, П. Бодаченко, Г. Іцковіц, Ю. Лопатинський, А. Зінченко, та ін. Такі великі компанії, ік СКМ, IBM, ABB, ОККО, Microsoft, Samsung, Coca Cola та ін. також приділяють увагу питанням соціального партнерства науки і бізнесу. Проте, є питання, що потребують подальшого їх вивчення та розгляду.

Мета статті. Проаналізувати проблеми, пов'язані з працевлаштуванням випускників вищих освітніх закладів, і намітити шляхи вирішення цих проблем через ефективну систему взаємодії роботодавців і закладів вищої освіти, що мають значний технічний і кадровий потенціал, їх вплив на економічний розвиток країни.

Результати дослідження. Механізми взаємодії ЗВО і бізнес-структур багато в чому схожі з механізмами ринкової економіки: виші відповідають пропозицією випускників, науково-дослідних та організаційних робіт на відповідний попит, породжуваний народним господарством і бізнес-структурами. Взаємодіючи на інституційному рівні, заклади освіти та підприємницькі структури сприяють оптимізації дій один одного в різних напрямках (економічному, виробничому, соціокультурному, виховному і т.п.), досягаючи таким чином синергетичного ефекту.

В сучасних умовах заклад вищої освіти має двоїсту природу. Як соціальна організація вищий навчальний заклад є особливою установою з найвищим сумарним інтелектом працівників, головними функціями якого є: проводити наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечувати організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їх покликань, інтересів і здібностей [1]. Наряду з цим, як суб’єкт ринкової економіки, ЗВО виступає в ролі товаровиробника інтелектуальної продукції й освітніх послуг. Таким чином, освітній заклад піддається впливу ринкових змін, будучи складовою частиною економічної системи і опосередковано зв'язуючись з матеріальною сферою одночасно.

Вітчизняна система вищої освіти традиційно значною *мірою* орієнтується на знання, і в цій якості здатна досягати значних результатів, але сьогодні необхідна ще і спрямованість на підвищення конкурентоспроможності випускника в ринковому середовищі. Розглянемо зарубіжний досвід організації системи взаємодії вищих освітніх закладів і бізнес-структур.

Важливим стимулом для активізації зусиль вишу щодо встановлення співпраці з підприємствами є ініціювання державних програм, в яких наявність партнерів у реальному секторі економіки є обов'язковою умовою виділення державних коштів університету для здійснення науково-дослідної діяльності. Так, наприклад, в Австралії для

того, щоб акцентувати увагу університетів на встановленні зв'язків з можливими зовнішніми замовниками наукових послуг, в першу чергу - з промисловими підприємствами, була розроблена нова формула розподілу державних коштів на науково-дослідну діяльність університетів - схема інституційних грантів (Institutional Grants Scheme). Згідно з цією схемою, в ряду використовуваних критеріїв успіхам університету в залученні коштів з промисловості та від інших зовнішніх замовників надається найбільша вага - 60 %. Два інших критерії розподілу державних коштів - це залучення аспірантів, а також якість і кількість наукових публікацій, вони мають набагато меншу вагу, 30 % і 10 % відповідно.

Аналізуючи систему взаємодії вузів і підприємств малого бізнесу в Німеччині, необхідно відзначити особливості їхньої системи навчання. Система вищої освіти в Німеччині об'єднує понад 440 навчальних закладів, що пропонують величезний вибір предметів і навчальних програм. Більшість вузів є державними (близько 360) [2]. Німецька система вищої освіти відрізняється різноманіттям типів ЗВО. Величезною популярністю у німецьких та іноземних студентів користуються не тільки університети, а й вищі школи. Близько третини німецьких студентів вибирають Fachhochschule (Вища школа або інститут прикладних наук). Ці ж інститути прикладних наук обирають 38% іноземних студентів в Німеччині. Термін навчання в них коротше (3 - 4 роки), навчання швидше практичне, ніж теоретичне. Обов'язковою умовою є річне стажування на фірмах даного профілю. У таких вузах в Німеччині можна отримати відмінні знання в галузі інженерної справи, економіки, менеджменту, сільського господарства, комп'ютерних спеціальностей. Створена в Німеччині система технічних університетів і університетів, що мають прикладний характер, сьогодні тісно пов'язана з виробничими процесами на малих і середніх підприємствах. Одне з перших місць в рейтингу займає Берлінський університет прикладних технічних та економічних наук (Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin), в якому створений і успішно функціонує кооперацийний центр «Наука-практика» [3]. Завдяки тісній взаємодії університету з підприємствами малого та середнього бізнесу у сфері виробництва за підтримки Центру «Наука-практика» здійснюється впровадження створених студентами університету технологій, працевлаштування студентів на підприємства за профілем науково-освітньої діяльності. З боку підприємств здійснюється підтримка інноваційних розробок студентів і формується замовлення на інноваційні продукти і технології. Тісна взаємодія науки і виробництва є однією з умов підготовки випускних кваліфікаційних робіт. Наприклад, магістерські роботи формуються як проекти для реалізації на конкретному підприємстві малого або середнього бізнесу, і однією з умов успішного захисту проекту, є його впровадження у практичну діяльність підприємства, на якому студент-магістрант проходив практику. Для підтримки новаторських ідей студентів в Берлінському університеті створена інфраструктура для підтримки молодих підприємців, до складу якої входять консультаційний центр «Заснування фірми і вільна підприємницька діяльність», Лабораторія початківців підприємців і Центр підприємців-початківців «Технічні послуги» [4], Важливо відзначити, що в більшості випадків саме малі та середні підприємства з різних галузей охоче вдаються до консалтинговим послугам студентів. В рамках своєї консультаційної діяльності студенти вже застосовують отримані під час навчання знання на практиці, отримуючи при цьому цінний досвід, який вони можуть використовувати у своїй подальшій професійній діяльності.

Представляє інтерес і приклад континентальних європейських університетів. Цікавим є досвід університету Аальто (Aalto University), Фінляндія, який створив концепцію індивідуальних бізнес-проектів (Customized Business Projects) [5]. Ці проекти дозволили зв'язати студентів з різними аспектами бізнесу, такими як маркетинг, фінанси, логістика та економіка. В рамках такого проекту, Університет формує дослідницьку групу, що складається з 2-5 студентів останнього року навчання і викладача/наукового працівника – лідера групи. Студенти підбираються індивідуально під кожен проект з

різних факультетів Університету. Участь у такому проекті дозволяє студенту застосувати отримані в процесі навчання знання на практиці, а так само отримати кредити ECTS за роботу в ньому. Студенти так само отримують грошову компенсацію за роботу, що помітно покращує їх мотивацію. Для підприємств малого та середнього бізнесу такого плану проекти - ідеальний шлях використовувати синергетичний ефект від взаємодії науки, технології та бізнесу і організувати спільну роботу з майбутніми експертами.

У порівнянні з європейськими університетами, вищі освітні установи США мають ряд відмінностей. Для американського типу вищої освіти більш характерно залучення бізнесу в систему адміністрування, коли представники найбільших фірм стають безпосередніми розробниками і керівниками освітніх програм і курсів. Основою подібної політики є визнання факту певного типу знання, яким володіють представники бізнесу. Накопичений ними досвід, на думку розробників подібних ініціатив, може стати вельми корисним при формуванні освітнього простору майбутнього. Також в США створюються спеціалізовані центри трансферту продукції інтелектуальної праці на світові ринки. Подібні центри зазвичай функціонують самостійно, але числяться в якості структурних підрозділів університетів. Центри трансферту відбирають найбільш перспективні проекти, що забезпечують правовий захист авторських прав, захищають національні інтереси США в ході реалізації наукомісткої продукції на світовому ринку. Одним з варіантів такої взаємодії університетів і бізнесу за кордоном є так звані capstone project, тобто випускна кваліфікаційна робота, заснована на вирішенні практичного, реального бізнес-завдання, пропонованого студентам представниками підприємницьких структур. У багатьох зарубіжних вишах, таких, як, Технологічний Університет М. Сідней, Австралія, Школа Державного управління ім. Роберта Вагнера, Нью-Йорк, США, університет штату Айови, США, такі проекти фактично необхідні для успішної подальшої кар'єри випускника [6].

Таким чином, проаналізувавши зарубіжний досвід розвитку відносин вузу і бізнесу можна зробити висновок про те, що закордонні вузи відрізняються своєю практико-орієнтованістю. Звернемося до питань взаємодії освітніх закладів і підприємницьких структур в Україні, розглянувши ключові особливості, проблеми та перспективи розвитку.

Згідно пункту 7 частини третьої статті 29 Закону України «Про вищу освіту» національна установа вищої освіти має право формувати на своїй базі інноваційні структури різних типів (наукові та технологічні парки, бізнес-інкубатори, малі підприємства тощо) на засадах поєднання інтересів високотехнологічних компаній, науки, освіти, бізнесу та держави з метою виконання і впровадження інноваційних проектів».

В українських вишах розвивається мережа бізнес-інкубаторів, де студентів та науковців навчають, як результати їх досліджень втілити в бізнес. Підписано Меморандум про співпрацю та взаємодію між МОН та ГО «Платформа інноваційного партнерства» (YEP). Зараз бізнес-інкубатори YEP працюють у 10 закладах вищої освіти (далі ЗВО) у різних регіонах України.

В рамках співпраці з бізнесом в 2017 році реалізовано проект «Вищі навчальні заклади для молодіжного підприємництва» за Програмою «Erasmus+». Метою цього проекту є активізація молодіжного підприємництва в контексті європейської інтеграції як всередині країн, так і між країнами Східного партнерства та ЄС з використанням досвіду створення успішних бізнес-моделей у країнах Східного партнерства. В рамках зазначеного проекту розроблена карта партнерів [7].

В 2017 році підписано угоду між Національним технічним університетом імені Ігоря Сікорського "КПІ" і "Укроборонпрому" з реалізації магістерської програми "Управління в сфері оборонно-промислового комплексу". Учасники угоди розробляють спільні інноваційні проекти для оборонної промисловості. "КПІ" презентував вже 40 розробок для всіх силових відомств, 6 з них поставлені на озброєння. До НВО (науково-виробничого об'єднання) «Київська політехніка» увійшли 7 підприємств - 5 від Укроборонпрому та 2 від Державного космічного агентства.

Співпраця між закладами вищої освіти і замовниками кадрів (підприємством, організацією та установою) є хорошим прикладом дуальної освіти, яка успішно використовується. Щоб впроваджувати цю систему на державному рівні, МОН запустив перші пілотні проекти, дуальну освіту випробують на морському транспорті, аграрних професіях і кібербезпеці. Сьогодні в багатьох регіонах є практика тісної співпраці компаній з ЗВО і вже Організації роботодавців, бізнесу інвестують у проекти, покривають витрати для проведення деяких освітніх заходів.

Таким чином, ЗВО співпрацюють з бізнесом (організаціями, установами і підприємствами) укладають з ними договори про партнерство, розробляються декларації про співпрацю ЗВО з підприємствами та органами місцевого самоврядування, розробляють карти партнерства - і все це відбувається на регіональному рівні.

Директор Британської Ради в Україні Мартін Даул називає університети «джерелом сили для економіки в XXI столітті». Він радить піднімати Україну як економіку знань в Євразії. На його думку, роль університетів в нашій країні буде постійно зростати. Але лише в тому випадку, якщо будуть дуже тісні їхні стосунки з бізнесом. Як їх налагодити? Відповідаючи на це питання, він розповідає про досвід міста Брістоля - одного з найбільших промислових, наукових і університетських центрів Великобританії.

Раніше, зазначає Даул, компанії виявляли інтерес тільки до випускників вищів, але це, за його словами, неефективний підхід. «І ми почали будувати відносини між бізнесом і університетами, - розповідає він. - Ми зрозуміли, що для цього необхідний багаторівневий підхід. Потрібно зрозуміти, що в регіоні можна зробити спільно, щоб підвищувати стандарти життя, прискорювати економічний розвиток і перетворювати економіку в економіку знань. Індустрія повинна розуміти, які сфери бізнесу йдуть в минуле, і, отже, туди не потрібно направляти інвестиції. Потрібно думати про те, на яких напрямках бізнес буде розвиватися в наступні 20-30 років. І це має стати спільною турботою влади, бізнесу та університетів». Він також розповідає про те, що в Англії університети, по суті, є не тільки реальним активом, в який можна вкладати кошти, стимулюючи наукові дослідження. Вони служать ще й школою бізнесу. «Студент, який бере кредит на навчання, стає бізнесменом, - зазначає Даул. - Отримуючи гроші, він у першу чергу думає про те, чи зможе, закінчивши університет і працюючи на бізнес, повернути інвестиції в освіту».

Однією з перешкод успішної взаємодії освітнього закладу і бізнесу може стати людський фактор: деякі вчені та викладачі не можуть йти «в ногу» з бізнесом. Це може стати причиною виникнення «діалогу на різних мовах» між освітою і бізнесом. Однак мова йде не про те, що вчені та представники академічного середовища повинні володіти всіма навичками, необхідними для підтримки розвитку бізнесу, або розвивати їх на дуже високому рівні. Для того щоб йти в ногу з часом необхідно переймати досвід бізнесу і розробляти теоретичну основу для вирішення практичних бізнес-задач. Швидкість прийняття рішень в бізнесі формує часові рамки виконання замовлення вузом. Часові рамки, в яких працюють навчальні заклади, часто не збігаються з режимом, в якому працюють підприємницькі структури. Так, наприклад, наукове дослідження, проведене в стандартні терміни написання кандидатської дисертації – 3 роки, – може бути занадто довгим для того, щоб бізнес дочекався його результатів. Тому однією з умов успішної взаємодії вузу і бізнесу (зокрема у виконанні студентами замовлень малого та середнього бізнесу) повинна стати своєчасність і оперативність виконання роботи: терміни виконання замовлення повинні обговорюватися з замовником, і виконавець (студент) повинен виконати роботу в заздалегідь встановлений термін.

Ще одним з найбільш помітних недоліків у співпраці бізнесу і університетів - невідповідність переліку спеціальностей, за якими вища школа готує студентів, потреб підприємств та економіки в цілому. В університетах нерідко вважають, що головне - дати студентам освіту, а влаштуватися на роботу - це вже турбота їх самих. Для отримання необхідних трудових ресурсів бізнес-середовище має ставити певні завдання перед вишем

на підготовку кваліфікованих кадрів за заявленими напрямами, а виш, відповідаючи на ці завдання, вирішувати їх і випускати на ринок праці суворо певне коло фахівців, які, безперечно, будуть затребувані і влаштовані за отриманими напрямами підготовки [8]. При цьому, кожен з учасників співпраці отримає свою користь: бізнес-середовище - необхідні кадри, бізнес-ідеї, наукові розробки; освітній заклад - додаткові позабюджетні кошти для виконання своєї місії; випускники - гарантоване працевлаштування.

Найчастіше виш співпрацює з великими компаніями. Але в такому випадку участь студентів у дослідницьких проектах зазвичай обмежено виконанням достатньо простих робіт. Студенти, що проходять практику на великих підприємствах, часто обмежуються ознайомленням з роботою підприємства і готують свої звіти і випускні роботи по існуючим проектам підприємств. У зв'язку з цим виникає необхідність розвитку співпраці вузів з підприємствами малого та середнього бізнесу для формування у студентів професійних умінь і навичок в під час реалізації практичних робіт з реальних замовлень підприємств. До того ж малий і середній бізнес має потребу у вирішенні своїх завдань звертатися за консультаційною допомогою до навчального закладу.

Резюмуючи вище викладене, можна зробити висновок про те, що зміни в процесі розвитку сучасного суспільства, не могли не торкнутися системи освіти та її змісту і тягнуть за собою трансформацію взаємин вишу і бізнес-структур. Змінилися методологічні основи освіти внаслідок формування освітньої парадигми, орієнтованої на особистість, де значущі індивідуальні психологічні та особистісні характеристики людини. Це ставить перед освітнім закладом нові проблеми і завдання.

Необхідність внесення інноваційних змін в професійну підготовку студентів обумовлена тим, що сьогодні від майбутніх керівників і працівників потрібні не тільки глибокі знання, але і вміння в мінливій ситуації здобувати нові знання та використовувати їх для проектування власної діяльності і діяльності підлеглих.

Відповідно до статті 6 Закону України «Про освіту» освітня політика України базується на принципах, орієнтованих на досягнення національною системою вищої освіти сучасного світового рівня, відродження її самобутнього національного характеру, докорінне покращення змісту, форм і методів навчання, примноження інтелектуального потенціалу країни. Все це диктує необхідність пошуку найбільш ефективних форм, методів і технологій навчання з метою підготовки практико-орієнтованих випускників.

Інноваційний підхід в освіті активізує пошук сучасних освітніх технологій і методик навчання майбутніх фахівців. Основною перевагою молодих спеціалістів є поєднання їх особистісних властивостей (енергійність, активна життєва позиція, ентузіазм), відсутність звичних стереотипів у роботі, легкість засвоєння інформації, націленість на отримання досвіду і на активну роботу. В даний час в освітньому середовищі активно розвивається особистісно-орієнтоване навчання. Кожна людина володіє певним набором індивідуальних якостей, які в кожному розвинені по-різному. Найбільш значущими особистими якостями, застосовними до професійної діяльності, є: соціальна активність, інтелектуальний рівень, конкурентоспроможність, працездатність, емоційно-вольові якості, потреба в самовдосконаленні. І головне, професійна підготовка студента визначається не тільки сукупністю знань, умінь і навичок, але і сукупністю його індивідуальних здібностей, що дозволять витримувати конкуренцію на ринку праці.

Висновки. Одним з основних принципів побудови системи вищої освіти є інтеграція навчання з наукою і практикою, професійна спрямованість навчально-виховного процесу. На основі цього принципу навчальні плани вищих освітніх закладів повинні передбачати теоретичну і практичну підготовку студентів, проведення різних видів практики на виробництві, мати метою формування у випускника системи науково-професійних знань та практичних умінь і навичок.

В даний час інтеграція освіти і виробництва може відбуватися за такими напрямами: цільові замовлення на навчання майбутніх або існуючих співробітників компаній у вишах (основна освіта, підвищення кваліфікації); залучення кращих

інженерно-педагогічних кадрів для підвищення якості підготовки кваліфікованих фахівців; фінансування та проведення спільних з ЗВО фундаментальних і прикладних наукових досліджень, розвиток інноваційної діяльності; реалізація спільних освітніх програм в цілях забезпечення компаній кваліфікованими молодими фахівцями; сприяння впровадженню сучасних методів і технологій навчання на основі нових інформаційних технологій.

Особливої уваги потребує розробка нормативної бази щодо створення системи морального і матеріального заохочення обдарованої молоді - студентів, які стали переможцями всеукраїнських і міжнародних студентських олімпіад, всеукраїнських конкурсів студентських наукових робіт, що сприятиме підвищенню авторитету цієї діяльності та активізації наукового пошуку студентів і науково-педагогічних працівників, які їх готують.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/ed20170928#n17
2. Освіта за кордоном [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://academ consult.ru/ obrazovanie-v-germanii
3. Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https:// www.htw-berlin.de/forschung/forschungsservice-und-transfer/kooperationen/
4. Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https:// www.htw-berlin.de/studium/studienorganisation/
5. Aalto University [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://biz.aalto.fi/en/cooperation/for_ corporations/projects/
6. Сагинова О.В., Ковалева Е.Н. Рейтинги, имидж вуза и цели высшего образования // Экономика образования. — 2015. — № 1. — С. 12-23.
7. Національний Еразмус + офіс в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://erasmusplus.org.ua/erasmus/161-novyny-proektiv/1627-ukrainski-universytety-rozbudovuiut-potentsial-molodi.html
8. Мартынец Л.А. М 29 Высшее образование и Болонский процесс: учебно-методическое пособие. - Донецк, 2013. – 188с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/41/1/пособие_Болонский.pdf

References:

1. The law of Ukraine "on higher education" [Elektronnij resource], available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/ed20170928#n17
2. Osvita for cordon [Elektronnij resource], available at: http://academ consult.ru/ obrazovanie-v-germanii
3. Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin [Electronic resource], available at: https:// www.htw-berlin.de/forschung/forschungsservice-und-transfer/kooperationen/
4. Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin [Electronic resource], available at: https:// www.htw-berlin.de/studium/studienorganisation/
5. Aalto University [Electronic resource], available at: http://biz.aalto.fi/en/cooperation/for_ corporations/projects/
6. Saginova O. V., Kovaleva E. N. (2015), Ratings, image of the University and goals of higher education / / Economics of education,. No. 1, pp. 12-23.
7. National Erasmus + ofis in Ukraine [Electronic resource], available at: https://erasmusplus.org.ua/erasmus/161-novyny-proektiv/1627-ukrainski-universytety-rozbudovuiut-potentsial-molodi.html
8. Martynets L. A. (2013), M 29 Higher education and the Bologna process: educational and methodical manual. - Donetsk,. - 188s. [Electronic resource], available at: https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/41/1/пособие_Болонский.pdf

Keywords: *integration of science and business, partnership, innovation, practice-oriented training, labor market.*
Ключові слова: *інтеграція науки і бізнесу, партнерство, інноваційність, практико-орієнтоване навчання, ринок праці.*
Ключевые слова: *интеграция науки и бизнеса, партнерство, инновационность, практико-ориентированное обучение, рынок труда.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/14ff8c54d1654da58e7138c930ed1dda

УДК 621.833

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

http://orcid.org/0000-0003-2185-178X
Кравченко Марина Сергіївна, к.е.н., доц., доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «ПДТУ», м. Маріуполь, kravchenko.maryna@gmail.com
Кусса Роман Олександрович, магістр, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», alinakinash12@gmail.com

Maryna Kravchenko, Ph.D., Assoc., Associate Professor of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, State Higher Educational Institution «Priazovskyi State Technical University», Mariupol
Roman Kussa, master, SHEI «Priazovskyi State Technical University»

M. Kravhcenko, R. Kussa. Organizational foundations of modern quality management systems in industrial enterprises

Given the fact that Ukraine is heading for the EU, then all regulatory documents related to certification, especially in industrial enterprises, must comply with standards and international norms. Therefore, improving the quality of products in Ukraine and this period is an important issue. The growth of competitiveness not only in the domestic market but also in the global one stimulates industrial enterprises to revise the quality standards of products.

Improving the quality of products in Ukraine is dictated not only by high competitiveness in the domestic market, the quality of life of workers also directly depends on the quality of products, since quality products are sold at a higher price, and this is the salary of industrial workers and their social well-being.

Also, the high quality of products of industrial enterprises and manufacturing according to modern technologies indicates the country's level in the competitive list of countries, and this is the image of the state as an exporter on the international market. The guarantor of product quality of industrial enterprises in the international market are the ISO 9000 series standards.

Due to the fact that the scientific and economic achievements of new markets in competitiveness, the implementation of innovative solutions and inventions, lead to the formation at industrial enterprises of a unified system of actions to improve the quality and level of knowledge, which become one of the main conditions for the development and growth of competitiveness of the economy enterprises, industries but also the state.

A study of the development of scientific theories of quality management at industrial enterprises and their approaches to practical implementation revealed a number of methodological foundations and principles aimed at improving product quality management at industrial enterprises. Scientific research in this area has gone from theory based on the principles of marriage and theories of production process control. The topic is relevant especially at a time when the country is moving to international standards and entering the international market for products. The study and implementation of international standards is relevant in this period at industrial enterprises.

Кравченко М.С. Кусса Р.О. Організаційні основи сучасних систем управління якістю на промислових підприємствах.

Враховуючи той фактор, що Україна тримає курс на ЕС то усі нормативні документи, що стосуються сертифікації, а особливо на промислових підприємствах повинні відповідати стандартам та міжнародним нормам. Тому підвищення якості продукції в Україні на даний період є важливим питанням. Зростання конкурентоспроможності не тільки на вітчизняному ринку але й у світовому масштабі стимулює промислові підприємства переглянути стандарти якості виготовленої продукції.

Підвищення якості продукції в Україні продиктоване не лише високою конкурентоспроможністю на вітчизняному ринку, якість життя працівників також напряму залежить від якості продукції, тому що якісна продукція має збут по більш вищій ціні, а це заробітна плата працівників промислових підприємств, їх соціальний добробут.

Також висока якість продукції промислових підприємств та виготовлення її за сучасними технологіями вказує на рівень країни в конкурентному списку країн, а це імідж держави, як експортера на міжнародному ринку. Гарантом забезпечення якості продукції промислових підприємств на міжнародному ринку є стандарти серії ISO 9000.

© ***M. Kravhcenko, R. Kussa. / Кравченко М.С. Кусса Р.О., 2019***

Науково-економічні досягнення нових ринків в конкурентоспроможності, реалізація інноваційних рішень та винаходів, що призводять до формування на промислових підприємствах єдиної системи дій по удосконаленню якості та підвищення рівня знань, які стають одним з основних умов розвитку і зростання конкурентоспроможності економіки не тільки підприємства, галузі але й держави.

Дослідження розвитку наукових теорій управління якості на промислових підприємствах та їх підходів до практичної реалізації дали можливість виявити ряд методичних основ і принципів, які спрямовані на підвищення управління якості продукції на промислових підприємствах. Наукові дослідження в даній галузі пройшли шлях від теорії побудованих на принципах браку та теорій управління процесами виробництва продукції. Тема є актуальною особливо в час коли країна переходить на міжнародні стандарти та виходить на міжнародний ринок збуту продукції. Вивчення та впровадження міжнародних стандартів є актуальним в даний період на промислових підприємствах.

Кравченко М.С. Кусса Р.А. Организационные основы современных систем управления качеством на промышленных предприятиях

Учитывая тот фактор, что Украина держит курс на ЕС, то все нормативные документы, касающиеся сертификации, особенно на промышленных предприятиях должны соответствовать стандартам и международным нормам. Поэтому повышение качества продукции в Украине на данный период является важным вопросом. Рост конкурентоспособности не только на отечественном рынке но и в мировом масштабе стимулирует промышленные предприятия пересмотреть стандарты качества выпускаемой продукции.

Повышение качества продукции в Украине продиктовано не только высокой конкурентоспособностью на отечественном рынке, качество жизни работников также напрямую зависит от качества продукции, так как качественная продукция имеет сбыт по более высокой цене, а это заработная плата работников промышленных предприятий, их социальное благополучие.

Также высокое качество продукции промышленных предприятий и изготовление ее по современным технологиям указывает на уровень страны в конкурентной списке стран, а это имидж государства, как экспортера на международном рынке. Гарантом качества продукции промышленных предприятий на международном рынке являются стандарты серии ISO 9000.

Научно-экономические достижения новых рынков в конкурентоспособности, реализация инновационных решений и изобретений, приводят к формированию на промышленных предприятиях единой системы действий по совершенствованию качества и уровня знаний, которые становятся одним из основных условий развития и роста конкурентоспособности экономики не только предприятия, отрасли но и государства.

Исследование развития научных теорий управления качеством на промышленных предприятиях и их подходов к практической реализации позволили выявить ряд методических основ и принципов, направленных на повышение управления качеством продукции на промышленных предприятиях. Научные исследования в данной области прошли путь от теории построенных на принципах брака и теорий управления процессами производства продукции. Тема актуальна особенно во время, когда страна переходит на международные стандарты и выходит на международный рынок сбыта продукции. Изучение и внедрение международных стандартов является актуальным направлением в данный период на промышленных предприятиях.

Постановка проблеми. Системам управління якості на промислових підприємствах, що обумовлено конкурентоспроможним середовищем в останні десятиліття в Україні та не тільки в Україні приділяється велика увага. В останні декілька років Україна робить спроби переходу на міжнародні стандарти, але перейти на міжнародні стандарти не можливо швидко, це перехід який може зайняти не тільки декілька років, але й десятки років, щоб перейти на міжнародні стандарти. Від нормативних документів по якості продукції залежить конкурентоспроможність продукції промислових підприємств. Між якістю продукції та ефективністю виробництва існує прямий зв'язок. Тому дослідження над темою в даний період є актуальним не тільки теоретично, але й практично, так як від цього залежить фінансове та економічне становище не тільки підприємства, галузі але й України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Над дослідженням питань формування системи управління якістю продукції та впливу на конкурентоспроможність займались як зарубіжні автори, такі як: Фейгенбаума А., Демінга В. Едварда, Джурана Дж, Ісікави К., Кросбі Ф., Ф. Ніксон та інші. Вітчизняні дослідники розпочали свої дослідженні в даній галузі в 90-х рр. і знайшли відображення у таких працях дослідників, як: К. Ісікава, Калити Ю.І., Бичківського Р.В, Шаповала М.І., Крисанова Д.Ф., Басовского Л.Е.,

Московської Н., Саранчі Г.А., Тарнавської Т.І. та інших науковців. Але усі дослідження базуються на розгляді практичних технологічних, організаційних проблем та їх впровадження на підприємствах. Недостатня кількість досліджень де розкрито думку з питання методологічного управління в інтересах сталого розвитку підприємства не дивлячись на різні відокремлені способи і підходи, які вже існують.

Мета статі. Дослідження організаційно-методичних та теоретичних основ сучасних систем управління якістю на промислових підприємствах.

Результати дослідження. Головною проблемою, що в даний період стоїть перед промисловими підприємствами є адаптація до умов ринкової економіки та конкурентоспроможності. Сучасні економічні ринкові відносини ставлять перед підприємствами нові стандарти до якості виготовленої продукції. Головна мета, яка поставлена перед промисловими підприємствами є конкурентоспроможність за рахунок зростання якості управління продукцією.

Якість – це показник підприємства, збільшення прибутку, зростання матеріального становища працівників, керівництва підприємства. З цього випливає такий зв'язок: якість - якість підприємства - якість праці - якість продукції.

Якість продукції – це важливий показник діяльності підприємства, що впливає на цінову політику виготовленої продукції. Важливими властивостями для оцінки якості є:

- технічний рівень – показник науково-технічного досягнення підприємства;
- естетичний рівень – естетичний вигляд продукції;
- експлуатаційний рівень – технічні сторони з використанням продукції (ремонт);
- технічні якості - експлуатація продукції (надійність, термін використання). [1, 2]

Виготовлення виробу включає в себе як споживчу ціну так і ціну виробу. Тому якість є комплексним поняттям що відображає ефективність управлінням якістю.

Висока конкурентоспроможність, як на вітчизняному так і на світовому ринку потребує від керівників підприємств конкретних рішень для вирішення поставлених задач підвищення якості продукції, а також процесів проектування та реалізації. Для досягнення поставленої мети перед підприємствами є положення міжнародних стандартів ISO 9000. Вказаний стандарт використовується в різних країнах світу та взятий за основу для організації торгово-економічних відносин підприємствами. Впровадження ISO 9000 будує свою базу для незалежної сертифікації продукції, що орієнтована на високий рівень якості та спроможну конкурентоспроможність. [3, 4, 5]

Головна мета методології забезпечення якості є поняття покращення якості. Так якість – це абстрактне поняття, що можна вимірювати корисністю, цілеспрямованістю, ефективністю. Підвищення якості продукції приводить тільки до зниження витрат на усьому життєвому циклі (розробка – виробництво-споживання-утилізація) продукту, а також даний факт приводить до зниження собівартості та підвищенню життєвого рівня працівників завдяки вищій заробітній пліті, так як якісний продукт коштує більше ніж продукт, який не відповідає усім нормативам та стандартам.

Розробка та впровадження системи управління якості - одна із самих важливих видів діяльності на підприємстві від якої залежить конкурентоспроможність підприємства, заробітна плата працівників.

Конкурентоспроможність продукту – це його відносна характеристика, яка відображає даний товар від конкурента по потребам, а також витратам на потреби. Конкурентоспроможність продукту характеризується трьома групами показників:

- корисність - якість, використання;
- витрати споживача - ремонт, технічне обслуговування, утилізація;
- конкурентоспроможність пропозиції – умови поставки та платежі, сервісне обслуговування і т.д.

Конкурентоспроможність продукту та конкурентоспроможність виробника взаємопов’язані, але мають різницю:

- конкурентоспроможність продукції оцінюється по часовому інтервалу та життєвому циклу, а конкурентоспроможність підприємства має більш довший відрізок часу;
- конкурентоспроможність продукції розглядається в кожному її виді, а конкурентоспроможність підприємства охоплює усю номенклатуру виготовленої продукції;
- оцінка конкурентоспроможності продукту – це залежить від самого споживача, а аналіз конкурентоспроможності підприємства проводиться ним самим.

Якість продукту та його конкурентоспроможність залежить від якості та режиму поставок комплектування, матеріалів, сировини, металу, тому потрібна стратегія взаємодії компанії з постачальниками. [6, 7]

Українські промислові підприємства зіткнулись із вирішенням проблеми якості, що відрізняється від американських та західноєвропейських компаній коли зіткнулись із стандартами ISO 9000. Головна проблема, з якою зіткнулись промислові підприємства, що розробляють систему менеджменту якості продукції – це необхідність перебудови різних аспектів діяльності компаній, що пов'язані із змінами організаційної культури компанії, психології менеджерів та виконавців.

Застосування стандартів ISO 9000 не вказує на якість продукції, а лише підтверджує її значимість виготовляти продукцію або надавати послуги, відповідні до деяких стандартів.

В розвитку системи якості можна виокремити п'ять етапів.

Перший етап - система Тейлора (1905 р.) Дана система встановлювала стандарти до якості продукту. Система передбачала штрафи за брак, а також і звільнення за неякісно виконану роботу. Взаємовідносини між поставником та споживачем будувались на основі технічних умов (ТУ)

Другий етап – група під керівництвом Р.Л. Джонса в 1924 р. заклала основи статистичного управління якістю. Були розроблені контрольні карти. В той період з'явилась спеціальність інженер з якості. В даний період стали враховувати точність поставленого процесу, аналіз контрольних карт, карт регулювання та контролю. Велике значення приділялось стандартним таблицям та статистичному контролю.

Третій етап – розпочався в 1950 р. де була висунута концепція тотального контролю якості TQC (Total Quality Control). Автором став американський вчений А. Фейгенбаум який у 1957 р. опублікував статтю «Комплексне управління якістю». Головною задачею TQC було прогнозне усунення потенційних невідповідностей в продукції на стадії виготовлення. Система TQC впроваджена в різних країнах світу але нерівномірно. Лідером впровадження TQC стала Японія незважаючи на те, що основи були розроблені в США та в Європі. В результаті Америка та Європа навчалась у Японії, що обумовлювалось нововведеннями.

Четвертий етап – 80-ті рр. почався перехід від контролю якості TQC до менеджменту якості. В 1987р. з'являється нова серія стандартів ІСО 9000, що має впливове значення на менеджмент та якість. В 1994 р. вийшла нова версія стандартів в основному стандарт МС 9004-1, 2, 3, 4 особлива увага приділяється якості програмних продуктів, послугам та матеріалам. В системі TQM використовуються колективні форми та методи пошуку, аналізу, рішення проблеми. Основні складові TQM: TQC - загальний контроль; QPolicy – політика якості; QPlanning – планування якості; QL – покращення якості; QA – забезпечення якості.

Пятий етап – В 90-ті рр. посилився вплив споживачів на підприємстві, а підприємства почало враховувати інтереси споживачів і в даний період з'являється стандарт серії ISO 14000. Впровадження стандартів ISO 14000 і QS 9000, а також методи самооцінки якості розвиток системи управлінні якості.

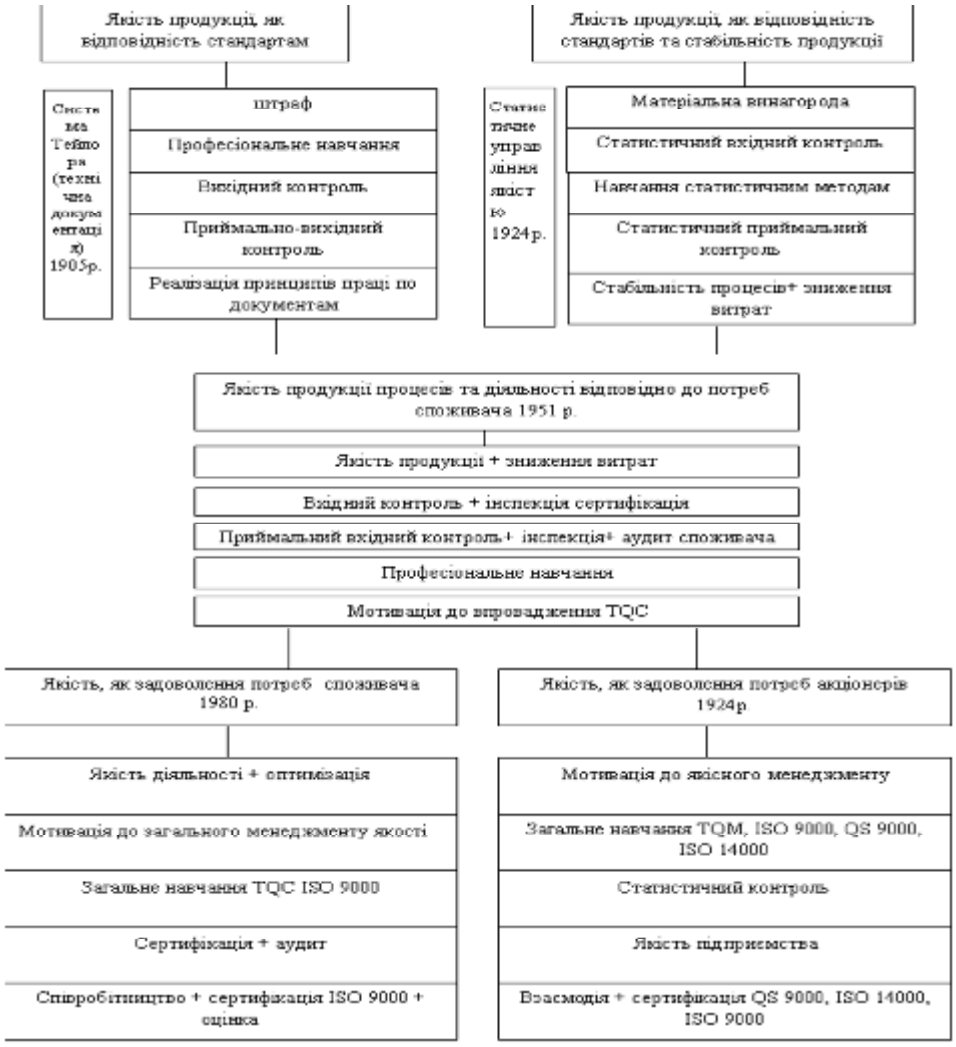


Рис. 1 Схема п’яти етапів.[3, 8, 9]

В даний період в Україні здобули широке поширення міжнародні стандарти ISO 9000, які із термінологічним стандартом ISO 8402 відображають світовий досвід управлінням якістю: МС 9000 "Загальне керівництво якістю і стандарти по забезпеченню якості »; МС 9001 «Системи якості. Модель для забезпечення якості при проектуванні або розробці, виробництві, монтажі та обслуговуванні »; МС 9002 «Системи якості. Модель для забезпечення якості при виробництві і монтажі »; МС 9003 «Системи якості. Модель для забезпечення якості при остаточному контролі і випробуваннях»; МС 9004 «Загальне керівництво якістю та елементи системи якості».

Рис. 2 Структура стандартів ISO 9000:2000 [9]

Згідно з новою редакцією стандартів ISO серія 9000:2000, система менеджменту якості - це система, яка використовується керівництвом підприємств та менеджментом

при управління якістю виготовлення продукції. Головна мета при розробці системи стратегічного планування та реалізації та впровадження змін в управління процесами та ресурсами системи якості та менеджменту управління на підприємстві.

Стандарт ISO 9001:2000 може використовуватись, як внутрішніми так і зовнішніми сторонами, включаючи в себе групу по сертифікації, для оцінки організації виконання потреб.

Нова версія відрізняється тим що:

1. Важливими є питання, що задовольняють потреби споживача.;
2. Звертається увага на відповідальність керівника;
3. Стандарт направлений на реальні процеси підприємства;
4. Покращена інтеграція з іншими системами;
5. Нові вимоги до управління ресурсами.

При розробці стандартів ІСО 9000: 2000 були сумніви, що різні системи управління в одній організації можуть привести до дублювання функцій, невиправданих витрат і труднощів в проведенні перевірок та аудиту. Одним із шляхів для вирішення цих проблем була пропозиція - об'єднати в єдине сімейство стандарти серій ISO 9000 та ISO 14000. Для цього в 1998 р в ISO була створена Технічна консультативна група (Technical Advisory Group, TAG), в завдання якої входила розробка рекомендацій щодо доцільності такого об'єднання цієї серії стандартів. Висновки, зроблені фахівцями TAG, полягали в тому, що таке об'єднання несвоєчасно, але існує необхідність у збільшенні сумісності стандартів двох груп. Тому при підготовці стандартів серії ISO 9000: 2000 однією з вимог стала їх узгодженість і сумісність зі стандартами в галузі управління навколишнім середовищем на користь широкому колу користувачів. стандарти в галузі забезпечення якості не містять конкретних вимог до інших системам менеджменту: управління охороною навколишнього середовища або управління професійним здоров'ям і безпекою на підприємстві. Однак вони дозволяють узгодити власну систему управління якістю з іншими системами менеджменту в рамках однієї організації (рис.3).

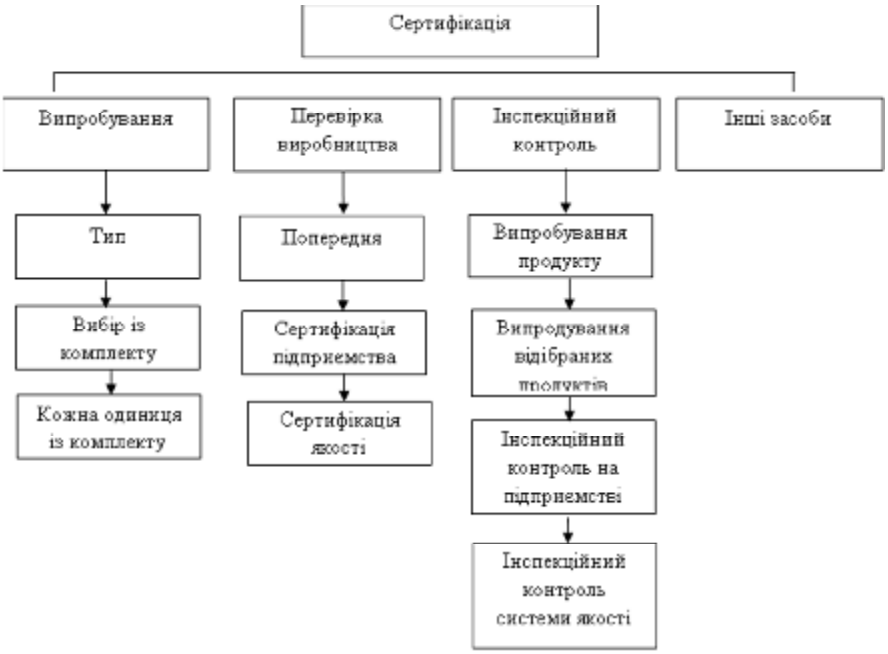


Рис. 3. Види робіт при проведенні сертифікації. [8, 9]

В даний час в Європі діє більше 700 органів по сертифікації. Системи сертифікації взаємопов'язані і діють усі узгоджено між собою. Всього в країнах ЄС сертифікується більше 5000 виробів та діє понад 300 систем сертифікації практично у всіх зарубіжних країнах.

Висновки з проведеного дослідження: У статті розглянуті теоретичні поняття якості, конкурентоспроможності продукту, конкурентоспроможності. Досліджено систему якості та виокремлено п'ять етапів, які досліджені та розроблена схема п'яти етапів сертифікації. Розглянуті стандарти ISO 9000, а також нова редакція стандартів ISO серія 9000: 2000, система менеджменту якості. Побудована схема видів при проведені сертифікації і досліджено кількість органів по сертифікації у Європі і кількість виробів, що сертифікуються в країнах ЄС та зарубіжних країнах.

Список використаних джерел:

1. Афанасьева П., Рахлин К. Применение экономических методов в системе качества// Стандарты и качество. 2000. № 10. С. 24-25.
***2.** Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник для ВУЗов. М.: ИНФРА-М, 2002.*
***3.** Версан В.Г. Стандарты ИСО 9000 версии 2000 года: стратегия внедрения/ Пичугин К.В. Принцип «постоянного улучшения» в стандартах ИСО 9000 версии 2000 года// Сертификация. 2001. № 4. С. 11-16.*
***4.** Гуленков В.Ю., Куприянова М.С. Новое в подходе к сертификации систем менеджмента качества// Стандарты и качество. 2002. № 3. С. 90-83.*
5. Егорова Л.Г. Еще раз о «процессном подходе» // Сертификация. 2001. №3. С. 15-19
***6.** Ефимов В .В. Потребительские ценности продукции// Стандарты и качество. 2002. №5. С. 68-69.*
7. Качалов В.А. Зарубежный опыт проведения самооценки деятельности в области качества// Стандарты и качество. 1997. № 5. С. 47-53.
***8.** Качалов В.А. Насколько точно «русское лицо» стандартов ИСО серии 9000:2000// Стандарты и качество. 2002. № 6. С. 31-38.*
***9.** Крейг Роберт Дж. ИСО 9000: руководство по получению сертификата о регистрации по ИСО 9000. М.: РИА «Стандарты и качество», 2001. 183с. (сер. «Дом качества», вып. 9).*

References (BSI):

1. Afanaseva P., Rakhlyn K. (2000), «Application of economic methods in the quality system», [Prymenenye эkonomycheskykh metodov v systeme kachestva], Standarty kachestvo. № 10. S. 24-25.
2. Basovskyi L.E., Protasev V.B. (2002), «Quality control», [Upravlenye kachestvom]: Uchebnyk dlia VUZov. M.: YNFRA-M.
3. Versan V.H. (2001), «ISO 9000 Standards 2000: Implementation Strategy», [Standarty ISO 9000 versyy 2000 hoda: stratehyia vnedrenyia], Sertyfykatsyia. № 4. P. 11-16.
4. Hulenkov V.Iu., Kupryianova M.S. (2002), «New in the approach to certification of quality management systems», [Novoe v podkhode k sertyfykatsyy system menedzhmenta kachestva], Standarty y kachestvo. № 3. P. 90-83.
5. Ehorova L.H. (2001), « Once again about the "process approach"», [Eshche raz o «protsessnom podkhode»], Sertyfykatsyia. №3. P. 15-19
6. Efymov V .V. (2002), «Consumer values of products», [Potrebytelskye tsennosty produktsyy], Standarty y kachestvo. №5. P. 68-69.
7. Kachalov V.A. (1997), «Foreign experience in conducting self-assessment of activities in the field of quality», [Zarubezhnyy opyt provedeniya samootsenki deyatel'nosti v oblasti kachestva], Standarty i kachestvo. № 5. P. 47-53.
8. Kachalov V.A. (2002) «How accurate is the "Russian face" of ISO 9000: 2000 series standards», [Naskol'ko tochno «russkoye litso» standartov ISO serii 9000:2000], Standarty i kachestvo. № 6. P. 31-38.
9. Kreih Robert Dzh. (2001), «ISO 9000: Guidance on obtaining a certificate of registration for ISO 9000», [ISO 9000: rukovodstvo po poluchenyiu sertyfykata o rehystratsyy po ISO 9000], Standarty i kachestvo, 183 P. (ser. «Dom kachestva», vip. 9).

***Ключові слова:** якість, управління якістю продукції, ISO, стандарт, сертифікація, нормативні документи, сертифікація якості*
***Keywords:** quality, quality management, ISO, standard, certification, regulatory documents, quality certification.*
***Ключевые слова:** качество, управление качеством, ISO, стандарт, сертификация, нормативные документы, сертификация качества*

***Рецензент:** Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/5b086a5c501f4e0da6c8655dfcb92714

УДК 005.95

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕХАНІЗМУ МОТИВУВАННЯ ПРАЦІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

http://orcid.org/0000-0002-3675-8652

Александрова Раїса Ананіївна, к.т.н., доцент, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, aleksraan@gmail.com

Raisa Aleksandrova, PhD, Associate Professor, SHEU "Pryazovskyi State Technical University", m. Mariupol

Aleksandrova R.A. Formation of an effective mechanism for motivating the work of the management personnel of the organization.

In the presented article, some issues of the motivational mechanism of personnel management and management personnel in particular are considered: the role of motivation, the nature, functions and methods of evaluating the effectiveness of the mechanism of motivation of managers' work. It is determined that the basis for building a motivational mechanism are the needs and motivation. Needs force a person to act, and motivation is the driving force that manifests, directs and stores his purposeful efforts. The motivational mechanism underlies the successful existence of any enterprise, since it contributes to the rational use of the labor potential of workers, the mobilization of their mental and physical capabilities and leads to high productivity. A study of the mechanism of motivation of staff in the existing commercial enterprise showed that, mainly, in managing the current activities of the enterprise, administrative-organizational methods. Economic methods of material incentives for workers in the form of bonus labor results are used, but their efficiency is low. The main indicators of enterprise activity have a positive development trend, however, a comparison of the growth rates of wages and labor productivity showed that wage increases do not stimulate the growth of labor productivity. This indicates a low level of labor motivation and the need to develop a more effective mechanism. The analysis and identified shortcomings in the system of labor motivation of management personnel allowed to determine the main directions of its improvement based on material and non-material incentives. A flexible system for calculating the auxiliary salary in the form of a premium is proposed, depending on the integrated indicator, which is formed on the basis of the performance of the subordinate team, self-assessment and expert evaluation. The proposed technique will allow an objective assessment of the work of managers and their contribution to the results of the company.

Александрова Р.А. Формування ефективного механізму мотивування праці управлінського персоналу організації.

У представленій статті розглянуті деякі питання мотиваційного механізму управління персоналом і управлінського персоналу зокрема: роль мотивації, сутність, функції та методи оцінки ефективності механізму мотивування праці управлінців. Визначено, що основою побудови мотиваційного механізму є потреби і мотивація. Потреби змушують людину діяти, а мотивація виступає рушійною силою, яка проявляє, направляє і зберігає його цілеспрямовані зусилля. Мотиваційний механізм лежить в основі успішного існування будь-якого підприємства, так як сприяє раціональному використанню трудового потенціалу працівників, мобілізації їх розумових і фізичних можливостей і призводить до високої продуктивності праці. Проведене дослідження механізму мотивації праці на діючому торговому підприємстві показало, що, в основному, при управлінні поточною діяльністю підприємства використовуються адміністративно-організаційні методи. Економічні методи матеріального стимулювання праці працівників у вигляді преміальних за результатами праці використовуються, але ефективність їх використання низька. Основні показники діяльності підприємства мають позитивну тенденцію розвитку, однак, порівняння темпів зростання заробітної плати і продуктивності праці показало, що підвищення заробітної плати не стимулює зростання продуктивності праці. Це свідчить про низький рівень мотивації праці і необхідності розробки більш дієвого механізму. Проведений аналіз дозволив визначити основні напрямки його вдосконалення в основі яких лежать матеріальні і нематеріальні стимули. Запропонована гнучка система нарахування допоміжної заробітної плати у вигляді премії в залежності від інтегрованого показника, який формується на основі показників роботи підлеглого колективу, самооцінки і оцінки експертів. Запропонована методика дозволить об'єктивно оцінити працю керівників та їх внесок в результати діяльності підприємства.

Александрова Р.А. Формирование эффективного механизма мотивирования труда управленческого персонала организации. *В представленной статье рассмотрены некоторые вопросы мотивационного механизма управления персоналом и управленческого персонала в частности: роль мотивации, сущность, функции и методы оценки эффективности механизма мотивации труда управленцев. Определено, что основой построения мотивационного механизма являются потребности и*

© ***R.Aleksandrova / Александрова Р.А., 2019***

мотивация. Потребности заставляют человека действовать, а мотивация выступает движущей силой, которая проявляет, направляет и хранит его целеустремленные усилия. Мотивационный механизм лежит в основе успешного существования любого предприятия, так как способствует рациональному использованию трудового потенциала работников, мобилизации их умственных и физических возможностей и приводит к высокой производительности труда. Проведенное исследование механизма мотивации труда на действующем торговом предприятии показало, что, в основном, при управлении текущей деятельностью предприятия используются административно-организационные методы. Экономические методы материального стимулирования труда работников в виде премиальных по результатам труда используются, но эффективность их использования низкая. Основные показатели деятельности предприятия имеют положительную тенденцию развития, однако, сравнение темпов роста заработной платы и производительности труда показало, что повышение заработной платы не стимулирует роста производительности труда. Это свидетельствует о низком уровне мотивации труда и необходимости разработки более действенного механизма. Проведенный анализ позволил определить основные направления его совершенствования в основе которых лежат материальные и нематериальные стимулы. Предложена гибкая система начисления вспомогательной заработной платы в виде премии в зависимости от интегрированного показателя, который формируется на основе показателей работы подчиненного коллектива, самооценки и оценки экспертов. Предложенная методика позволит объективно оценить труд руководителей и их вклад в результаты деятельности предприятия.

Постановка проблеми. Процеси розвитку економіки сьогодення та зміни у внутрішніх та зовнішніх умовах функціонування підприємств, вимагають впровадження нових мотиваційних механізмів управління персоналом підприємств, які повинні забезпечити якісну роботу та позитивну динаміку показників діяльності.

Формування механізму мотивування персоналу з урахуванням специфіки підприємства на основі поєднання методів економічного, соціального та поведінкового підходу сприяє підвищенню конкурентоспроможності, продуктивності та прибутковості підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ще великий економіст і філософ А.Сміт писав, що є два спонукаючи мотиви, які примушують людину працювати – це користь і страх, і головним є економічний інтерес, прагнення максимальної економічної вигоди, покращення добробуту [1]. З появою товарно-грошових стосунків та використанням найманої праці постало питання, як зацікавити робітника і змусити його працювати з повною віддачею. За останні більше ніж два століття з'явилося багато робіт, які були присвячені теорії мотивування працівників. Вагомий внесок в розвиток теорії і практики трудової діяльності зробили такі зарубіжні вчені, як Ф. Тейлор, Ф. Гілберт, Г. Емерсон, М. Фоллет, О. Шелдон, В. Врум, Ф. Герцберг, Д. Макклеланд, Д. Макгрегор, К. Альдерфер, А. Маслоу, П. Мартін, Ш. Річі, Л.Портер. На думку А. Колота українські та російські вчені М. Вольський, Г. Цехановецький, М. Туган-Барановський, О. Леонтьєв, О. Здравомислов також внесли свій вагомий вклад [2]. В теперішній час цими питаннями займаються М. Дороніна, С. Дуда. Д. Богиня, І. Височин, А. Вознюк, М. Клименко, В. Літинська, М. Письменна, В. Різник та інші.

Велика кількість наукових робіт та публікацій по даному напрямку свідчать про важливість цього питання, але, на жаль, конкретні механізми мотиваційних систем для управлінського персоналу підприємств належним чином не висвітлені і потребують подальшої розробки.

Метою статті є дослідження теоретичних основ механізму мотивування праці управлінського персоналу, розкриття ролі, сутності, функції мотивації, вплив мотивації на результати діяльності управлінського персоналу та розробка механізму мотивування праці управлінців на підприємстві.

Результати дослідження. На сьогоднішній день ніхто вже не сумнівається в необхідності ефективного використання трудового потенціалу працівників, мобілізації їх можливостей, що є запорукою росту продуктивності праці та підвищенню ефективності діяльності організації. Саме для цього необхідна розробка мотиваційного механізму, який би заохочував і стимулював на роботу в потрібному підприємству напрямку. Отримуючи задоволення від роботи, працівник з більшим сумлінням і якомога якісніше буде

виконувати цю роботу і, таким чином, вносити свій вклад в успішну діяльність підприємства.

Слід відзначити, що складність побудови системи мотивування персоналу на підприємствах пояснюється тим, що вони відрізняються великою різноманітністю і залежать від багатьох факторів. Це і конкретні умови, у яких функціонує підприємство, і його стратегія, і сталі традиції, і характер виконуваних робіт і особливостей кожного працівника.

Формувати мотиваційну систему діяльності персоналу необхідно так, щоб вона була зрозумілою, реальною, довгостроковою і, головне, керованою. Керованою вона може бути лише тоді, коли є вагомі важелі впливу на працівника. Окрім того, зараз посилилась значимість і вагомість впливу однієї людини, а саме керівника, на діяльність підлеглого колективу [3, С.73] і тому перш за все необхідно мотивувати і стимулювати управлінський персонал.

Критеріями для оцінки результатів роботи управлінського персоналу, які характеризують ефективність мотивації їх праці, автори робіт [4, 5] вважають наступні: індивідуальні результати виконання роботи (спрямовані на забезпечення цілей функціонування підприємства); поведінка (дотримання строків надання звітних документів, різновид лідерства, система прийняття й узгодження рішень); персональні якості (дисциплінованість, впевненість у собі, професійні навички та здобутий досвід).

Серед методів оцінювання мотивуючої системи, які використовуються в сучасній науці, можна виділити якісні (також відомі як «описові»), кількісні та комбіновані.

Найбільш поширеними з якісних методів є характеристики в усній або письмовій формі, порівняння з еталоном, використання матриць, біографічні засоби, дискусійна методика, тощо.

До кількісних методів оцінювання відносяться системи балів або коефіцієнтів, методи рангового порядку та порівнянь пар, графічно-профільні системи.

Серед комбінованих методів найбільш поширені наступні: стимуляційно-оцінювальний метод, розподіл на групи, тестові системи.

Значна частина науковців рекомендують оцінювати ефективність мотивації праці управлінського персоналу підприємств за інтегральними показниками, які охоплюють індивідуальні показники ефективності дії мотиваторів [6, 7] .

Оцінку ефективності мотивації окремого менеджера доцільно здійснювати за такими критеріями, як стиль лідерства, методи прийняття рішень, своєчасна підготовка документації, особисті якості, тощо [8, с.49-51].

Аналізуючи різновиди систем оцінювання механізму мотивації праці управлінського персоналу, можна виділити три типи. До першого типу відносяться показники, що характеризують діяльність підприємства (первинні) і включають обсяги виробництва та реалізації продукції, чисельність працівників, загальний фонд оплати праці та середньомісячну заробітну плату, собівартість продукції, прибутковість та рентабельність підприємства, тощо. До другого типу відносяться розрахункові показники результів діяльності підприємства: продуктивність праці робітників та управлінського персоналу з диференціацією по підрозділам чи видам діяльності, співвідношення темпів зростання продуктивності праці і середньої заробітної плати та інші показники, які є вагомими для конкретного підприємства. Третій тип характеризує форми і методи роботи з персоналом, і включає показники плинності кадрів, рівня кваліфікації персоналу, структуру керівників за різними ознаками.

Від доцільної системи мотивації залежить ефективність управління персоналом підприємства і можливість подальшого його розвитку. Різноманітні мотиваційні моделі ставлять перед підприємствами нові задачі вибору найбільш відповідної до специфіки та умов функціонування підприємства. В той же час існують певні загальні закономірності мотиваційних процесів, які притаманні всім суб'єктам господарювання [8, С.219] .

Нами був досліджений механізм мотивування праці персоналу ТОВ «Клин», місією якого є реалізація товарів, надання різних послуг дійсним і потенційним споживачам. Більшим чином підприємство використовує загально відомі методи мотивації, такі як адміністративно-організаційні при управлінні типовою діяльністю компанії (регулювання взаємовідносин працюючих на базі положень про структурні підрозділи і посадові інструкції, створення наказів, використання розпоряджень і вказівок); економічні методи (матеріальне стимулювання працівників за допомогою преміальних, якщо результат роботи відповідає раніше сформованим очікуванням) та соціально – психологічні.

Аналіз динаміки показників діяльності підприємства показав, що однонаправленої тенденції не спостерігається. Так, продуктивність праці на одного працюючого та одного управлінця за останні чотири роки була не стабільна. Причому зниження показників було в останні два роки. Основну тенденцію розвитку продуктивності праці можна виразити у вигляді аналітичного рівняння, що вказує на уповільнену дію:

$$Y_t = 1817.2 + 91.627ln(t) \qquad R^2 = 0.5068 \qquad (1)$$

Якщо така тенденція залишиться, то вже в найближчі два роки продуктивність праці знизиться у два рази.

Для ефективної діяльності підприємства вагоме значення має співвідношення продуктивності праці і винагороди за цю працю. В якості винагороди виступає заробітна плата, яка залежить від форми і системи оплати праці. Вибір форми і систем оплати залежить від специфіки діяльності підприємства і основна їх ціль – мотивувати трудову діяльність і забезпечити ефективність матеріального стимулювання.

На дослідному підприємстві застосовується окладно-преміальна система оплати праці усього персоналу. Окрім окладу працівники отримують премії, які передбачаються системою оплати праці і є частиною заробітної плати робітників і службовців. Адміністрація повинна їх виплачувати завжди, коли виконані всі конкретні показники та умови преміювання. Коло працівників, яким належить виплачувати премію, умови преміювання, розміри премій передбачаються в положеннях про преміювання. Премії по цим положенням є невід'ємною частиною систем оплати праці.

Аналіз динаміки заробітної плати показав, що її темпи росту значно випереджають темпи росту продуктивності праці. Тенденція розвитку описується аналітичним рівнянням у вигляді прямої :

$$Y_t = 2842 + 1515.4(t) \qquad R^2 = 0{,}9659 \qquad (2)$$

Якщо екстраполювати показники по підприємству і порівняти їх з показниками в цілому по Україні у даній галузі за перше півріччя 2019 року, то ми отримаємо 113,2% в порівнянні з 109,5% [9]. На перший погляд результати гарні, але зростання продуктивності праці, згідно формули 1, складе 112,7%. Тобто, підвищення заробітної плати на підприємстві опереджає зростання продуктивності праці, що є економічно не вигідним і свідчить про те, що механізм матеріального стимулювання працівників не впливає на продуктивність їх праці.

Якщо така тенденція з продуктивності праці і заробітної платі залишиться і надалі, то очікувати випередження цих показників немає ніяких підстав. Тому необхідно звернути увагу насамперед на матеріальну складову мотивації управлінських кадрів.

Кінцевим втіленням керівницької діяльності є ефективність функціонування тієї команди або системи, яку він очолює. Ця ефективність виражається в об'ємі, структурі і якості продукції, в стабільності або збільшенні норми прибутку, в рівні використання ресурсів. Важливо відокремити первинний персональний внесок лідера в наступну виробничу, комерційну чи іншу діяльність. Крім того, потрібно враховувати специфіку встановлених досліджуваних показників на конкретному підприємстві.

Так, припустимим є використання на різних управлінських рівнях загальної системи декількох, але не більше 2-3 економічних критеріїв, які будуть максимально точно характеризувати діяльність очолюваного підрозділу. Ми пропонуємо для кожного

працівника управлінського складу розраховувати індивідуальні коефіцієнти економічних результатів.

Коефіцієнт економічних результатів діяльності керованого підрозділу ($К_е$) визначається множенням вибраних експертами показників:

$$K_e = K_1 * K_2 * K_3 \quad (3)$$

де, $К_1$, $К_2$, $К_3$ - відібрані експертами показники, які розраховуються шляхом ділення фактичного значення показника на заплановане або на значення минулого періоду.

Пропонована система параметрів оцінки праці управлінця включає сукупність параметрів, які, на наш погляд, є універсальними для управлінської діяльності безвідносно складності і масштабу управління та галузевої приналежності підприємства, тому що тісно пов'язана з показниками роботи очолюваного ним колективу. В той же час, успішна в довгостроковому аспекті робота керованого оцінюваним керівником підприємства (структурного підрозділу підприємства) переконливо підтверджує наявність у керівника необхідних якостей.

Обов'язковими для кожного управлінця в сучасних умовах являються здібності і навички ефективного лідерства і командна робота, прояв творчості в здійсненні управлінського процесу, відстеження і адаптація інноваційних методик управління. Представляється доцільним оцінювати освітній рівень керівника, його навички ефективного лідерства і командної роботи, а також соціально-психологічні умови праці в підпорядкованому колективі за досить тривалий період часу із залученням метода оцінки за шкалою "360 градусів"

Для щомісячної оцінки якості управління використовується система наступних чотирьох параметрів управлінської діяльності :

1) виконання управлінських функцій;
2) управління по цілях;
3) етичність управління;
4) інноваційність управління.

В таблиці 1 і 2 наведені приклади розрахунку коефіцієнта ефективності управлінської праці за місяць та за рік.

Таблиця 1 – Приклад розрахунку коефіцієнта ефективності управлінської праці за місяць

Оцінні параметри якості управлінської праці	Значення параметра якості управління ($П_і$)
Виконання управлінських функцій	1
Управління по цілям	1,1
Етичність управління	0,9
Інноваційність управління	0,8
Коефіцієнт якості праці керівника за місяць ($К_{як}$)	0,95

При проведенні щорічній атестації якість праці керівника, окрім вище перелічених показників, враховуються іще чотири: ефективне лідерство, ефективна робота у команді, відповідність освітнього рівня вимогам займаної посади, забезпечення соціально-психологічних умов діяльності підлеглих.

Таблиця 2 – Розрахунок коефіцієнта ефективності управлінської праці за рік.

Оцінні параметри якості управлінської праці	Експертні оцінки					Середньоарифметична оцінка
	1	2	3	4	5	
Виконання управлінських функцій	1,3	1,0	1,0	1,1	1,0	1,08
Управління по цілям	1,1	1,4	1,2	1,3	1,2	1,24
Етичність управління	0,9	0,9	0,9	0,8	1,0	0,9
Інноваційність управління	0,9	0,8	0,8	1,0	1,0	0,9

Відповідність освітнього рівня вимогам займаної посади	1,2	1,0	1,3	1,0	1,0	1,1
Ефективне лідерство	1,1	1,0	1,2	1,1	1,1	1,1
Ефективна робота у команді	0,9	0,8	1,0	1,0	0,9	0,92
Забезпечення соціально-психологічних умов діяльності підлеглих	0,8	1,0	0,8	1,0	1,0	0,92
Коефіцієнт якості праці керівника за рік ($К_{як}$)	1,03	1,0	1,02	1,03	1,0	1,02

Кожен з вказаних параметрів оцінюється за шкалою від 0,1 до 2 з точністю до десятої долі (наприклад, 0,8 або1,4). При цьому приймається, що "одиниця" означає відповідність цього якісного параметра оцінюваного вимогам займаної ним посади, середній рівень виконання їм даного оцінного показника. Значення параметра менше одиниці (у діапазоні від 0,1 до 0,9), характеризує недостатній рівень особистих якостей і трудових зусиль оцінюваного.

Значення параметра більше одиниці (у діапазоні від 1,1 до 2), свідчить не тільки про відповідність рівня якості управлінця вимогам займаної посади, але і про наявність потенціалу по цьому якісному параметру.

Коефіцієнт якості праці керівника ($К_{як}$) розраховується як середня арифметична виставлених значень параметрів по формулі:

$$К_{як} = \frac{\sum П_i}{n} \quad (4)$$

де: $П_i$, - значення параметра якості управління, виставлене безпосереднім керівником (власником) у разі щомісячної оцінки, або середньоарифметичне значення параметра якості управління, виставлених експертами у разі проведення атестації по методу «360 градусів»;

n - кількість параметрів якості управління (n = 4 при щомісячній оцінці і n = 8 при щорічній атестації).

Коефіцієнт ефективності управлінської праці ($К_{еуп}$) розраховується як множина інтегрального коефіцієнта економічних результатів діяльності на коефіцієнт якості праці керівника по формулі:

$$К_{еуп} = К_{як} * К_е \quad (5)$$

Отриманий коефіцієнт ефективності управлінської праці ($К_{еуп}$) по результатам звітного місяця використовується для розрахунку розміру змінної частини заробітної плати керівника. За підсумками атестації складається рейтинг керівних робітників підприємства. Коефіцієнт ефективності управлінської праці по результатам звітного року береться за основу при розрахунку винагороди за підсумками року.

Сформований рейтинговий список керівників офіційно оголошується у рамках підприємства (на Сайті підприємства, на дошці об’яв та ін.).

Система стимулювання управлінської праці включає механізми матеріального стимулювання і механізми морального стимулювання праці керівників. Матеріальна винагорода формується з двох складових - посадового окладу, передбаченого трудовим договором (основної заробітної плати, ОЗП) і премії (Пр), що розраховується за результатами роботи за допомогою коефіцієнта ефективності управлінської праці ($К_{еуп}$).

$$ЗП = ОЗП + П_р \quad (6)$$

Розмір премії розраховується по формулі:

$$П_р = ОЗП * К_{еуп} * ОП \quad (7)$$

де ОП - одиниця преміювання : показник, що характеризує кількість гривень премії приходиться в середньому на гривну основної заробітної плати скоректованої на коефіцієнт ефективності управлінської праці.

$$ОП = \frac{ФП}{\sum ОЗП} * К_{еуп} \quad (8)$$

Вагомим важелем у спонуканні робітників до сумлінної праці є елементи нематеріальної мотивації, які формують позитивний імідж як працівників, так і підприємства в цілому. На жаль, цим питанням на підприємстві приділяється недостатньо уваги. Вважаємо доцільним запропонувати підвищення інформованості колективу, за високі показники в роботі виносити усну подяку та привселюдно відзначати особистий внесок працівника. Оприлюднювати по кожному працівнику управлінської структури коефіцієнти ефективності управлінської праці за щорічними показниками у вигляді пелюсткової діаграми для наочності і кращого сприйняття.

Переваги цього методу полягають у тому, що вони не потребують значних фінансових затрат, а результати їх застосування можуть бути достатньо високими. Завдяки використанню
прийомів нематеріальної мотивації значно підвищується лояльність працівників, формується почуття гідності, поваги до підприємства, до його цінностей.

Висновки. Гасло «кадри вирішують усе» і сьогодні залишається актуальним. Виконання місії підприємства, забезпечення його ефективної, високопродуктивної діяльності в значній мірі залежить від мотивації управлінського персоналу. Пріоритетним завданням будь-якого підприємства є створення такого середовища, яке б спонукало робітників працювати з максимальною зацікавленістю у реалізації свого фізичного, морального та інтелектуального потенціалу. Аналіз теоретичних засад з питань механізму мотивування праці управлінського персоналу та вивчення системи мотивації на діючому підприємстві дозволив визначити основні напрями його вдосконалення за рахунок матеріальних і нематеріальних стимулів. Впровадження цих заходів сприятиме підвищенню мотиваційного рівня працівників і росту продуктивності праці.

Список використаних джерел

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ., ввод. ст., коммент., Е. М. Майбурда; отв. ред. Л. И. Абалкин]. — М.: Наука, 1993. — 570 с.

2. Колот А. М. Мотивація, стимулювання і оцінка персоналу: навч. пос. / А. М. Колот. — К.: КНЕУ, 1998. — 224 с

3. Клевлин А.И. Организация гармоничного производства (теория и практика); [Учебное пособие] / А.И. Клевлин, Н.К. Моисеева. – М.: Омега-Л, 2003. – 360 с

4. Дороніна М. С.Механізм мотивації управлінського персоналу. Наукове видання / М. С. Дороніна, Л. О. Сасіна, В. М. Лугова, Г. М. Надьон. – Харків: АдвА^{тм}, 2010. – 240 с.

5. Дуда С.Т. Мотивація та результативність праці персоналу підприємства: їх сутність та взаємозв'язок / С.Т. Дуда, Х.Р. Кіцак // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20 (14). – С. 188–193

6. Оцінювання ефективності мотивації праці управлінського персоналу з урахуванням економічних, соціальних і засадничих мотиваторів / Н. П. Любомудрова, Н. Р. Яворська // Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф., Львів, 10–12 листоп. 2011 р. : / Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2011. – С. 306 – 307.

7. Малиненко В. Е. Методи оцінки результатів роботи і мотивація персоналу / В.Е. Малиненко// Проблеми науки. – 2008. - № 7. – С. 17 - 21. 145 Нарейко В. Оцінка персоналу в системі ефективного управління / В. Нарейко// Економіка та держава. – 2009. - № 1. – С.60 - 63.

8. Хукаленко П. Л. Всебічна об'єктивна оцінка фахового рівня персоналу, як стимул до покращення показників у роботі /П. Л. Хукаленко// Фінансовий контроль. – 2004. - № 4. – С. 49 - 51.

9. Соціально-економічне становище України за січень–вересень 2019 року. Електронний ресурс. Режим доступу::
https://ukrstat.org/uk/druk/soc_ek/2019/publ_09_2019_u.html

Referents:

1. Smit A. Issledovaniye o prirode i prichinakh bogatstva narodov / A. Smit; [per. s angl., vvod. st., komment., Ye. M. Mayburda; otv. red. L. I. Abalkin]. — M.: Nauka, 1993. — 570 s.

2. Kolot A. M. Motivatsíya, stimulyuvannya í otsínka personalu: navch. pos. / A. M. Kolot. — K.: KNEU, 1998. — 224 s
3. Klevlin A.I. Organizatsiya garmonichnogo proizvodstva (teoriya i praktika); [Uchebnoye posobiye] / A.I. Klevlin, N.K. Moiseyeva. – M.: Omega-L, 2003. – 360 s
4. Doronina MS Mechanism of management staff motivation. Scientific publication / MS Doronin, LO Sasina, VM Lugova, GM Nagyon. - Kharkiv: Advocate, 2010. - 240 p.
5. Duda, S.T. and Kicak, H.R. (2010), «Motyvacija ta rezul'tatyvnist' praci personalu pidpryjemstva: i'h sutnist' ta vzajemozv'jazok», Naukovyj visnyk NLTU Ukrai'ny, zb. nauk.-tehn. prac', RVV NLTU Ukrai'ny, L'viv, Vol. 20 (14), pp. 188–193.
6. Otsinyuvannya efektyvnosti motyvatsiyi pratsi upravlins'koho personalu z urakhuvannyam ekonomichnykh, sotsial'nykh i zasadnychykh motyvatoriv / N. P. Lyubomudrova, N. R. Yavors'ka // Suchasni problemy ekonomiky i menedzhmentu : tezy dop. mizhnar. nauk.-prakt. konf., L'viv, 10–12 lystop. 2011 r. : / Nats. un-t «L'viv. politekhnika». – L. : Vyd-vo L'viv. politekhniky, 2011. – S. 306 – 307.
7. Malynenko V. E. Metody otsinky rezul'tativ roboty i motyvatsiya personalu / V.E. Malynenko// Problemy nauky. – 2008. - № 7. – S. 17 - 21. 145 Nareyko V. Otsinka personalu v systemi efektyvnoho upravlinnya / V. Nareyko// Ekonomika ta derzhava. – 2009. - № 1. – S.60 - 63.
8. Khukalenko P. L. Vsebichna ob"yektyvna otsinka fakhovoho rivnya personalu, yak stymul do pokrashchennya pokaznykiv u roboti /P. L. Khukalenko// Finansovyy kontrol'. – 2004. - № 4. – S. 49 - 51.
9. Sotsial'no-ekonomichne stanovyshche Ukrayiny za sichen'–veresen' 2019 roku. Elektronnyy resurs: https://ukrstat.org/uk/druk/soc_ek/2019/publ_09_2019_u.html.

Ключові слова: *мотивація, управління, персонал, середовище, ефективність, механізм мотивування.*
Ключевые слова: *мотивация, управление, персонал, среда, эффективность, механизм мотивирования.*
Key words: *motivation, management, personnel, environment, efficiency, mechanism of motivation*

Рецензент: *Меліхов А.А., завідувач кафедри економіки підприємства, ДВНЗ «ПДТУ», д.е.н., доцент*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/b97c2281773641768e3d07f4128bdb77

УДК 339.9

TRANSNATIONAL CORPORATIONS AND ECONOMIC SECURITY: INTERACTION IN TERMS OF GLOBALIZATION

https://orcid.org/0000-0001-6008-2405
Симанавичене Жанета, д.е.н., професор, керівник лабораторії інноваційного бізнесу, Університет Миколаса Ромеріса, м. Вільнюс, Литва, zasiman@mruni.eu
https://orcid.org/0000-0001-5689-4355
Бурак Павло Валерійович, асистент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», pavel.v.burak@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-0954-7251
Житкієне Ріма, д.е.н., професор, Університет Миколаса Ромеріса, м. Вільнюс, Литва, rizit3@mruni.eu

Simanavičienė Žaneta, prof. habil. dr., the head of Business Inovation Lab, Mykolas Romeris University
Žitkienė Rima, prof. dr., Mykolas Romeris University
Burak Pavlo, assistant of the department "Marketing and business-administration", SHEI "Pryazovskyi State Technical University"

Ž. Simanavičienė, R .Žitkienė, P. Burak, Transnational corporations and economic security: interaction in terms of globalization.

Since the end of the twentieth century, globalization processes in the world take a new level every year. This, in turn, affects the development of transnational companies (TNCs), which spread their influence on the economies of countries across the planet, as well as on the system of international economic relations as a whole. It can be said that, recently, transnationals have been the initiators and main supporters of the introduction of globalization. Given that TNCs have virtually unlimited financial resources, their activities pose threats to economic security for both host and home countries. This is mainly due to the fact that the interests of states and companies in relation to which the economic distribution of TNCs is directed are not fully taken into account, and also because the goals of many TNCs and the countries where they are based contradict the basic principles of economic security. The authors of the article describe the main components of economic security, analyze transnational companies, their impact on the economies of countries, as well as proposed steps to strengthen international economic security and that of the country as a whole.

Симанавичене Ж., Житкієне Р., Бурак П.В. Транснаціональні корпорації та економічна безпека: взаємодія у умовах глобалізації

Починаючи з кінця XX століття, процеси глобалізації в світі щороку виходять на новий рівень. Це, в свою чергу, впливає на розвиток транснаціональних компаній (ТНК), які поширюють свій вплив на економіки країн всієї планети, а також на систему міжнародних економічних відносин в цілому. Можна сказати, що транснаціональні компанії, останнім часом, і є ініціаторами і основними прихильниками впровадження глобалізації. З огляду на те, що ТНК мають практично необмежені фінансові ресурси, їх діяльність створює загрози економічній безпеці як приймаючим країнам, так і країнам базування. Це пов'язано, в основному, з тим, що інтереси держав і компаній, щодо яких направлено економічне поширення ТНК, не враховуються в повному обсязі, а також через те, що цілі багатьох ТНК і країн, де вони базуються, суперечать основним принципам економічної безпеки. У статті, авторами описані основні складові економічної безпеки, проаналізовані транснаціональні компанії, їх вплив на економіку країн, а також запропоновані кроки для зміцнення міжнародної економічної безпеки і країни в цілому.

Симанавичене Ж., Житкиене Р., Бурак П.В. Транснациональные корпорации и экономическая безопасность: взаимодействие в условиях глобализации.

Начиная с конца XX века, процессы глобализации в мире каждый год выходят на новый уровень. Это, в свою очередь, влияет на развитие транснациональных компаний (ТНК), которые распространяют свое влияние на экономики стран всей планеты, а также на систему международных экономических отношений в целом. Можно сказать, что транснациональные компании, в последнее время, и являются инициаторами и основными сторонниками внедрения глобализации. Учитывая то, что ТНК имеют практически неограниченные финансовые ресурсы, их деятельность создает угрозы экономической

© ***Ž. Simanavičienė, R .Žitkienė P., Burak / Симанавичене Ж., Житкієне Р., Бурак П.В. 2019***

безопасности как принимающим странам, так и странам базирования. Это связано, в основном, с тем, что интересы государств и компаний, в отношении которых направлено экономическое распространение ТНК, не учитываются в полном объеме, а также из-за того, что цели многих ТНК и стран, где они базируются, противоречат основным принципам экономической безопасности. В статье, авторами описаны основные составляющие экономической безопасности, проанализированы транснациональные компании, их влияние на экономику стран, а также предложены шаги для укрепления международной экономической безопасности и страны в целом.

Statement of the problem. The most important aspect of understanding the problem of the relationship between transnational corporations (TNCs) and national economies is the realization of the fact that in order to effectively fulfill its role as an international redistributor, a transnational corporation must freely move capital, technology, business experience, goods and securities worldwide in line with market opportunities, losses and competition. Therefore, the contribution of TNCs to the efficiency and development of the global economy depends on national governments' policies regarding the activities of these companies. However, national governments have little interest in increasing global economic efficiency and global economic development, as their function is rather to protect and expand national interests on the international stage. Therefore, national governments treat multinational corporations in terms of political and economic benefit for the nation, not the world at large.

Research methodology. The theoretical and methodological foundation of the work is based on the fundamental works of representatives of economic theory, on the research of foreign and domestic economists devoted to the study of theoretical problems of economic security and transnational corporations.

The study of the formation of the system of economic security involved a large number of domestic and foreign economists, including: Cable V., Goodwin S., Greer B., Johnson S., Kaufman D., Kelly R., Kirilenko V., Kozachenko A., MacMillan D., Marsh, P., Olvey L., Pripoten V., Sauvant K., Schneider F., de Soto H., Vasilciv B., Watkins T., Yermoshenko M., Yevdokimov E., Zasanskiy V., etc.

Despite a large number of processed theoretical and applied questions of the development of international economic security, it should be noted that the issues of identifying risks and threats to economic security from transnational corporations, as well as ways to prevent and minimize them, remain insufficiently researched. The study uses official statistical and factual data on corporations and country's economies, as well as materials contained in various policy documents, forecast elaborations, reports and other scientific publications.

The purpose of the research. The purpose of this work is to generalize main components of economic security, analyze transnational companies and their impact on the economies of countries, and also to propose steps to of strengthening international and country's economic security.

Results of the research. Economic security is such a state of the national economy that enables it to remain resilient to internal and external threats and to meet the needs of the individual, family, society and the state. Today the economic security of the country has become one of the problems attracting close attention of specialists of various fields, which is due to the fact that the economic sphere of the state is pivotal and determines the viability of other areas. Its influence on them is more tangible than the influence of these areas on it. That is, economic security is dominant in relation to other types of security.

The components of economic security are: macroeconomic, foreign economic, investment, financial, scientific and technological, energy, industrial, demographic, social, food security. The essence of each component is as follows. Macroeconomic security is a state of economy where the balance of macroeconomic reproduction proportions is achieved. Financial security is a state of budgetary, monetary, banking system and financial markets characterized by a balance, resistance to internal and external threats, the ability to ensure the effective functioning of the national economic system and economic growth [1].

Financial security, in turn, contains the following components:

- budget security is a state of ensuring the solvency of the state, taking into account the balance of revenues and expenditures of the state and local budgets and the efficiency of use of budgetary funds;

- currency security is a state of exchange rate formation that creates optimal conditions for the progressive development of domestic exports, unimpeded inflow of foreign investments into the country, integration of Ukraine into the world economic system, and also maximally protects against shocks in the international currency markets;

- monetary security describes the state of the monetary system, which is characterized by the stability of the monetary unit, the availability of credit resources and such a level of inflation that provides economic growth and increase in real incomes of the population;

- debt security is the level of internal and external debt, taking into account the cost of its servicing and the efficiency of internal and external borrowing and the optimal ratio between them,

sufficient to address urgent socio-economic needs without threatening the loss of sovereignty and the destruction of the domestic financial system;

- insurance market security is determined by the level of insurance companies' financial resources, which would enable them in case of need to compensate for their clients' losses stipulated in the insurance contracts and to ensure the effective functioning;

- stock market security is the optimal volume of market capitalization (given its securities, their structure and level of liquidity), capable of ensuring stable financial condition of issuers, owners, buyers, trade organizers, traders, mutual investment institutions, intermediaries (brokers), consultants, registrars, depositaries, custodians and the state as a whole.

Foreign economic security is a state of conformity of foreign economic activity to national economic interests, which ensures minimization of losses of the state from the effects of negative external economic factors and creation of favorable conditions for economic development due to its active participation in the global division of labor.

Investment security refers to a level of national and foreign investment (if there is an optimal correlation between them), which is capable of ensuring long-term positive economic dynamics with the proper level of financing of scientific and technical sphere, creation of innovative infrastructure and adequate innovation mechanisms.

During the research we propose to distinguish the factors of influence regarding the mentioned components of economic security of trade in the state, namely: financial, market, commodity, interface, intellectual-personnel, technical-technological, political-legal and information. We believe that the distribution of components should occur precisely in accordance with the importance of their influencing the level of economic security of the enterprise. These components, under the influence of internal factors, have a significant impact on the level of economic security of trade in the country.

Internal factors affecting financial security include: financial planning and enterprise asset management, investment policy, tools of risk management in contracts, state of receivables, workers' wages and payroll fund, control of current assets (in particular, goods' inventory), control over the enterprise capital structure, enterprise expenses, etc.

As for the market component, the following factors are the priority factors: the level of prices in the markets, the conditions created by the market owners, the size of the sales area, the size of the production of imports, the change in the market situation, the level of competition, the format of the trading enterprise, the adaptive capacity of the enterprise to change the market situation.

The internal factors influencing the commodity component are the competitiveness of the product, the assortment and price purchasing and marketing policies, the presence of a system of product quality management, the quality of trade services, the seasonality of sales, the actions of counterparties (suppliers, intermediaries).

Among the factors affecting the interface component, there are possible unpredictable changes in the conditions of interaction with economic counterparts and contact audiences (generally - interaction groups) of the enterprise.

The following factors of influence of the intellectual and personnel component can be distinguished: the level of education of the personnel, the turnover of the personnel, the low level of the personnel management system, the insufficient attention to the creative capabilities of the employees and the motivation of their initiative, the low quality of the program of development of the intellectual potential of the enterprise.

Among the factors influencing the technical and technological component are the following: deterioration of material and technical base, inefficient use of trading space, equipment, lack of resources for technical re-equipment and modernization, irrational structure of fixed assets, risk associated with the introduction of new technologies and new equipment.

The political and legal component is directly and indirectly influenced by such factors of the internal environment as the level of compliance of the documentation with the requirements of the current legislation, change of ownership and organizational and legal form of management, low qualification of employees of the legal service of the enterprise and insufficient attention of management to legal support of business, contracting with insolvent partners, and more.

The information component of the economic security of a trading enterprise is exposed to the factors of insufficient financing of the information-analytical unit, errors in the software, disclosure of confidential information, industrial espionage, unauthorized access to information, its destruction, etc. It should be noted that the damage from the influence of negative factors of the information component of a trading enterprise can be significant and lead the enterprise to bankruptcy (in case of insufficient attention to the management of the information component).

Today, globalization is pushing national boundaries, changing the business landscape, and the global economy is increasingly composed of a growing number of corporate global networks. UN experts include more than 80,000 companies from different countries in global multinationals, but only about 500 of them with annual sales of more than $ 1 billion, which are the core of the world economic system.

Analyzing the position of TNCs as global actors influencing the economic security and sovereignty of the country, we note that in general, TNCs account for more than 25% of world GDP, and TNCs outside the home country account for 10% of world GDP and one third of world exports. TNCs also serve 70% of world trade, of which 40% is traded within corporations, that is, not at market prices, but through transfers, which are formed by the long-term policies of the parent companies.

The largest TNCs have budgets that far exceed the budgets of some countries in the world. TNCs are leaders in conducting and financing the world's R&D. The largest TNCs in the world are given in Table 1.

Among the top 20 corporations in the world, 8 are owned by the United States, accounting for the highest net income - $ 1,12561m. The net profit of the largest European corporations for 2019 is $ 70466.5 m, corporations in Asia are $ 73167.5m, and the only corporation in the Middle East is $ 110974.5m.

TNCs have virtually unlimited financial resources, use extensive financial resources, media relations, political lobbying. The financial resources of the world's leading TNCs exceed the country's budgets. At the current stage of the global economy, TNCs are fostering industrial, scientific and technological links between organizations in different countries, as well as influencing international competition through cooperation and rivalry with small and medium-sized businesses. With significant production and financial resources, international companies are able to capture key positions in the country's economy, jeopardizing the economic security of host countries. The danger for economic sovereignty is also manifested in the fact that TNCs control the most important sectors of the economy, the vital products, such as oil and gas, which, because of their highest efficiency, remain the world's most demanded energy sources, despite

the fact that their total reserves in the world are no more than 20% of all natural energy resources [3].

Table 1

The world's largest TNCs, the Top 20 in the Fortune Global 500 list for 2019

№	Name	Sector	Country	Revenues ($m)	Profits ($m)	Assets ($m)	Employees
1	Walmart	Retailing	USA	$514,405.00	$6,670.00	$219,295.00	2,200,00
2	Sinopec Group	Energy	China	$414,649.90	$5,845.00	$329,186.30	619,151
3	Royal Dutch Shell	Energy	Netherlands	$396,556.00	$23,352.00	$399,194.00	81,000
4	China National Petroleum	Energy	China	$392,976.60	$2,270.50	$601,899.90	1,382,401
5	State Grid	Energy	China	$387,056.00	$8,174.80	$572,309.50	917,717
6	Saudi Aramco	Energy	Saudi Arabia	$355,905.00	$110,974.5	$358,872.90	76,418
7	BP	Energy	Great Britain	$303,738.00	$9,383.00	$282,176.00	73,000
8	Exxon Mobit	Energy	USA	$290,212.00	$20,840.00	$346,196.00	71,000
9	Volkswagen	Motor Vehicles & Parts	Germany	$278,341.50	$14,322.50	$523,672.30	664,496
10	Toyota Motor	Motor Vehicles & Parts	Japan	$272,612.00	$16,982.00	$469,295.60	370,870
11	Apple	Technology, Electronics	USA	$265,595.00	$59,531.00	$365,725.00	132,000
12	Berkshire Hathaway	Financials	USA	$247,837.00	$4,021.00	$707,794.00	389,000
13	Amazon.com	Internet services, Retailing	USA	$232,887.00	$10,073.00	$162,648.00	647,500
14	UnitedHealth Group	Health Care	USA	$226,247.00	$11,986.00	$152,221.00	300,000
15	Samsung Electronics	Technology, Electronics	South Korea	$221,579.40	$39,895.20	$304,165.30	309,630
16	Glencore	Energy	Switzerland	$219,754.00	$3,408.00	$128,672.00	85,504
17	McKesson	Health Care	USA	$214,319.00	$34	$59,672.00	70,000
18	Daimler	Motor Vehicles & Parts	Germany	$197,515.30	$8,555.00	$321,890.50	298,683
19	CVS Health	Health Care	USA	$194,579.00	$-594	$196,456.00	295,000
20	Total	Energy	France	$184,106.00	$11,446.00	$256,762.00	104,460

Compiled by author based on [2].

It should be noted that TNCs exert a mixed influence on the countries of origin. By setting up production abroad, TNCs transfer there part of the jobs lost to workers in their country of origin. In addition, by setting up branches abroad TNCs evade income taxes that they would have to pay in their own country. The activities of large corporations that go beyond national borders can adversely affect the balance of payments of the country of residence of the company. To prevent this situation, governments often impose certain restrictions in the form of a licensing system, direct bans on foreign investment, and so on. However, on the whole, the positive result of more efficient use of national capital abroad overlaps almost all the negative consequences. Transnationalization increases the average profit of a company, which allows shareholders to earn higher income. Highly skilled TNC workers take advantage of the global labor market and can migrate from one country to another without losing their jobs. It should also be noted that as a result of the activities of TNCs, there is an "import" of certain institutions (antitrust and labor laws, taxation principles, contracting practices, etc.) that have developed in developed countries. TNCs are objectively reinforcing the influence of the host countries on recipient countries.

In general, TNCs promote international integration, creating stable economic relations between countries. Thus, a single global space in which TNCs are the main actors is gradually emerging.

As for host countries, they benefit from many aspects of foreign investment. Widespread attraction of foreign capital contributes to reduction of unemployment in the country, increase of the state budget revenues, increase of competitiveness of national goods due to decrease in their cost price, etc. But the benefits of foreign firms are not measured only by quantitative indicators. Their quality component is also important. The activities of TNCs force the management of local companies to change the technological process, practice of industrial relations, spend more money on training and retraining of personnel, pay more attention to product quality. Foreign companies are forcing local firms to attract and use new technologies, to introduce a new style of management, to use the best that is in the practice of international business.

Although there is generally a coherence of basic economic interests between host countries and TNCs, there is also a conflict of political interests, as TNCs challenge the national sovereignty of the recipient countries. This political conflict can be determined by three major problems: national interests, extraterritoriality and nationalism. The coexistence of economic benefits and political losses associated with foreign direct investment leads to a completely opposite attitude and, accordingly, to host countries' policies towards transnationals. Specific political and practical actions by host governments to minimize political losses from foreign direct investment are, in fact, attempts to prevent, reduce or restrict foreign ownership. Restrictions on foreign ownership include not allowing foreigners to key industries, requirements for local ownership, prohibiting foreign companies from taking over local businesses. Host countries, as a rule, offer incentives to attract foreign investment but impose certain conditions on them at the same time.

Foreign capital, which has penetrated deeply into the economies of many countries, has become an integral part of their reproduction process. The most common mistake to make in determining the effects of TNCs is that one country is bound to benefit from the international operations of these corporations and the other is to suffer losses. In real life, such situations are possible, but there are other outcomes - when both parties can either win or lose.

TNCs are evaluated differently in their countries of origin. However, they all acknowledge the fact that TNCs have great opportunities and are steadily expanding their activities across national borders, as well as the significant role of TNCs in capital investments in the national economy. The most problematic in the activities of TNCs in the countries of origin are the relationships between TNCs and national governments, as well as the realization of TNCs' corporate interests.

Strategic unity of interests of TNCs and states is also manifested in the fact that state policy, party system, army cannot exist without financial and technical support of TNCs. A targeted form of communication between big business and public authorities is a system of lobbying aimed at defending the interests of TNCs. The TNC's modern lobbying network covers corporations and their affiliates, informal contact organizations, foundations, bureaus, and more. They aim to influence the adoption of relevant legislation, the activities of parties, the results of elections and the decisions of the judiciary.

The generally recognized legal guarantees for maintaining international economic security are the following:

- focus on solving global world problems;
- guarantee of free choice and implementation by each state of the strategy of social and economic development;
- achieving mutual benefits in cooperation of all countries of the world community;
- preservation and ensuring the sovereignty of states regarding the use of natural, resource, production and economic potential and control of access to it;

• absence of exceptional priority in the economic development of individual countries or groups of states;

• ensuring the responsibility of states and their business entities to the world community for the consequences of their economic policies;

• solving economic problems arising between the subjects of the world economy in a peaceful way.

In carrying out their activities, TNCs are not guided by the above principles, but in many ways contribute to their violation and thus aggravate the general instability of the modern peacekeeping system. The free flow of capital in the context of globalization takes place in a highly polarized world system in terms of economic power and opportunities. At the same time, a small group of leading countries in which the largest TNCs in the world are based control a significant part of the production and consumption of global financial resources, without even resorting to political or economic pressure. Accordingly, the internal priorities and value orientations of these countries represented by transnational corporations leave an imprint on all the largest spheres of internationalization. This situation is a potential source of threats, risks, problems and conflicts between different countries.

It should also be noted that the most acute criticism of TNC business is related to the fact that their activities are focused on serving the interests of a relatively narrow circle of capital owners and do not take into account the interests of ordinary citizens, small enterprises and companies of both host countries and home countries.

In 1974, the UN General Assembly adopted the "Charter of economic rights and duties of States", designed to help accelerate the economic growth of developing countries. Among other things, Art. 2 of the second Chapter of this Charter indicates the rights that States have [4]:

a) To regulate and exercise authority over foreign investment within its national jurisdiction in accordance with its laws and regulations and in conformity with its national objectives and priorities. No State shall be compelled to grant preferential treatment to foreign investment;

b) To regulate and supervise the activities of transnational corporations within its national jurisdiction and take measures to ensure that such activities comply with its laws, rules and regulations and conform with its economic and social policies. Transnational corporations shall not intervene in the internal affairs of a host State. Every State should, with full regard for its sovereign rights, cooperate with other States in the exercise of the right set forth in this subparagraph;

c) To nationalize, expropriate or transfer ownership of foreign property, in which case appropriate compensation should be paid by the State adopting such measures, taking into account its relevant laws and regulations and all circumstances that the State considers pertinent. In any case where the question of compensation gives rise to a controversy, it shall be settled under the domestic law of the nationalizing State and by its tribunals, unless it is freely and mutually agreed by all States concerned that other peaceful means be sought on the basis of the sovereign equality of States and in accordance with the principle of free choice of means.

The provisions of the Charter repeat the basic principles of ensuring international economic security:

• observance of the right to choose and implement by each state its own strategy for economic and social development;

• ensuring the sovereignty of each state on the use of its natural, industrial and economic resources;

• achievement and ensuring mutually beneficial cooperation of all countries and economic entities of these countries within the framework of the global economy.

However, despite the importance of the provisions of the Charter, including those in terms of ensuring international economic security, it was adopted by resolution and has only a recommendatory character.

Accordingly, within the framework of the emerging global system, TNCs create their own international economic and political order. At the same time, they interact most actively with government agencies in the home countries of the parent company and the host countries, while in most cases they are guided only by commercial interests, not taking into account generally accepted principles for ensuring international economic security. This process is aggravated by general trends in the development of the world economy - an increase in the intensity of transnationalization processes, and hence, an increase in the economic and political power of TNCs, an increase in the mass of capital flowing through the channels of international business entities, an uneven distribution of the concentration of financial resources across the countries of the world with their concentration in TNC-based countries.

Conclusions. Economic security is the basis for ensuring the economic development of a country, which must take into account national interests and ideas. To do this, it is necessary to take maximum advantage of the benefits of globalization in today's world development**.** To ensure economic security, it is necessary to:

- promote the creation of a competitive environment and entry into the international markets of products of domestic companies, accelerate the growth rate of competitive industry products;
- increase GDP growth, curb inflation processes.

Strengthening international economic security will be contributed to by development of programs to stabilize international energy markets. In this aspect, it is possible to introduce restrictions on speculative transactions of TNCs with financial assets tied to their supplies. The idea of creating new international institutions or organizations to solve these problems may also be considered. International coordination could accelerate the development of national energy conservation programs, as well as the development of alternative and renewable energy sources, especially since TNCs have the necessary financial resources for this.

In general, the impact of TNCs on the economic, political and social spheres of states cannot be assessed unequivocally: positively or negatively. However, despite some contradictions between governments and TNCs, there is clearly a significant positive effect of the presence of international companies on the economy of countries and their significant impact on the global economy.

References

1. Cable V. (1995). What is International Economic Security? International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1944-), 71 (2), 305. doi: 10.2307/2623436
2. "Forune 500" [Electronic Resource] available at: https://fortune.com/
3. The Global Competitiveness Report. The World Economic Forum. Available at: http://www.weforum.org/reports
4. Official website of United Nations [Electronic Resource] available at: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=a/res/3281(XXIX)
5. World Investment Report 2019: Special Economic Zones, United Nations., New York
6. Tagi Sagafi-nejad in collaboration with John H. Dunning , 2008 "The UN and transnational corporations: from code of conduct to global compact", United Nations Intellectual History project.
7. Karl P. Sauvant (ed.), 2008. "The Rise of Transnational Corporations from Emerging Markets," Books, Edward Elgar Publishing.
8. Leino, T. and J. Ali-Yrkko (2014). "How well does foreign direct investment measure real investment by foreign-owned companies?, Firm-level analysis". Bank of Finland Research Discussion Paper No. 12/2014.
9. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Transnational Corporations Statistics [Electronic resource] available at: http://unctad.org/en/Pages/DIAE/Transnational-Corporations-Statistics.aspx
10. Marsh P. (2012). The New Industrial Revolution: Consumers, Globalization and the End of Mass Production. Yale University Press, 320.

Рецензент: *Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/896df3cb2f2e45819a3f0485066cc034

УДК 336.67

ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТІ ТА УПРАВЛІННЯ НЕВИЗНАЧЕННІСТЮ

Грушева Алла Андріївна, к.пед.н., доцент кафедри менеджменту, Університет державної фіскальної служби України, м. Київ ontariofilpi@ukr.net, +380974705200
Салямон Віталій Петрович, старший викладач кафедри менеджменту, Університет державної фіскальної служби України, м. Київ
Філіпішина Крістіна Ігорівна, здобувач освітнього рівня бакалавр, Університет державної фіскальної служби України, м. Київ

Grusheva Alla, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of Management, The University of State Tax Service of Ukraine, Kyiv
Salimon Vitalii, Senior Lecturer in Management, The University of State Tax Service of Ukraine, Kyiv
Filipishyna Kristina, student, The University of State Tax Service of Ukraine, Kyiv

A. Grusheva, V. Salimon, K. Filipishyn. Project management and uncertainty management.

The article proves that modern projects have high uncertainty over the life cycle. Overcoming uncertainty must be a lengthy process and requires a change in focus throughout the project life cycle. Uncertainty is created in part due to the quality and completeness of information, the diversity of interests and susceptibility to external influences in the project. The traditional approach to achieving the project goal and adhering to the plan is ineffective for projects with a long period and great uncertainty. Based on this, a step-by-step methodology is proposed, which consists of 9 stages, which should be the basis for identifying, analyzing and observing project uncertainties: step 1 and 2 for preparing the process, step 3-7 for identifying uncertainties, analyzing and developing measures for the implementation of the project; final steps 8–9 for managing uncertainty at all stages of the project life cycle. There are three elements that are of particular importance in the process of managing uncertainty: the human factor, models and tools, methods. Without key players who know how to deal with uncertainty in projects, good uncertainty management techniques and models will not be effective. These entities are not only internal project employees, but also external project stakeholders, which should be included in the process. An organization needs a general uncertainty management model that is open to external processes. Uncertainty management is a continuous process, and has a different focus on the project life cycle.

Грушева А.А., Салямон В.П., Філіпішина К.І. Проектний менеджмент та управління невизначеністю.

В статті доведено, що сучасні проекти мають високу невизначеність протягом життєвого циклу. Невизначеність створюється частково за рахунок якості та повноти інформації, різноманітність інтересів і сприйнятливості до зовнішніх впливів в проекті; все, що робить нас вразливими до дій інших. Подолання невизначеності повинно бути тривалим процесом і вимагатиме зміни фокусу протягом життєвого циклу проекту. Традиційний підхід щодо досягнення мети проекту та дотримання плану неефективний для проектів з тривалим періодом та великою невизначеністю. Виходячи з цього запропоновано покрокову методику, яка складається з 9 етапів, що мають бути основою для виявлення, аналізу та спостереження невизначеності проекту: крок 1 і 2 для підготовки процесу, крок 3-7 для виявлення невизначеності, аналізу та розробки заходів під час впровадження проєкту; і заключні кроки 8-9 для управління невизначеністю на всіх етапах життєвого циклу проекту. Є три елементи, які мають особливого значення в процесі управління невизначінністю: людський фактор, моделі та інструменти, методи. Без ключових гравців, які знають, як справитися з невизначеністю в проектах не будуть ефективними хороші методи і моделі управління невизначеністю. Ці суб'єкти не тільки внутрішні співробітники проекту, але і зовнішні зацікавлені сторони проектів, які повинні бути включені до процесу. Для організація необхідна загальна модель управління невизначеністю, яка відкрита щодо зовнішніх процесів. Управління невизначенністю є безперервним процесом, і він повинен буде мати різну спрямованість протягом життєвого циклу проекту.

Грушева А.А., Салямон В.П., Филипишина К.И. Проектный менеджмент и управление неопределенностью.

В статье доказано, что современные проекты имеют высокую неопределенность в течение жизненного цикла. Преодоление неопределенности должно быть длительным процессом и требует

© ***A. Grusheva, V. Salimon, K. Filipishyn / Грушева А.А., Салямон В.П., Філіпішина К.І., 2019***

изменения фокуса в течение жизненного цикла проекта. Неопределенность создается частично за счет качества и полноты информации, разнообразие интересов и восприимчивости к внешним воздействиям в проекте. Традиционный подход к достижению цели проекта и соблюдения плана неэффективен для проектов с длительным периодом и большой неопределенностью. Исходя из этого предложено пошаговую методику, которая состоит из 9 этапов, которые должны быть основой для выявления, анализа и наблюдения неопределенности проекта: шаг 1 и 2 для подготовки процесса, шаг 3-7 для выявления неопределенности, анализа и разработки мероприятий при внедрении проекта; заключительные шаги 8-9 для управления неопределенностью на всех этапах жизненного цикла проекта. Есть три элемента, которые имеют особое значение в процессе управления неопределенностью: человеческий фактор, модели и инструменты, методы. Без ключевых игроков, которые знают, как справиться с неопределенностью в проектах не будут эффективными хорошие методы и модели управления неопределенностью. Эти субъекты не только внутренние сотрудники проекта, но и внешние заинтересованные стороны проектов, которые должны быть включены в процесс. Для организации необходима общая модель управления неопределенностью, которая открыта для внешних процессов. Управление неопределенностью является непрерывным процессом, и имеет разную направленность течение жизненного цикла проекта.

Постановка проблеми. Управління невизначеністю розглядається як необхідна умова для ефективного управління проєктами. Джерела невизначеності широкі і в сучасній практиці ведення бізнесу іноді мають основне значення в ході реалізації проєкту. Коли мова йде про невизначеність на практиці, то значна увага приділяється боротьбі з погрозами і менше уваги зосереджується на можливостях. Неможливо передбачити або уявити собі всі можливі невизначеності (загрози і можливості), які можуть виникнути в проєкті з довгий час. Це означає, що в ході реалізації проєкту аналіз процесів невизначеності повинно повторити два-три рази на рік, якщо мати належний контроль за управлінням процесом. Виникає необхідність розробки загального методу для управління невизначеністю протягом усього життєвого циклу проєкту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато досліджень на цю тему зробили вітчизняні та закордоні науковці: Н. Адамової, Л. Батенка, С. Бушуєва, В. Василенка, В. Вітлінського, В. Гранатурова, М. Г рачової, М. Г рашина, О. Загородніх, С. Ілляшенко, І.Мазур, В. Москвіна, М. Ньюэлла та ін Незважаючи на те, що управління проєктом приділяється багато уваги в останньому десятилітті, є ще значний потенціал для розвитку в цій галузі. Останні тенденції в галузі управління проєктами наголошують на необхідності повторного розгляду питання про невизначеність.

Метою статті є з'ясування феномена невизначеності в проєктах і спробувати інтегрувати її в рамках управління проєктами.

Виклад основного матеріалу. Перш за все необхідно дослідити поняття управління проєктами та невизначеність. Більшість науковців визначають, що управління проєктами це процес і діяльність з планування, організації, мотивації і контролю ресурсів, процедури і протоколи для досягнення конкретних цілей в наукових або повсякденних проблем. Управління часто використовуються в якості можливості для задоволення невизначеного і турбулентного середовища. Таким чином, загальна ефективність процесу управління проєктами має важливе значення для довгострокової рентабельності. Мета і кінцеві ефекти управління проєктами повинні передбачити результат, тобто вартість, час і якість.

Термін невизначеність відноситься до прогнозування майбутніх подій, фізичним вимірюванням, які вже зроблені, або до невідомого. Невизначеність виникає в частково спостережуваних і / або стохастичних середовищах. Здатність проєкту ідентифікувати і реагувати на невизначеність буде впливати на результат проєкту. Аналіз теорії невизначеності [1] дозволив визначити невизначеність в якості контексту для ризиків, як події, що мають негативний вплив на результати проєкту, або можливості, як події, які роблять благотворний вплив на виконання проєкту. Це визначення підкреслює подвійний характер невизначеності, яка має позитивний і негативний вплив на результати проєкту. Невизначеність може виникати з джерел як внутрішніх, так і зовнішніх по відношенню до проєкту. [2].

Також невизначеність виходить з психології: де вона описується як стан свідомості та характеризується відсутністю кінцевих знань про результати заходу. Це дозволяє припустити, що зовнішнє середовище не є єдиним джерелом невизначеності; останній може приймати форму психічної реакції людини до зовнішнього середовища, [2]

Отже виникає дилема непередбачуваності, яка складається з двох важливих рішень:

- З одного боку, менеджери які приймають рішення повинні мати впевненість в прогнозі того, наскільки пропонований проєкт буде конкурентоспроможним, а також скільки часу буде потрібно, щоб досягти очікуваного потоку доходів.
- З іншого боку, менеджери, які приймають рішення, повинні памятати, що неможливо передбачити всі ризики, пов'язані з реалізацією проєкту.

Ця дилема підкреслює характер невизначеності, з якою стикаються керівники проєктів. Для того щоб впоратися з цією проблемою, вони припускають, що капітальні проєкти потребують нової концепції, щоб зрозуміти, прийняти і використовувати проєктні ризики, і вони припускають, що необхідна нова структуру для управління ризиками.

В роботі [3] стверджується, що звичайне управління ризиками проєкту може підвищити передбачуваність результатів проєкту, але вона має тенденцію ігнорувати цінність для бізнесу, які можуть бути додані через етап виконання проєкту. Процес управління ризиками має бути розпочато якомога раніше в життєвому циклі проєкту, і процес повинен здійснюватися на основі ітераційностії, оскільки кожна оцінка являє собою знімок в часі. Ця точка зору підтверджується [3, 4], і вони свідчать про те, що невизначеність знайдена в проєкт може бути трьох різних типів:

Операційна невизначеність (внутрішня невизначеність),
стратегічна невизначеність (зовнішня невизначеність),
контекстна невизначеність (зовнішня невизначеність).

Невизначеність може збільшуватися і зменшуватися протягом усього проєкту через зовнішні чинники невизначеності. Так як проєкт є частиною більшого цілого, багато проєктів зазнають, що невизначеність може знову зрости, якщо керівна організація робить нові вибори і пріоритети. Також це може бути результатом змін суспільства, яке розвивається і змінюється в процесі виконання проєкту. У проєктів, які мають тривалий термін (три роки або більш), умови в процесі реалізації можуть змінюватися кілька разів.

Проєкт зазвичай буде мати справу з різними типами рішень з різним типом невизначеності щодо фази планування і фази виконання. На початку основний акцент робиться на виборі кращої концепції і уточнення цілей проєкту. Коли це вирішено, фокус зміщується в бік, як досягти обраної концепції відповідно до стратегії. Управління невизначеністю включає чотири процеси:

1. Створення та оновлення цілей проєкту, визначення ключових зацікавлених сторін, яким «належать цілі проєкту»
2. Визначити, оцінити та вирішити дії щодо можливостей
3. Визначити, оцінити та вирішити дії щодо загроз
4. Виконання та моніторинг за діями в ході процесу реалізації.

Для проєктів від з 3 до 5 років рекомендовано, провести від 5 до 8 семінарів протягом терміну реалізації проєкту. Тривалість семінару зазвичай варіюватися від 2 - 4 годин до 2 днів в залежності від розміру проєкту та теми, які будуть проаналізовані в процесі. На кожному семінарі необхідно зосередити увагу на невизначеності протягом наступних 3 до 6 місяців, а також визначити вигоди для власника проєкту і ефекти для суспільства в ході реалізації процесу. Оперативна звітність повинна бути зроблена кожен місяць, а загальна оцінка невизначеності повинна бути зроблена не меньш ніж один або два рази на рік.

Основні зацікавлені сторони, які беруть участь на цьому етапі є: власник проєкту / спонсор, керівник проєкту і його команда, і консультанти проєкту.

Отже виникає потреба в удосконалення методики щодо аналізу процесів невизначеності. Виходячи з цього запропоновано покрокову методику, яка складається з

9 етапів, що мають бути основою для виявлення, аналізу та спостереження невизначеності проєкту: крок 1 і 2 для підготовки процесу, крок 3-7 для виявлення невизначеності, аналізу та розробки заходів під час впровадження проєкту; і заключні кроки 8-9 для управління невизначеністю на всіх етапах життєвого циклу проєкту.

І етап - Створення контексту - цілі проєкту - ключові результати

У більшості проєктів, люди прагнуть зробити чіткі і однозначні цілі на етапі планування. Причина цього проста: необхідно знати, де ви повинні закінчити, перш ніж почати впроваджувати проєкт. Тим не менш, важливо розуміти, що цілі, як правило, неявно містять наміри про те, що власник проєкту або суспільство бажає досягти в рамках проєкту протягом часу. Що конкретно буде поставлятися з точки зору результатів орієнтованих цілей або завдань, часто мають обмежений рівень деталізації, і, як правило, додатково вдосконалені і розроблені досить тривалий період в стадії планування. Також цілі сприймаються по-різному в залежності від точки зору учасників проєкту. Отже, цілі проєкту є невизначеними.

ІІ етап - Аналіз зацікавлених сторін

Ряд авторів [5, 6] показали, що зацікавлені сторони повинні бути проаналізовані до запуску проєкту. Вони підкреслюють, що аналіз зацікавлених сторін є процесом визначення ступеня інтересу та впливу , які вони мають до конкретного проєкту. Пропонується 5 етапів підходу для аналізу зацікавлених сторін проєкту.

1. Ідентифікація зацікавлених сторін.
2. Угруповання зацікавлених сторін до первинних і вторинних з точки зору важливості реалізації проєкту.
3. Уточнення ролі кожної зацікавленої сторони на кожному з етапів життєвого циклу проєкту.
4. Вплив проєкту - який ефект від проєкту.
5. Оцінка. Як відбувається подальший розвиток.

Моніторинг та робота із зацікавленими сторонами є процес безперервний. Тому необхідно деталізувати його. Менеджерам проєкту необхідно здійснити наступні дії на цьому етапі:

1. Визначення зацікавлених сторін
2. Збір інформації про зацікавлені сторони
3. Визначення завдань і ролі зацікавлених сторін
4. Розуміння сильних і слабких сторін зацікавлених сторін
5. Визначення стратегії зацікавлених сторін
6. Управління зацікавлених сторін - пророкування дій зацікавлених сторін; і прийняття практичних заходів для управління зацікавлених сторін, впливаючи на їхнє ставлення і діяльність, і справа прямо або побічно з наслідками їх діяльності, наприклад, спілкування і використання сили у відносинах з ними, пристосовуючись до їхніх вимог, ведення переговорів і компромісу з ними, ігноруючи або буферні свої вимоги, а також створення або відстань від більш тісної співпраці з ними.

ІІІ-VI етапи -Визначення можливостей і загроз

Можливість в проєктах може мати кілька інтерпретацій. Одна з можливих інтерпретацій є те, що сам проєкт є можливість і несе бажану зміну або ефект для зацікавлених сторін. Інший спосіб дивитися на це через призму факторів того, що можливості є зміни або події, які роблять проєкт краще, ніж спочатку планувалося. Можна також сказати, що можна говорити про можливості, як деякі рішення, які ми не бачили на самому початку, то, що тільки що сталося, щось позитивне, що ми не могли передбачити або щось, що є більш-менш поза нашим контролем, але все ж позитивним або сприятливий або краще в порівнянні з початковим планом і чи концепції.

Термін загроза для більшості людей легше зрозуміти і ставитися до них як до подій, які можуть призвести до небажаних змін в цілях проєкту, обсягу, ресурсів або рамкових умов. Вони роблять вартість проєкту більше, призводять до витрат більшого

часу або забезпечують більш низьку якість, ніж була погоджена на початку проєкту. Процес повинен починатися з виявлення і аналізу можливостей і виявляти потенційні загрози. Для того, щоб визначити можливості і загрози, мозкова атака є дієвим способом. Інші методи, як контрольний перелік типових невизначеностей, інтерв'ю експертів (метод Дельфі) і карта ситуації також можна використовувати в першому раунді, для ідентифікації. У цій частині необхідно спробувати коротко оцінити потенційний позитивний або негативний ефект для власника або для проєкту на етапі виконання. Треба оцінити ймовірність того, що потенційні можливості / загрози матимуть місце, з точки зору діапазонів - майже напевно > 50%, ймовірно, від 25 -50%, можливо 5 25%, навряд чи 1 5%, і рідко <1%. В процесі ми рекомендуємо, щоб учасники повинні проводити якомога менше часу можливої ймовірності дискусійних і слідства потенційних можливостей і загроз.

VII- VIII етапи -Реалізувати дію – побудова матриці невизначеності і формування переліку фокусувань – надання інструменту.

Кінцевий результат процесу є «десятка» з найбільш важливих кількісних і якісних факторів невизначеності. «Топ-десять» повинна мати від 3 до 5 кращих можливостей і від 5 до 8 найбільш важливих загроз для майбутніх 6 місяців. Основа для списку з'являється шляхом множення ймовірності і наслідків. Невизначеність з найбільшим числом буде у верхній частині списку. Можливо використовувати матрицю Ансоффа а цьому етапі або іншу. Головне – це провести ранжування.

Остання частина семінару про прийняття рішення, який тип стратегії повинен бути використано для боротьби з можливостями і погрозами. Існує, принаймні, 6 або 7 стратегій, які можуть бути обрані в якості відповіді для управління невизначеністю.

IX етап - огляд і звітність

Робота з невизначеністю. Рекомендовано стежити за невизначеністю на щомісячній основі. Після одного місяця команда управління проєктом повинна задати наступні 10 питань:

1 Які можливості та загрози не цінно більше (видаляти їх з матриці)
2 Які можливості ще можна взяти?
3 Будь-які нові можливості з моменту останнього оновлення матриці?
4 Що таке можливе значення і ймовірність нових можливостей? (Ввести їх в матриці)
5 Як ми повинні мати справу з новими можливостями - Знайти нові дії і розподілити обов'язки і узгодити дату контролю над новими можливостями
6 Перевірка існуючих можливостей - вже дію зробило їх більш імовірно, або дали їм нове значення? (Змінити становище в матриці невизначеності)
7 Будь-які нові загрози з моменту останнього оновлення матриці?
8 Що таке можливе значення і ймовірність нових загроз? (Ввести їх в матриці)
9 Перевірка існуючого стану та дій що зробило його більш імовірним, або дали їм нове значення (змінити положення в матриці невизначеності)
10 Як неохідно мати справу з новими загрозами? Знайти нові дії і розподілити обов'язки, узгодити дату управління новими загрозами.

Після цього етапу матриця невизначеності може бути змінена.

Ми вважаємо, що методи і моделі повинні бути якомога простішою, це дія, яка має значення - проста таблиця і фліпчарт досить часто для виявлення, аналізу та подолання невизначеності в більшості проєктів.

Висновки. Проєкт зазвичай буде мати справу з різними типами рішень з різним типом невизначеності щодо фази планування і фази виконання. На початку основний акцент робиться на виборі кращої концепції і уточнення цілей проєкту. Невизначеність створюється частково за рахунок якості та повноти інформації, різноманітність інтересів і сприйнятливості до зовнішніх впливів в проєкті; все, що робить нас вразливими до дії інших. Коли це розібрали фокус зміщується в бік, як доставити обрану концепцію відповідно до специфікації або договором. Це означає, що учасники проєкту або

консультанти проєкту, які найняті, щоб мати справу з управлінням невизначеністю в потребах проєкту, щоб зрозуміти, де проєкт знаходиться в процесі виконання і фокусуванні процесу на конкретних невизначеностей, яка має відношення до наступних 3 до 6 місяців проєкту термін виконання. Тому ми пропонуємо, щоб потреби проєкту, щоб мати справу з невизначеністю у всій фазі, і ми вважаємо, що більшість проєктів повинні мати справу з різними типами невизначеності в різних фазах проєкту. Ми пропонуємо 9 кроку основу для виявлення, аналізу та спостереження невизначеності проєкту - крок 1 і 2 для підготовки процесу, крок 3-7 для виявлення, аналізу та розробки заходів і заключні кроки 8-9 для простеження невизначеності життєвого циклу проєкту.

Список використаних джерел:

1. *Адамова Н. Принятие проектных решений через управление рисками / Наталья Адамова [Электронний ресурс]. - Режим доступа: http://www.iteam.ru/ publications/project/section*
2. *Берр Х. Проектный менеджмент в рыночной экономике / Х. Берр [Электронний ресурс]. - Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/project/*
3. *Rolstadås, A., Hetland, P. W., Jergeas, G. F., & Westney, R. E. (2011). Risk Navigation Strategies for Major Capital Projects: Beyond the Myth of Predictability. London: Springer-Verlag London Limited*
4. *Johansen, A., Ekambaram, A., & Hald, L., (2012) Opportunities in projects – what are they and do we really want them? Paper presented at the IPMA World Congress, Athens, GreeceLoch, C. H., De Meyer, A., & Pich, M. T. (2006). Managing the unknown: a new approach to managing high uncertainty and risk in projects. Hoboken, NJ: Wiley*
5. *Project Cycle Management (PCM) and Objectives- Oriented Project Planning (ZOPP) - Guidelines. Deutsche Gesellschaft fur Technische Zusammenarbeit (GTZ), 1996.*
6. *Онишкевич О.В., Актуальність проектного підходу в управлінні підприємствами [Електронний ресурс] / Онишкевич О.В.,. // Економіка і суспільство - 2016 - Випуск 6. Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/34.pdf*

References:

1. *Adamova, N. (2013), "Acceptance of design decisions through risk management", Iteam, [online], available at: http://www.iteam.ru/publications/project/sec- tion (Accessed 05 Nov 2013).*
2. *Berr, H. (2013), "Project management in a market economy", Iteam, [online], available at: http://www.iteam.ru/publications/project/section_40/article_2473/ (Accessed 05 Nov 2013).*
3. *Rolstadås, A., Hetland, P. W., Jergeas, G. F., & Westney, R. E. (2011). Risk Navigation Strategies for Major Capital Projects: Beyond the Myth of Predictability. London: Springer-Verlag London Limited*
4. *Johansen, A., Ekambaram, A., & Hald, L., (2012) Opportunities in projects – what are they and do we really want them? Paper presented at the IPMA World Congress, Athens, GreeceLoch, C. H., De Meyer, A., & Pich, M. T. (2006). Managing the unknown: a new approach to managing high uncertainty and risk in projects. Hoboken, NJ: Wiley*
5. *GTZ, (1996), Project Cycle Management (PCM) and Objectives-Oriented Project Planning (ZOPP) - Guidelines. Deutsche Gesellschaft fur Technische Zusammenarbeit, Eschborn, Germany.*
6. *Onishkevich O.V, (2016), The relevance of the project approach in enterprise management [Electronic resource] Economy and Society, Issue 6. Access Mode: http://economyandsociety.in.ua/journal/6_eng/34.pdf*

Keywords: *project management, uncertainty, project risk, risk management, project life cycle.*
Ключові слова: *управління проектами, невизначеність, життєвий цикл проєкту.*
Ключевые слова*: управление проектами, неопределенность, проектный риск, жизненный цикл проекта.*

Рецензент: *Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес - адміністрування, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., доцент.*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/2cae50e8852546cd8164d6d877b7f3b3

УДК 338

СТАН ТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З ДЕЯКИМИ КРАЇНАМИ ПОСТРАДЯНСЬКОГО ПРОСТОРУ

http://orcid.org/0000-0001-6014-9999

Капранова Лариса Григорівна, завідувач кафедри економічної теорії та підприємництва, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», доцент, к.е.н., kapranova_l_g@pstu.edu, тел.: 098 258 94 47

Larysa Kapranova, Head of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, SHEU «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY», Ph.D., Associate Professor

L. Kapranova. State of trade relations of Ukraine with some countries of the post-Soviet space.

The article attempts to determine the current state of trade relations with some countries of the post-Soviet space. The article is of an overview nature. The article determines that the Russian Federation continues to be one of the most significant trading partners of Ukraine, despite attempts to terminate the agreement from such a partnership. The article states that cooperation with the European Union for Ukraine is an important condition for its integration into the world community, one of the aspects of the success of democratic transformations and the transition to full-fledged market relations, especially now that the EU has become Europe's largest center for economic and political development, an example of completely new relations between states. It is determined that trade and economic cooperation between Ukraine and Latvia is one of the fundamental foundations of bilateral relations. A gradual increase in the foreign trade turnover between Ukraine and Latvia is now forecasted according to the results of 2019 and in the medium term, taking into account the current tendency to increase sectoral interaction based on the results of the 7th meeting of the Ukrainian-Latvian Intergovernmental Commission on Economic, Industrial, Scientific and Technical Cooperation. It is concluded that export-import operations with partners from Russia, despite the tension in relations, occupy a leading position. The second strategic partner of Ukraine, this is Lithuania, I would like to note the positive trends in trade relations, which almost doubled. This trend suggests that Ukraine is still changing the foreign trade vector towards the post-Soviet countries are already members of the European Community.

Капранова Л. Г. Стан торгівельних відносин України з деякими країнами пострадянського простору.

В статті зроблено спробу визначити сучасний стан торгівельних відносин з деякими країнами пострадянського простору. Стаття носить оглядовий характер. В статті визначено, що РФ так і продовжує бути одним з найбільш вагомих торгівельних партнерів України, незважаючи на спроби відказатись від такого партнерства. В статті зазначено, що співпраця з Європейським Союзом є для України важливою умовою її інтеграції в світову спільноту, одним з аспектів успіху демократичних перетворень і переходу до повноцінних ринкових відносин, особливо тепер, коли ЄС став найбільшим центром економічного і політичного розвитку Європи, прикладом абсолютно нових відносин між державами. Визначено, що торговельно-економічне співробітництво між Україною та Латвією є однією з фундаментальних засад двосторонніх відносин. Наразі прогнозується поступове зростання зовнішньоторговельного обігу між Україною та Латвією за результатами 2019 р. та у середньостроковому періоді, враховуючи існуючу тенденцію до нарощування секторальної взаємодії за результатами 7-го засідання Міжурядової українсько-латвійської комісії з питань економічного, промислового і науково-технічного співробітництва. Зроблено висновок, що експортно-імпортні операції з партнерами з Росії не зважаючи на напруженість у взаємовідносинах посідають провідне місце. Другий стратегічний партнер України, це Литва, хочеться відзначити позитивні тенденції в торгівельних відносинах, які збільшилися майже в два рази. Така тенденція говорить про те, що Україна таки змінює зовнішньоторговельний вектор у бік країн пострадянського простору які вже є членами Європейської спільноти.

Капранова Лариса Григорьевна. Состояние торговых отношений Украины с некоторыми странами постсоветского пространства.

В статье сделана попытка определить современное состояние торговых отношений с некоторыми странами постсоветского пространства. Статья носит обзорный характер. В статье определено, что РФ так и продолжает быть одним из самых весомых торговых партнеров Украины, несмотря на попытки расторгнуть договор от такого партнерства. В статье указано, что сотрудничество с Европейским Союзом для Украины важным условием ее интеграции в мировое сообщество, одним из аспектов успеха демократических преобразований и перехода к полноценным

© ***L. Kapranova / Капранова Л. Г., 2019***

рыночным отношениям, особенно теперь, когда ЕС стал крупнейшим центром экономического и политического развития Европы, примером совершенно новых отношений между государствами. Определено, что торгово-экономическое сотрудничество между Украиной и Латвией является одной из фундаментальных основ двусторонних отношений. Сейчас прогнозируется постепенный рост внешнеторгового оборота между Украиной и Латвией по результатам 2019 и в среднесрочной перспективе, учитывая существующую тенденцию к наращиванию секторальной взаимодействия по результатам 7-го заседания Межправительственной украинского-латвийской комиссии по экономическому, промышленному и научно-техническому сотрудничеству. Сделан вывод, что экспортно-импортные операции с партнерами из России, несмотря на напряженность во взаимоотношениях занимают ведущее место. Второй стратегический партнер Украины, это Литва, хочется отметить положительные тенденции в торговых отношениях, которые увеличились почти в два раза. Такая тенденция говорит об том, что Украина таки меняет внешнеторговый вектор в сторону стран постсоветского пространства уже являются членами Европейского сообщества.

Постановка проблеми. Зовнішньторгівельні відносини займають провідне місце у економічній діяльності країни. З осені 2013 року Україні довелось переглядати зовнішньоторгівельних відносин. Але, чи щось змінилось за цей час? В роботі буде зроблена спроба визначити, чи щось змінилось, чи ми перебороли свою залежність від «великого брата».

Метою статті є визначення стану торгівельних відносин України з деякими країнами пострадянського простору.

Результати дослідження. З моменту здобуття незалежності Україна почала самостійно вирішувати напрями зовнішньоекономічної співпраці. Стратегічними партнерами України у зовнішній торгівлі виступають майже всі країни світу. У числі пріоритетних векторів зовнішньоекономічної політики, урядом України обраний курс на європейську інтеграцію, який вперше був проголошений 3 липня 1993 року в «Основних напрямах зовнішньої політики України». Практичним виконанням цього курсу стало підписання 14 липня 1993 року в Люксембурзі Угоди про партнерство та співробітництво (УПС) між Україною та ЄС.

До недавнього часу основними стратегічними партнерами України були країни Європейського союзу та Росія. Але, чи змінилась ситуація у зв'язку з напруженістю відносин з Російською Федерацією?

Проаналізуємо статистичні данні щодо зовнішньої торгівлі України з ЄС та РФ за 2013 рік.

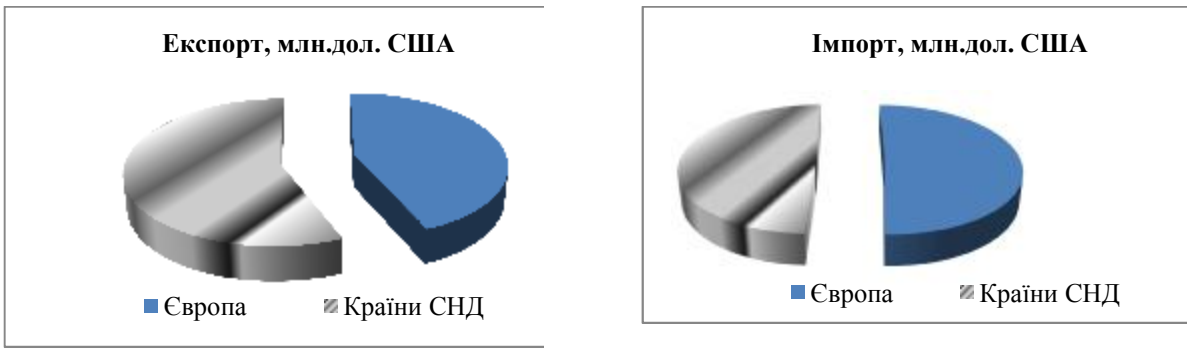


Рис. 1. Зовнішньої торгівлі України з ЄС та РФ за 2013 рік.

Як видно з рис. 1. У 2013 році в експорті більша частка припадає на країни СНД і в тому числі на РФ. Частка імпорту має трохи протилежне значення, імпорт здебільшого ми здійснюємо з країн ЄС. Але нам потрібно пам'ятати, що на країни СНД припадає 15 країн, а склад ЄС – 28 країн.

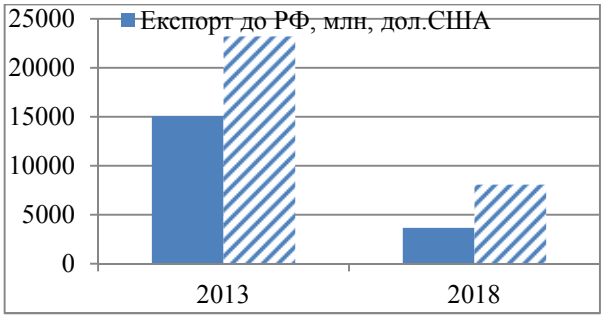


Рис 2. Динаміка зовнішньої торгівлі України з РФ за 2013 та 2018 роки.

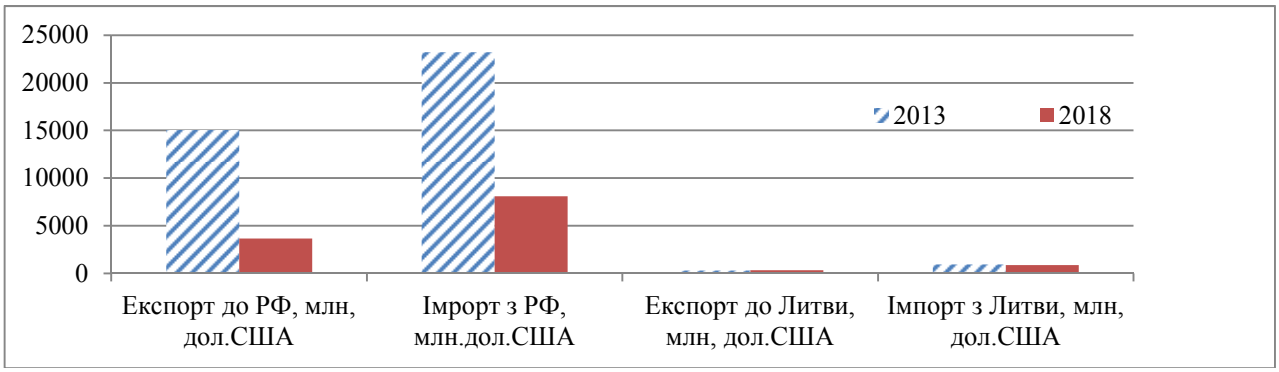


Рис. 3. Динаміка експорту та імпорту у 2013 та 2018 році

Співпраця з Європейським Союзом є для України важливою умовою її інтеграції в світову спільноту, одним з аспектів успіху демократичних перетворень і переходу до повноцінних ринкових відносин, особливо тепер, коли ЄС став найбільшим центром економічного і політичного розвитку Європи, прикладом абсолютно нових відносин між державами. До того ж, ЄС є другим, після країн СНД, найбільшим торговим партнером України. Така ситуація формує актуальність проблеми визначення місця України в торгово-економічному просторі ЄС, прогнозування розвитку її подальшої співпраці з європейськими державами.

Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Латвою є однією з фундаментальних засад двосторонніх відносин.

За 2018 рік загальний обсяг зовнішньої торгівлі України за січень-грудень 2018 року склала 104,52 млн. дол. США.

Експорт склав - 342714,83 тис. дол. США, в його структурі переважають: зернові культури 24299,5659 тис. дол. США, жири та олії тваринного або рослинного походження - 29493,73136 тис. дол. США, залишки і відходи харчової промисловості - 13049,65528 тис. дол. США, палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки - 39555,28525 тис. дол. США, деревина і вироби з деревини - 35633,69466 тис. дол. США, чорні метали - 22516,5649 тис. дол. США, реактори ядерні, котли, машини - 16887,97819 тис. дол. США, електричні машини - 17030,29948 тис. дол. США. На долю інших товарних груп приходиться 144248 тис. дол. США. [1]

Імпорт склав - 879 136,2 тис. дол. США, в його структурі переважають: продукти неорганічної хімії - 580 666,4 тис. дол. США, екстракти дубильні - 68 208,1 тис. дол. США, каучук, гума - 49 350,6 тис. дол. США, електричні машини - 35 188,8 тис. дол. США, залізничні локомотиви - 14 346,1 тис. дол. США, літальні апарати - 26 067,7 тис. дол. США,

У першому півріччі 2019 р. загальний обсяг зовнішньоторговельного обігу між країнами склав 272 млн. дол. США (у першому півріччі 2018 р. – 268 млн. дол. США).

За підсумками експортно-імпортних операцій упродовж зазначеного періоду, динаміка торговельно-економічних відносин між Україною та Латвією характеризується приростом обсягів взаємної торгівлі у розмірі 1,4%.[1]

Так, загальний експорт товарів та послуг за вказаний період 2019 р. зменшився на 6% до 168 млн. дол. США (2018 р. – 179 млн. дол. США). Імпорт –зріс на 16% до 103 млн. дол. США (2018 р. – 89 млн. дол. США). Сальдо позитивне – 65 млн. дол. США.

Зокрема, обсяг торгівлі товарами збільшився на 4,3% до 226 млн. дол. США (2018 р. – 217 млн. дол. США): експорт зріс на 0,2% до 146 млн. дол. США, імпорт збільшився на 13% до 80 млн. дол. США – сальдо позитивне – 65,5 млн. дол. США. Обсяг торгівлі послугами зменшився на 11% до 46 млн. дол. США (2018 р. – 51,5 млн. дол. США): експорт – 22,8 млн. дол. США (зменшився на 33,9%), імпорт – 23,1 млн. дол. США (зріс на 27,7%) – сальдо негативне – «мінус» 0,2 млн. дол. США.

Станом на липень 2019 р., загальний обсяг прямих інвестицій Латвії в економіці України становить 41,5 млн. дол. США (приріст 1,7% – 0,7 млн. дол. США). Загальний обсяг прямих інвестицій з України в економіку Латвії – 72,1 млн. дол. США (від'ємний приріст становить 0,5% – «мінус» 0,4 млн. дол. США). [1]

Станом на 2019 р., 1241 підприємство з українськими інвестиціями зареєстровано в Латвії. Основні сфери капіталовкладень – фінансова діяльність та нерухомість.

Загальний обсяг зовнішньоторговельного обігу між Україною та Латвією у 2018 р. склав 549,7 млн. дол. США. Упродовж вказаного періоду показник приросту обсягів двосторонньої торгівлі склав 18,5%. Вказаний показник засвідчив значне зростання обсягу двосторонньої експортно-імпортної діяльності.

У цілому, зазначені показники вказують на позитивні перспективи розвитку взаємної торгівлі. Наразі прогнозується поступове зростання зовнішньоторговельного обігу між Україною та Латвією за результатами 2019 р. та у середньостроковому періоді, враховуючи існуючу тенденцію до нарощування секторальної взаємодії за результатами 7-го засідання Міжурядової українсько-латвійської комісії з питань економічного, промислового і науково-технічного співробітництва (17 травня 2019 р., м. Рига). [1]

Таким чином, можна визначити, що експортно-імпортні операції з партнерами з Росії не зважаючи на напруженість у взаємовідносинах посідають провідне місце. Другий стратегічний партнер України, це Литва, хочеться відзначити позитивні тенденції в торгівельних відносинах, які збільшилися майже в два рази. Така тенденція говорить про те, що Україна таки змінює зовнішньоторговельний вектор у бік країн пострадянського простору які вже є членами Європейської спільноти.

Список використаних джерел

1. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Латвією [Електронний ресурс] Режим доступу: https://latvia.mfa.gov.ua/ua/ukraine-lv/trade

2. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі [Електронний ресурс] Режим доступу: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1763:ukrajinska-zovnishnya-torgivlya-zmina-vektoru-trivae&catid=8&Itemid=350

3. Держкомстат України [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

References

1. "Trade and economic cooperation between Ukraine and Latvia", ["Torgovel'no-ekonomichne spivrobitnyctvo mizh Ukrai'noju ta Latvijeju"], [electronic resource] available at: https://latvia.mfa.gov.ua/en/ukraine-lv/trade

2. "Questions transformation of Ukrainian foreign trade nowadays", ["Pytannja transformacii' ukrai'ns'koi' zovnishn'oi' torgivli na suchasnomu etapi"], [electronic resource] available at: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1763:ukrajinska-zovnishnya-torgivlya-zmina-vektoru-trivae&catid=8&Itemid=350

3. "The State Statistics Committee of Ukraine", ["Derzhkomstat Ukrai'ny"], [electronic resource] available at: http://www.ukrstat.gov.ua/

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/f1e7adde03064e6b912429e776fd3ba2

УДК: 331.108

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

http://orcid.org/0000-0001-6798-425X

Швець Галина Олексіївна, к.філол.н., доцент кафедри економічної теорії та підприємництва, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, e-mail: shvetsvip28@gmail.com

Galyna Shvets, Candidate of Philology, Associate Professor of Economic Theory and Entrepreneurship, State Higher Educational Istablishment «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol, e-mail: shvetsvip28@gmail.com

G. Shvets, Modern tendencies of development of HR-management at domestic enterprises.

The necessity of development of HR-management in modern domestic enterprises is analyzed in the article. The difference between HR management and HR department is noted. Perspective practices in HR management within the framework of crisis management according to HR management are identified, for example: formation of a strong HR brand as a manifestation of the specificity of personnel and PR policies; application of social networks in recruitment; formation of the competencies of HR manager as a strategic business partner and more. The basic personal qualities required for a present-day HR-manager are given, namely: high moral standards; physical and mental health; internal and external culture, justice, honesty, responsiveness, optimism, care, benevolence. The main requirements for the personal qualities of the HR manager are presented and characterized, such as: honest work and job satisfaction; establishing strong and favorable relationships with employees. The complex of functions to be performed by a specialist in HR-management is revealed, namely: investigation of the labor market tendencies, keeping the company manager informed about the personnel situation in the market, monitoring the average level of salaries by the target industry and profession; analysis of work performed in the field of activity and preparation of reporting documents; development of local normative acts, regulations, instructions aimed at the description, systematization and clear regulation of the personnel management processes of the organization; creation of a multifunctional system of work motivation, etc. The list of HR indicators in such areas as: organizational efficiency, bonuses and privileges, efficiency of recruiting and adaptation of personnel, training and personnel development are given and the requirements for HR indicators are defined and described. The most probable trends that will be characteristic of changes in HR management are considered, namely. It is predicted that : the internal HR system will decrease and outsourcing will increase; strategic thinking will become a core internal competence of HR; the pendulum is likely to be directed towards a specialist (the general management will disappear); HR will look more like marketing.

Швець Г.О. Сучасні тенденції розвитку HR-менеджменту на вітчизняних підприємствах

В статті проаналізовано необхідність розвитку HR-менеджменту на сучасних вітчизняних підприємствах. Зазначено різницю між HR менеджментом та відділом кадрів. Визначено перспективні практики у роботі з кадрами в рамках антикризового управління відповідно до HR-менеджменту, наприклад: формування міцного HR-бренду як прояв специфіки кадрової та PR-політик; використання соціальних мереж у підборі персоналу; формування компетенцій HR-менеджера як стратегічного бізнес-партнера та інше. Наведено основні особистісні якості людини, необхідні сучасному HR-менеджеру, а саме: високі моральні стандарти; фізичне та психічне здоров'я; внутрішня і зовнішня культура, справедливість, чесність, чуйність, оптимізм, дбайливість, доброзичливість. Представлено та охарактеризовано головні вимоги до особистих якостей HR-менеджера, такі як: сумлінна праця та задоволення своєю роботою; встановлення міцних і сприятливих відносин із працівниками. Розкрито комплекс функцій, які повинен виконувати фахівець з HR-менеджменту, а саме: вивчення тенденцій ринку праці, інформування керівника компанії про кадрову ситуацію на ринку, моніторинг середнього рівня заробітної плати по цільовій галузі та професії; аналіз виконаної роботи за напрямом діяльності та складання звітної документації; розробка локальних нормативних актів, положень, інструкцій спрямованих на опис, систематизацію та чітку регламентацію процесів управління персоналом організації; створення мультифункціональної системи мотивації праці, тощо. Наведено та охарактеризовано перелік HR-показників за такими напрямками як: організаційна ефективність, преміювання та пільги, ефективність рекрутингу та адаптації персоналу, навчання та розвиток персоналу, а також визначено вимоги до HR-показників. Розглянуто найбільш ймовірні тенденції, які будуть властиві змінам у HR-

© ***G. Shvets / Швець Г.О., 2019***

менеджменті, а саме: внутрішня система HR буде зменшуватися, а аутсорсинг – збільшуватися; стратегічне мислення стане основною внутрішньою компетенцією HR; маятник спрямований на фахівця (зникне генеральне управління); HR буде більше схожий на маркетинг.

Швец Г.А. Современные тенденции развития HR-менеджмента на отечественных предприятиях.

В статье проанализирована необходимость развития HR-менеджмента на современных отечественных предприятиях. Указана разница между HR-менеджментом и отделом кадров. Определены перспективные практики в работе с кадрами в рамках антикризисного управления в соответствии с HR-менеджментом, например: формирование прочного HR-бренда как проявление специфики кадровой и PR-политик; использования социальных сетей в подборе персонала; формирование компетенций HR менеджера как стратегического бизнес партнера и прочее. Приведены основные личностные качества человека, необходимые современному HR-менеджеру, а именно: высокие моральные стандарты; физическое и психическое здоровье; внутренняя и внешняя культура, справедливость, честность, отзывчивость, оптимизм, заботливость, доброжелательность. Представлены и охарактеризованы главные требования к личным качествам HR-менеджера, такие как: добросовестный труд и удовлетворение своей работой; установление прочных и благоприятных отношений с работниками. Раскрыт комплекс функций, которые должен выполнять специалист по HR-менеджменту, а именно: изучение тенденций рынка труда, информирование руководителя компании о кадровой ситуации на рынке, мониторинг среднего уровня заработной платы по целевой отрасли и профессии; анализ проделанной работы по направлению деятельности и составления отчетной документации; разработка локальных нормативных актов, положений, инструкций направленных на описание, систематизацию и четкую регламентацию процессов управления персоналом; создание мультифункциональной системы мотивации труда и тому подобное. Приведен и охарактеризован перечень HR-показателей по таким направлениям как: организационная эффективность, премирование и льготы, эффективность рекрутинга и адаптации персонала, обучение и развитие персонала, а также определены требования к HR-показателям. Рассмотрены наиболее вероятные тенденции, которые будут присущи изменениям в HR-менеджменте, а именно: внутренняя система HR будет уменьшаться, а аутсорсинг - увеличиваться; стратегическое мышление станет основной внутренней компетенцией HR; маятник направлен на специалиста (исчезнет генеральное управление) HR будет больше похож на маркетинг.

Постановка проблеми. Сучасні умови розвитку та функціонування вітчизняних підприємств відбувається в умовах жорсткої конкуренції та невизначеності. Тому все частіше виникає потреба у розробці програм та заходів щодо стратегічного удосконалення діяльності підприємства. Тому постає питання щодо ефективного управління не тільки матеріальними активами підприємства, але й управління персоналом. Складна економічна ситуація в країні призводить до трудової кризи, зокрема до нестачі кваліфікованих фахівців у багатьох галузях функціонування вітчизняних підприємств. Ця ситуація у першу чергу відбувається за рахунок значної трудової міграції українців за кордон. Таким чином, керівництво підприємств намагається сформувати більш ефективні механізми управління персоналом, заохочуючи до співпраці фахівців у сфері HR-менеджменту.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Сьогодні все більше з'являється наукових напрацювань вчених у галузі HR-менеджменту. Серед науковців, які розглядають проблематику даного питання є: Н.С. Макарова [1], Ю.О. Терлецька [2], С.М. Хмелевський [3], Л.Л. Бунтовска [4], В.О. Москаленко [5], О.І. Іляш [6].

Виокремлення невирішених проблем. Сучасні науковці приділяють значну увагу вивченню загальних основ управління персоналом, яке розглядається переважно через функціонування таких структурних підрозділів як відділу кадрів. Однак, сьогодні все більше виникає необхідність розвитку такого елементу управління як HR-менеджменту, який не є відокремленим структурним підрозділом підприємства, а є невід'ємним елементом управління наряду з фінансовим управлінням, маркетинговим, виробничим тощо. Тому для ефективного використання інструментарію HR-менеджменту, виникає потреба у більш детальному вивчення даного питання.

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку HR-менеджменту на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи складні соціально-економічні умови функціонування підприємств, керівництво намагається розробляти та впроваджувати

загальну антикризову політику. Окремим її елементом сьогодні є антикризова HR-політика, яка потребує наявність висококваліфікованих HR-менеджерів.

Маркова Н.С. у своїй науковій роботі «Реалізація антикризової політики в межах існуючої системи HR-менеджменту підприємства», зазначає, що антикризова HR-політика може бути направлена як на запобігання негараздам у різних сферах роботи підприємства, так і на діяльність в умовах кризи, коли необхідно вивести його з цього стану, забезпечити стале докризове функціонування або здійснити ребрендінг як засіб перепрофілювання бізнес діяльності на стадії оновлення в межах життєвого циклу підприємства. У цьому контексті Терлецька Ю.О. та Іванюк В.В. визначають, що управління в умовах кризи потребує особливих підходів, соціальних знань, досвіду, мистецтва. Антикризовий менеджмент — це керований процес недопущення або подолання кризи, що відповідає цілям підприємства та об'єктивним тенденціями його розвитку [1, 2].

Слідуючи теоретично-методичним аспектам та практичним питанням проактивного HR- менеджменту, до перспективних практик у роботі з кадрами в рамках антикризового управління слід віднести [1]:

— формування міцного HR-бренду як прояв специфіки кадрової та PR-політик, що побудований на широкому використанні соціальних мереж для створення поля внутрішніх (персонал) та зовнішніх клієнтів;

— використання соціальних мереж у підборі персоналу, особливо високої кваліфікації та за рідкими професіями;

— формування компетенцій HR-менеджера як стратегічного бізнес-партнера, метою діяльності якого виступає практична реалізація стратегічних цілей підприємства, тобто він виступає в якості буфера між топ-менеджерами та виконавцями;

— застосування практики аутплейсменту персоналу як способу "м'якого" вивільнення та збереження позитивного іміджу роботодавця;

— введення посади антикризового менеджера, до функцій якого входить здійснення моніторингу всіх сфер діяльності підприємства і при перших сигналах доведення їх сутності до відома топ-менеджерів, а також пропонувати заходи з уникнення негативних ситуацій;

— розробка принципів та підходів до складання HR-бюджету в умовах жорсткої економії та його практичне впровадження з максимально можливим дотриманням виконання строків і використання коштів;

— формування такої інформаційної політики, за якої підтримується позитвний морально-психологічний клімат у колективі при вивільненні більшої частини персоналу, а діяльність тих, хто залишається, не направлена на пошук нової роботи, адже їх зусилля необхідно направити на виведення підприємства з кризи;

— підвищення якості управлінських рішень завдяки командній роботі, роботі в проектах. Метод підтримки інновацій та ініціатив дозволяє винайти нестандартні шляхи виходу підприємства з кризи;

— чітка структуризація преміальної системи, не виплата премії у разі невиконання планів.

Отже, бачимо актуальність та необхідність розвитку HR-менеджменту на підприємстві. Можна стверджувати, що необхідність у таких фахівцях є не тільки на підприємствах вже з існуючої кризою, але й на будь-яких інших підприємствах щоб мінімізувати ризики виникнення антикризових явищ. Тому розглянемо більш детально функціонал та особливості фахівця з HR-менеджменту.

Людські якості менеджера є основоположними. Вони формуються в процесі роботи на основі особистих якостей людини-менеджера, цінностей, принципів і норм, прийнятих на підприємстві, а також придбаних у процесі спеціальної підготовки. За допомогою наукової праці Хмелевського С.М. «Основні характеристики та необхідні вимоги до професії HR-менеджера» визначимо, які основні особистісні якості людини необхідні сучасному HR-менеджеру (рис. 1) [3].

Рис. 1 Особистісні якості людини, необхідні сучасному HR-менеджеру.

Сучасний HR-менеджер повинен мати знання у сфері психології, управління, економіки, права. Він повинен розуміти специфіку діяльності різних підприємств та динаміку функціонування ринку праці. У таблиці 1 наведемо головні вимоги до особистих якостей HR-менеджера.

Таблиця 1

Головні вимоги до особистих якостей HR-менеджера [3]

№	Ефективне управління	Отриманий результат (переваги порівняно з конкурентами)
1	Сумлінна праця та задоволення своєю роботою	Персонал більш схильний до високоякісної продуктивної праці та робить істотний внесок у розвиток підприємства
2	Встановлення міцних і сприятливих відносин із працівниками і сприяння отриманню ними акцій компанії	Залучення зовнішніх інвесторів, що, своєю чергою, полегшує компанії отримати додаткові фінансові кошти
3	Наявність загальної системи цінностей, яку підтримує персонал і керівництво компанії на всіх рівнях	Розроблення довгострокових планів і стратегій
4	Ефективне використання ресурсів	Економія коштів
5	У компанії повинна превалювати організаційна культура	Підтримка високої якості
6	Зміни повинні впроваджуватися з найменшими збоями і порушеннями робочого ритму підприємства	Зменшення витрат робочого часу
7	Залучення нових методів управління персоналом	Підтримка високої конкурентоспроможності

Враховуючи багатогранність особистісних якостей HR-менеджера, багато науковців досліджують у своїх працях актуальне питання функціональної складової HR-менеджменту. Так Бунтовска Л.Л. [4] у своїй праці «Нові напрямки діяльності служб персоналу в умовах конкурентної економіки» зазначає, що сьогодні на вітчизняних підприємствах сформовано комплекс функцій, які повинен виконувати даний фахівець, а саме:

– заходи по роботі з керівниками, які очолюють структурні підрозділи організації, а так само з керівниками рекрутингових компаній, рекламних і кадрових агентств;

– вивчення тенденцій ринку праці, інформування керівника компанії про кадрову ситуацію на ринку, моніторинг середнього рівня заробітної плати по цільовій галузі та професії;

– моніторинг динаміки зміни середніх заробітних плат по галузях і професіях;

– здійснення оперативного (цільового) пошуку і підбору персоналу (в тому числі, супровід відбору кандидатів за компетенціями). Створення планів в кадрах на найближчу (тактичну, оперативну) і більш (далеку) стратегічну перспективу. Створення, ведення та подальше управління резервом кадрів;

– аналіз виконаної роботи за напрямом діяльності та складання звітної документації;

– розробка локальних нормативних актів, положень, інструкцій спрямованих на опис, систематизацію та чітку регламентацію процесів управління персоналом організації;

– створення мультифункціональної системи мотивації праці;

– створення правил корпоративної культури, їх підтримка і розвиток: заходи з формування згуртованого колективу однодумців. В ідеалі, вмотивованої і успішної команди (як міжособистісні, так і групові взаємини, психологічний клімат, орієнтованість на кінцеву мету, командна і особиста зацікавленість результатом праці);

– планування і проведення робіт по організації професійної та психологічної адаптації новоприбулих спеціалістів, навчання за відповідними компетенціями; проведення оцінки та атестації співробітників, психологічна допомога при необхідності регулювання взаємовідносин різних рівнів;

– розробка і подальше впровадження ефективних методів управління персоналом: допомога при вирішенні конфліктів, роботи щодо попередження впливу стресових ситуацій;

участь у створенні комфортних умов праці; створення і ведення схем роботи з співробітниками, які прийняли рішення звільнитися;

– внутрішнє і зовнішнє навчання персоналу. Створення корпоративних навчальних програм для різних категорій фахівців; визначення потреби в зовнішньому навчанні (необхідність перепідготовки або підвищення кваліфікації, відвідування семінарів і тренінгів);

– консультування в галузі управління людськими ресурсами для керівників усіх підрозділів та рангів, ведення звітності [4].

Для успішної реалізації повного спектру функціональних завдань, які стоять перед HR-менеджером необхідно використовувати показники, які характеризуватимуть основні HR-процеси на підприємстві. Ці показники виступають наочним інструментом для менеджера даної кваліфікації та дозволяють розробити механізми подальших дій та програми реалізація яких дозволить ефективно управлять працівниками на підприємстві. Перелік HR-показників представлено у таблиці 2.

Відповідно до переліку HR-показників, Москаленко В.О. [5] зауважує, що для отримання позитивного ефекту від впровадження HR-показників, потрібно, щоб вони відповідали наступним вимогам:

— мали відношення до бізнесу в цілому (не тільки до HR -функції);

— ґрунтувалися на загальноприйнятих і зрозумілих для менеджерів показниках;

— складалися як із кількісних, так із якісних показників;

— не тільки фіксували результати, але й виявляли причини та наслідки;

— ранжувались за пріоритетністю;

— відкрито поширювалися усередині підприємства;

— дозволяли порівняння з аналогічними показниками інших організацій;

— допомагали менеджерам впливати на поведінку співробітників та спрямовувати їх на необхідні позитивні зміни;

— для збору даних використовувалися послідовні й зрозумілі методи;

— дозволяли зібрати дійсно корисну для прийняття рішень інформацію (якщо стає ясно, що показник "не працює", краще його вчасно виключити, щоб не проводити додаткових розрахунків й аналізу).

Таблиця 2

Перелік HR-показників [5]

Напрямок	Назва показника	Особливості застосування
Організаційна ефективність	Виручка на одного штатного працівника	Демонструє величину виручки на одного штатного працівника, дозволяючи при цьому в динаміці оцінити питоме екстенсивне зростання підприємства
	Показник прибутку від інвестування у людський капітал	Зазначає ефективність коштів, вкладених у персонал
	Відсоток ТОП - менеджерів від загальної кількості співробітників	Використовується для аналізу ефективності організаційної структури
	Норма управління	Використовується для аналізу ефективності організаційної структури (недопустимо відношення 1:1)
	Відсоток робітників від загальної кількості працівників	Використовується для аналізу ефективності організаційної структури з урахуванням галузевої специфіки
Преміювання та пільги	Середня сума винагород на одного співробітника	Демонструє середнє значення винагород на одного співробітника в рік
	Відношення найбільш високого рівня заробітної плати до більш низького	Вказує на величину диференціації в системі оплати праці підприємства
	Відношення пільг до премій	Демонструє частку затрат на пільги в затратах на загальну суму винагород (премій)
Ефективність рекрутингу та адаптації персоналу	Відсоток внутрішнього найму до загальної кількості найманих працівників	Вказує, яку частку вакансій підприємство закриває за рахунок своїх працівників (рівень розвитку кадрового резерву)
	Вартість зовнішнього найму одного працівника	Демонструє динаміку вартості зовнішнього найму
	Відношення бюджету на рекрутинг до виручки підприємства	Демонструє, яка частка виручки підприємства складає рекрутинг
	Середня кількість кандидатів на одну посаду	Свідчить про масштаб обрання кандидатів при наявності вакансії (може відрізнятися в залежності від посади)
Навчання та розвиток персоналу	Відсоток співробітників, які пройшли навчання в звітному періоді до загальної кількості працівників, які пройшли навчання	Демонструє відсоток співробітників, які пройшли навчання у звітному періоді
	Відсоток затрат на тренінги від загального HR-бюджету	Демонструє частку затрат на навчання в загальному бюджеті з персоналу
	Відсоток тренінгів доступних on-line режимі до загальної кількості навчальних програм	Свідчить про доступність, економічність та гнучкість існуючих навчальних програм

Отже, враховуючи велике значення розвитку HR-менеджменту для сучасних підприємств, нижче розглянемо декілька найбільш ймовірних тенденцій, які будуть властиві змінам у HR-менеджменті найближчим часом. Ці тенденції більш детально розглянуті у науковій праці Іляша О.І. «Майбутнє HR менеджменту: тенденції, ризики, мотивація» [6].

1. Внутрішня система HR буде зменшуватися, а аутсорсинг - збільшуватися. Так, промисловий аналітик Брайан Соммер, засновник TechVentive, заявляє, що перехід до менших відділів кадрів буде викликаний новими технологіями та збільшенням участі працівників у процесах управління персоналом: «значна кількість підприємств намагатимуться отримати більше можливостей завдяки кращим технологіям,та самообслуговуванню». Елізабет Брашеарс, директор компанії Human Capital Consulting в

HR TriNet, а також Баррі Холл та Стів Коко з Buck Consultants, вважають, що вплив адміністрації зникне внаслідок посилення регулювання та глобалізації робочої сили. Експерти в Buck Consultants зазначають, що сервісні компанії використовуючи моделі "вигоди-в-коробці", запропонують організаціям економічно ефективні комплексні програми охорони здоров'я та добробуту, благополуччя та виходу на пенсію працівників. Разом з тим, внутрішня функція HR департаментів залишатиметься.

2. Стратегічне мислення стане основною внутрішньою компетенцією HR. Так, роль цієї стратегії не може бути передана стороннім організаціям. Прессер, стверджує, що "стратегічне планування вимагає власного досвіду". Фактично, Brashears прогнозує тенденцію до посилення стратегічної HR-функції та стимулювання створення нових посад. У той же час, професіонали з управління персоналом, очевидно, перейдуть у бізнес-професіоналів HR, які не лише розуміють наслідки HR, але здатні управляти бізнес-операціями та формувати стратегію розвитку бізнесу.

3. Маятник спрямований на фахівця (зникне генеральне управління). Тобто "ТОП менеджмент, у тій ролі, до якої ми звикли, зникне", відтак, виникатимуть спеціалізовані ролі фахівців.

4. HR все більше використовуватиме аналітику та великі дані, щоб збільшити свою цінність для компанії. Хоча HR вже використовує певні показники, такі як, наприклад, коефіцієнт оборотності та рівні взаємодії працівників. Також можна сподіватися на появу нових показників, в HR-оцінці, серед яких середній термін підготовки персоналу для просування або відсоток висококваліфікованих кандидатів, яких потрібно найняти.

5. Дистанційне управління віддаленою робочою силою стане новою нормою. Працювати віддалено - з дому, з кафе або звідки завгодно, де є Wi-Fi - це зростаюча тенденція у США. Так, за останні два десятиліття кількість співробітників, які хоча б частково працювали дистанційно, збільшилася у чотири рази і становила 37 %. Окрім того, HR департаментам все частіше доведеться вирішувати проблему управління віддаленою робочою силою та використовувати працівників найбільш продуктивно та ефективно поза межами робочого місця.

6. HR буде більше схожий на маркетинг. Так, експерти компанії Buck Consultants стверджують, що HR-менеджмент має на меті розвивати внутрішній маркетинг, включаючи координацію соціального маркетингу та власність бренду, тобто купівлю “талантів у бренд – компанії”.

7. Гнучкість. В усіх аспектах діяльності гнучкість - важлива якість для компанії в 2018 році. Саме тому, більшість компаній починає впроваджувати Agile, створювати інноваційні осередки цифронізації управління людськими ресурсами та забезпечити більшу гнучкість і швидкість прийняття рішень.

8. Співробітники майбутнього. Зауважимо, що у багатьох випадках штучний інтелект здатний замінити людей в повторюваних завданнях, у той же час інтелектуальна аналітика замінює певні рівні управління і впливає на прийняття рішень. Відтак, компанії повинні забезпечити ідентифікацію персоналу та визначити для них найкращий спосіб зайнятості.

9. Зміщення фокусу управління з автоматизації на продуктивність. Загальновідомо, що протягом десятиліть компанії намагалися автоматизувати такі HR-процеси, як: розрахунок заробітної плати, облік та аудит персоналу, навчання, відбір резюме, проведення співбесід, підбір та оцінка персоналу. В сучасних умовах компанія, яка хоче бути успішною, повинна збільшити продуктивність використання працівників. В епоху Agile і становлення командно-центричних структур, професійного вигорання, разфокусування, значної кількості зобов'язань, неконтрольованого потоку повідомлень з електронної пошти та месенджерів важливо підібрати HR-рішення, яке підвищить продуктивність роботи персоналу і допоможе налагодити внутрішню комунікацію.

Висновки: Таким чином, HR-менеджмент сьогодні відіграє провідну роль у системі управління підприємством. Наряду з фінансовим, виробничим, маркетинговим та

іншими елементами управління HR-менеджмент є невід'ємним елементом у системі стратегічного управління підприємством. Тому фахівці даної сфери повинні бути високо кваліфіковані та обізнані не тільки у галузі управління персоналом, але й розуміти загальні вимоги до успішного функціонування підприємства в цілому. В свою чергу, постійний моніторинг показників HR-менеджменту дозволить удосконалити процеси управління персоналом на підприємстві та запобігти виникнення критичних ситуацій пов'язаних з неефективним використанням персоналу.

Список використаних джерел:

1. Маркова Н.С. Реалізація антикризової HR-політики в межах існуючої системи HR-менеджменту підприємства / Н.С. Маркова, О.В. Ярмак // Економіка та держава, 2013. - № 5. – С. 41 – 43.
2. Терлецька Ю.О. Антикризовий менеджмент: вимоги до системи, механізму і процесу управління / Ю.О. Терлецька, В.В. Іванюк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. — Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2010. — Вип. II (38). Економічні науки — С. 181—188.
3. Хмелевський С.М. Основні характеристики та необхідні вимоги до професії HR-менеджера / С.М. Хмелевський, О.Г. Веремієнко // Глобальні та національні проблеми економіки, 2017. - № 20. – С. 626-631.
4. Бунтовска Л.Л. Нові напрямки діяльності служб персоналу в умовах конкурентної економіки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3501/1/175%20–%20186.pdf
5. Москаленко В.О. HR-показники — інструмент вдосконалення системи оцінки персоналом / В.О. Москаленко // Економіка АПК, 2010. - № 19. – С. 45-47.
6 Іляш О.І. . Майбутнє HR менеджменту: тенденції, ризики, мотивація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6575

References:

1. Markova N.S. Realizatsiya antykryzovoyi HR-polityky v mezhakh isnuyuchoyi systemy HR-menedzhmentu pidpryyemstva / N.S. Markova, O.V. Yarmak // Ekonomika ta derzhava, 2013. - № 5. – S. 41 – 43.
2. Terlets'ka YU.O. Antykryzovyy menedzhment: vymohy do systemy, mekhanizmu i protsesu upravlinnya / YU.O. Terlets'ka, V.V. Ivanyuk // Visnyk Chernivets'koho torhovel'no ekonomichnoho instytutu. — Chernivtsi: CHTEI KNTEU, 2010. — Vyp. II (38). Ekonomichni nauky — S. 181—188.
3. Khmelevs'kyy S.M. Osnovni kharakterystyky ta neobkhidni vymohy do profesiyi HR-menedzhera / S.M. Khmelevs'kyy, O.H. Veremiyenko // Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky, 2017. - № 20. – S. 626-631.
4. Buntovska L.L. Novi napryamky diyal'nosti sluzhb personalu v umovakh konkurentnoyi ekonomiky. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: URL: http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3501/1/175%20–%20186.pdf
5. Moskalenko V.O. HR-pokaznyky — instrument vdoskonalennya systemy otsinky personalom / V.O. Moskalenko // Ekonomika APK, 2010. - № 19. – S. 45-47.
6 Ilyash O.I. . Maybutnye HR menedzhmentu: tendentsiyi, ryzyky, motyvatsiya [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6575

Key words: *HR-management, personnel management, crisis management, HR department, HR-indicators.*
Ключові слова: *HR-менеджмент, управління персоналом, антикризове управління, відділ кадрів, HR-показники.*
Ключевые слова: *HR-менеджмент, управление персоналом, антикризисное управление, отдел кадров, HR-показатели.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*
Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/6d31491579624555b273f02de0353397

УДК 339.138

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Сагірова Аліна Спартаківна, доцент кафедри туризму, к.е.н, доцент, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, email: acc007@i.ua, тел: +380979260203

Alina Sahirova, Associate Professor of Tourism, Ph.D., Associate Professor, State Higher Educational Istablishment «PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY»,Mariupol, e-mail: acc007@i.ua, тел: +380979260203

A.Sahirova, The corporate identity of the hotel business in the tourism marketing system.

The article is of a survey nature. The hotel business is considered one of the most noble, but also time-consuming and requiring huge investments. Globalization of the world economy, increased international competition occur as a result of the rapid pace of scientific and technological progress, the intensification of innovative processes. New conditions require new approaches to the organization of the hotel industry. The article emphasizes the importance of corporate identity as an important tool in the marketing activities of a hotel company. The corporate identity provides the formation of perception of specific attributes of the image, plays a decisive role in the interaction of the company with partners, employees, suppliers, shareholders and customers. The more attractive the image of a hotel company, the more opportunities the hotel management will discover. A positive image means recognition, leading market positions, and high economic results. Therefore, the creation of a successful corporate identity of a hotel company is one of the ways to declare their competitive advantages, as well as increase attractiveness among target groups of the population in the tourism market.

The article also indicates the functional aspects of the corporate identity, considers its main components and their specifics. The basic rules and stages of forming the corporate identity of a hotel enterprise are presented. The advantages of using corporate identity in the hotel business are highlighted.

Сагірова А.С. Фірмовий стиль готельного бізнесу в системі туристичного маркетингу.

Стаття має оглядовій характер. Готельний бізнес вважається одним з найблагородніших, але також трудомістких, який вимагає величезних капіталовкладень. Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції відбуваються в результаті стрімких темпів науково-технічного прогресу, активізації інноваційних процесів, вимагають нових підходів до організації готельного господарства. У статті підкреслено значення фірмового стилю, як важливого інструменту маркетингової діяльності готельного підприємства. Фірмовий стиль забезпечує формування сприйняття конкретних атрибутів іміджу, відіграє визначальну роль у взаємодії компанії з партнерами, співробітниками, постачальниками, акціонерами і клієнтами. Чим привабливіший образ готельного підприємства, тим більше можливостей відкриває для себе керівництво готелю, розробляючи стратегію його розвитку. Позитивний імідж, це і визнання, і лідируючі ринкові позиції, і високі економічні результати. Тому, створення успішного фірмового стилю готельного підприємства є одним із способів заявити про свої конкурентні переваги, а також підвищити привабливість серед цільових груп населення на туристичному ринку.

У статті, також, вказані функціональні аспекти фірмового стилю, розглянуто його основні компоненти та їх специфіка. Представлені основні правила і етапи формування фірмового стилю готельного підприємства. Підкреслено переваги використання фірмового стилю в готельному бізнесі.

Сагирова А.С. Фирменный стиль гостиничного бизнеса в системе туристического маркетинга.

Статья имеет обзорной характер. Гостиничный бизнес считается одним из самых благородных, но также трудоемких и требующих огромных капиталовложений. Глобализация мировой экономики, увеличение международной конкуренции происходят в результате стремительных темпов научно-технического прогресса, активизации инновационных процессов и требуют новых подходов к организации гостиничного хозяйства. В статье подчеркнуто значение фирменного стиля, как важного инструмента маркетинговой деятельности гостиничного предприятия. Фирменный стиль обеспечивает формирование восприятия конкретных атрибутов имиджа, играет определяющую роль во взаимодействии компании с партнерами, сотрудниками, поставщиками, акционерами и клиентами. Чем привлекательнее образ гостиничного предприятия, тем больше возможностей открывает для себя руководство отеля, разрабатывая стратегию его развития. Положительный имидж, это и признание, и лидирующие рыночные позиции, и высокие экономические результаты. Поэтому, создание успешного фирменного стиля

© ***A.Sahirova / Сагірова А.С., 2019***

гостиничного предприятия является одним из способов заявить о своих конкурентных преимуществах, а также повысить привлекательность среди целевых групп населения на туристическом рынке.

В статье, также, показаны функциональные аспекты фирменного стиля, рассмотрены его основные компоненты и их специфика. Представлены основные правила и этапы формирования фирменного стиля отельного предприятия. Подчеркнуты преимущества использования фирменного стиля в гостиничном бизнесе.

Постанова проблеми. Один з напрямків маркетингової політики будь-якого підприємства - це формування необхідного враження у споживачів. Так, для конкурентоспроможного готельного підприємства необхідна належна візуальна, якісна складова, яка буде підкреслювати унікальність готелю і виділяти її серед інших на туристичному ринку. Ця унікальність досягається в процесі розробки і впровадження фірмового стилю компанії на всіх рівнях її взаємодії із зовнішнім середовищем і допомагає підприємству вижити і зміцнити свої позиції в конкурентному середовищі.

Фірмовий стиль будь-якої компанії - це візуальна, емоційна і комунікативна ідентичність. Тобто база, яка буде позиціонувати свій імідж в сфері туризму. Тому важливо враховувати не тільки естетику готелю, але і всі нематеріальні особливості бренду[1].

Фірмовий стиль забезпечує формування сприйняття конкретних атрибутів іміджу, відіграє визначальну роль у взаємодії компанії з партнерами, співробітниками, постачальниками, акціонерами і клієнтами. Чим привабливіший образ готельного підприємства, тим більше можливостей відкриває для себе керівництво готелем, розробляючи стратегію його розвитку. Однак, потреби туристів по всьому світу динамічне змінюються і необхідність задовольняти їхні вимоги істотно ускладнюють конкурентну боротьбу в готельному бізнесі.

Якщо раніше маркетинг був наукою про просування товарів від виробника до споживача по певних каналах дистрибуції, то зараз ми його сприймаємо як науку про передчуття майбутнього бажання клієнта. Сьогодні необхідно вміти дуже швидко передбачати стрімко змінювані бажання споживачів і також стрімко (це дуже важливо) змінювати послуги компанії, щоб відповідати цьому бажанню. «Світ змінюється з неймовірною швидкістю. І в таких умовах ти не можеш просто завершити роботу над продуктом, сказати: ось, він готовий, а далі п'ять-сім років думати, як би його прорекламувати. «Вага» змін в успіху продукту досягає 90%» [2].

Тому аналізом процесу розробки і впровадження фірмового стилю компанії займаються в своїх дослідженнях багато зарубіжних і вітчизняних вчених.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Дослідженнями маркетингових концепцій і прийомів підвищення конкурентоспроможності підприємства розвивали у своїх працях такі вчені: серед вітчизняних дослідників можна виділити *Агафонову Л.Г., Агафонову О.Є. [3],* Білу С. [4, 5.], Кардаша В., Балабанову Л. та інших. Серед зарубіжних вчених заслуговують на увагу роботи *Райс Е., Траут Дж. [6],* Голубкова Е., Єгорової І., Рибальченка І., Варламової А. та інших. Проте, актуальними залишаються питання щодо визначення ролі фірмового стилю у забезпеченні конкурентоспроможності готельного підприємства.

Виділення невирішеної проблеми.

Кожен вид бізнесу має свої основні специфічні «інформаційні носії», які формують стиль та імідж компанії, відрізняють її від інших учасників ринку. Наприклад, у компаній, що виробляють продукти харчування, це упаковка; у фінансових корпорацій — ділова документація; в готельне-ресторанному бізнесі — оформлення фасаду будівлі, елементів інтер’єру, меню, запрошення та ін.[7].

Впродовж останнього десятиріччя, важливим інструментом конкурентної боротьби на ринку готельних послуг є використання фірмового стилю. Сьогодні в Україні вагоме значення фірмового стилю, як основної складової іміджу компанії, часто усвідомлюють тільки готелі високого рівня (категорії 4-5 зірок). Слід зазначити, що найпоширенішою

категорією в нашій країні є тризіркові готелі, і саме для них, розробка фірмового стилю найбільш затребувана. Основним завданням розробників, є створення настільки неповторного і незабутнього фірмового стилю, який би не тільки виділив готель серед фірм-конкурентів, а й досяг головної мети - формування сприятливого іміджу компанії. Позитивний імідж, це і визнання, і лідируючі ринкові позиції, і високі економічні результати.

Розробка фірмового стилю - процес досить складний, що вимагає колосальної обсягу знань у багатьох областях. На підставі досліджень рекламістів, психологів, каліграфів та інших фахівців створюються елементи фірмового стилю і всі вони зводяться до того, щоб ефективно впливати на споживача, викликати у нього позитивні емоції по відношенню до компанії, а постійних клієнтів розташувати до даного готельного підприємству. Найчастіше, псує загальну картину уявлення про готелях непрофесійно підібрані елементи фірмового стилю. Тому, дійсно продуманий, обґрунтований, підкріплений необхідними знаннями фірмовий стиль готелю, є важливою складовою для успішної роботи як на внутрішньому ринку, так і на міжнародній арені.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування теоретичних основ фірмового стилю готельного бізнесу, як базової складової в системі туристичного маркетингу. Визначення основних правил і етапів формування фірмового стилю готельного підприємства. Розглянути переваги використання фірмового стилю готельного бізнесу на ринку туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу. Готельний бізнес вважається одним з найблагородніших, але також трудомістким і вимагає величезних капіталовкладень. Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції, які відбуваються в результаті стрімких темпів науково-технічного прогресу, активізації інновацій них процесів, вимагають нових підходів до організації готельного господарства. Справжні профі готельної індустрії не просто надають ліжко-місце на площі в кілька квадратних метрів, а мають в своєму розпорядженні значний спектр варіацій апартаментів на будь-який гаманець і смак, а також неповторну атмосферу. Готельні площі, крім основної функції, стають центром проведення різноманітних адміністративних і культурно-масових заходів. Щоб вижити в конкурентній боротьбі і стати зірками світового масштабу, готельним підприємствам необхідно пройти непростий шлях, набратися сил і досвіду, вибрати правильні стратегічні пріоритети і зробити прорив на наступний рівень. Базовим елементом маркетингової стратегії готельного підприємства є розробка фірмового стилю. Фірмовий стиль допомагає введенню на ринок нових товарів і послуг. Товарний знак і інші компоненти фірмового стилю будь-якого підприємства, яке вже завоювало визнання своїх товарів і послуг на ринку у споживача, є гарантією якості нових пропозицій цієї компанії.

Фірмовий стиль - це сукупність колірних, графічних, словесних, пластичних, друкарських, дизайнерських постійних елементів (констант фірмового стилю), що забезпечують візуальну і смислову єдність товарів (послуг), всієї інформації, що виходить від компанії, її внутрішнього та зовнішнього оформлення [8].

Компоненти фірмового стилю допомагають споживачеві орієнтуватися в потоці інформації, відрізнити продукцію і послуги компанії від інших, викликати у нього підсвідоме позитивне ставлення до компанії, яка подбала про нього, заощадила йому час і полегшила процес вибору, а також дозволяють протиставляти свої послуги, товари і діяльність товарам і діяльності конкурентів. А саме, упаковка, етикетки, зовнішня реклама (плакати, рекламні щити, електронне табло, "рядок, що біжить"), реклама на транспорті (на кузовах, всередині салонів автобусів і тролейбусів, вагонів метро і ін.), Поліграфічна і сувенірна продукція (буклети, конверти, календарі, брелоки, візитниці, блокноти, органайзери), поштові відправлення (листівки, листи, ділові пропозиції передбачуваному споживачеві), реклама в газетах і журналах всі ці види реклами вимагають текстового і графічного оформлення, Елементи діловодства: фірмові бланки, конверти, папки-

реєстратори, записні книжки, блоки паперів для записів. Документи і посвідчення: пропуски, візитні картки, посвідчення співробітників, значки. Елементи службових інтер'єрів: панно (обрамлена частина стіни, стелі, що заповнюється зображенням або орнаментом) на стінах, настінні календарі, наклейки. Інші носії: геральдичні символи, фірмова пакувальний папір, запрошення, зображення на транспортних засобах.

Отже, наявність фірмового стилю свідчить про впевненість його власника в позитивному враженні, яке він справляє на споживача, нагадування покупцеві про ті позитивні емоції, які доставили йому вже раніше куплені товари або придбані послуги даної фірми. Наприклад, практично однозначно позитивна попередня реакція споживача буде на такий бренд, як Hilton Hotels. Це мабуть, одна з найвідоміших мереж, яка часто фігурувала в кінопродукції і стала світовим лейблом. Словосполучення «hotel Hilton» давно стало синонімом комфорту, розкоші і заможного життя. Ця мережа входить до складу великої корпорації Hilton Worldwide і охоплює не тільки готелі, але й курорти в усьому світі. Була заснована в далекому 1925 році, досягла чималих висот і працює на території 114 країн, 5800 готелів по всьому світу [9].

Фірмовий стиль прийнято вивчати, виходячи з декількох функціональних аспектів:

- як дизайн-завдання. Створення і подальша доробка фірмового блоку, а саме, всіляких поєднань логотипу, набору фірмових шрифтів і необхідної текстової інформації.

- як елемент маркетингового комплексу. Створення та підтримка бренду (який передбачає рекламу і PR).

- як елемент менеджменту (корпоративна культура).

Деякі компанії роблять акцент в своєму фірмовому стилі на робочі стандарти, такі як швидкість і якість обслуговування, доброзичливе ставлення до клієнта, підвищені санітарно-гігієнічні характеристики, і прописують дані постулати в готельному статуті. Адже у всіх найбільших компаній в готельному бізнесі (Hilton, Marriott, Holiday Inn) є свої розпізнавальні знаки. Стиль найпопулярніших мереж готелів розроблений до дрібниць. Передбачено не тільки певний тип інтер'єру і колірна гамма, але і концепція поводження з клієнтами, маркетингові ходи, PR та ін. Як наслідок, позначені елементи і стають основою для позиціонування, роблять акцент на візуальне сприйняття клієнта, яке, як правило, розвинене більше, аудиального сприйняття. Але сьогодні, умови сучасних готелів дозволяють задіяти кінестетичний тип сприйняття [10]. Це можливо досягти завдяки таким безпосереднім носіям фірмового стилю, як меблювання, декор та оснащення будівлі. Клієнт сприймає не тільки їх форму і колір, але відчуває при торканні якість матеріалу, характер поверхні, температуру і так далі.

Фірмовий стиль готелю є базис, на основі якого формується імідж. Всі існуючі напрямки архітектури та оформлення декору ґрунтуються на чітко продуманому і розробленому фірмовому стилі готелю. Саме неповторний колорит готелю дозволяє виділити його на тлі інших. Чітко сформульовані ідеї є початковою ланкою в розробці візуальних деталей стилю (поєднання кольорів, геометричних форм і інше). Так званий «інформаційний фундамент» направляє до певного стилю, визначає, в деякому сенсі, підхід до клієнтів і компаньйонів. Фірмовий стиль повинен охоплювати оформлення приміщень, робочу документацію, манеру проведення рекламних заходів і все інше, що сприяє підвищенню статусу готелю і залученню нових клієнтів.

Слід підкреслити, що оформлення готелів має свої правила. Вони полягають не тільки в специфічних дизайнерських прийомах, але і в самому характері робіт, а також в переліку їх елементів. Головне завдання і головна трудність полягає в тому, що готель повинен бути єдиним і неповторним у своєму роді, при цьому мати у своєму розпорядженні комфортними номерами як з практичної, так і з психологічної точки зору. При оформленні готелю використовуються дані про категорії постояльців, так як необхідно, щоб умови готелю відповідали саме їх вимогам.

Залежно від обраної концепції організації і цілей керівництва підходи до оформлення готелю варіюються. Стиль може бути різним, від традиційного до

екстравагантних. Наприклад, «класицизм», «бароко», «модерн», «ар-деко», «мінімалізм», «хай-тек» це далеко не всі стилі, що існують в архітектурі і відповідно в дизайні інтер'єру. Як правило, архітектура, внутрішній дизайн і реклама диктуються основною концепцією підприємства, визначається специфікою роботи готелю, її профілем, призначенням, кількістю контингенту туристів. Так, помпезність і розкіш характерні для готелів високого класу, нерідко приймають акторів, поп-зірок і політиків. Простим і функціональним інтер'єрам віддають перевагу бізнес-туристи. Якщо готель - архітектурний пам'ятник, елемент ансамблю, інтер'єри і оснащення логічніше витримувати в тому ж стилі, що і сама будівля. Такий підхід безперечний зі стилістичної точки зору. Багато готелів витримують в дусі традицій буквально все, починаючи з рішення інтер'єрів і закінчуючи рушниками і посудом. Для них головне - атмосфера і унікальність. Так створюється неповторний колорит. Появі особливого іміджу сприяє наявність «фірмових» послуг або якоїсь родзинки - чогось особливого, чого немає у конкурентів. Так, наприклад, адміністрація готелю Burj Al Arab, розташованого в Дубаї, вирішила зробити своїм постояльцям незвичайний подарунок. З недавнього часу будь-який відвідувач на час проживання в готелі може користуватися розкішною версії iPad, покритої 24-каратним золотом [11].

Формування стилю готелю відбувається **етапами.** На початковому етапі здійснюється вибір фірмових кольорів і шрифтів (головного і другорядного), створюється логотип. Далі починається процес роботи характерний саме для готельного бізнесу, що складається зі специфічних елементів. Він може включати розробку інтер'єру приміщень, продумування стилю уніформи для персоналу, виготовлення фірмових брелоків для ключів і іншої фірмової сувенірної продукції, а також більш масштабні роботи (наприклад, з оформлення фасаду будівлі готелю). Крім цього, обов'язково наявність бейджів для співробітників, конвертів, документації, папок і інших речей, виконаних у фірмовому стилі готелю.

Таким чином, фірмовий стиль готелю - це не просто дизайн оформлення, а основна концепція і генеральна лінія в поведінці з клієнтами.

Висновки. Відзначимо переваги використання компанією фірмового стилю, за умови стабільно високого рівня інших елементів комплексу маркетингу:

1. Наголошує рівень якості товарів та послуг;

2. Допомагає фірмі виділитися в конкурентному середовищі, а споживачеві, при виборі необхідного товару або послуги, надає можливість швидко зорієнтуватися в потоці інформації;

3. Дозволяє фірмі скорочувати витрати, виводячи на ринок нові товари та послуги;

4. Підвищує ефективність реклами, сприяє зниженню витрат на формування комунікацій;

5. Формує корпоративний дух, викликає відчуття причетності до спільної справи, "фірмовий патріотизм»;

6. Позитивно впливає на естетичний рівень і візуальне середовище фірми.

Тому, створення успішного фірмового стилю готельного підприємства є одним із способів заявити про свої конкурентні переваги, а також підвищити привабливість серед цільових груп населення на туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Ф. І . Шарков. Константи гудвілу: стиль, паблісіті, репутація, імідж і бренд фірми: Навчальний посібник - М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і К °». – 2010. – 272 с.

2. Журнал БІЗНЕС/ Маркетинг повністю змінився [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.business.ua/person/3518-marketing-povnistyu-zminivsya

3. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник. - К.: Знання України, 2002. - 358 с.

4. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку / Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2016. – № 1. – С. 17 – 23.

5. Bila Svitlana. Priorities of tourism and recreational sphere development in Ukraine under eurointegration conditions. // Mechanisms and models of development of entities tourist business: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi / ISMA University. – Riga (Latvia): «Landmark» SIA, 2016. - p. 157 – 165.
6. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / Пер. з англ. І. Коберник. - К.: Companion Group, 2006. - 256 с.
7. Дизайн готелю — запорука конкурентних переваг Журнал «Академия Гостеприимства» апрель (2/2018) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://hotel-rest.com.ua/article/dizayn-gotelyu-zaporuka-konkurentnih-perevag
8. Лойко О.Т. Туризм і готельне господарство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://infotour.in.ua/lojko7-3.htm
9. Hilton Hotels. available at: https://www.hilton.com/ru/corporate/#history
10. Мухортова Д. Д. Типы восприятия и школа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://moluch.ru/archive/121/33384/
11. Burj Al Arab Jumeirah Dubai's Most Iconic Hotel. available at: https://www.jumeirah.com/ru/hotels-resorts/dubai/burj-al-arab/

References:

1. Sharkov F. I.-(2010), "Goodwill Constants: Style, Publicity, Reputation, Image and Brand of the Company", ["Konstanti gudvilu: stil', pabliciti, reputacija, imidzh i brend firmi"], textbook, M .: Dashkov & K ° Publishing and Trading Corporation, 272 p.
2. "Business magazine marketing journal has completely changed, ["Zhurnal BIZNES Marketing povnistju zminivsja"], [Electronic resource], available at: https://www.business.ua/person/3518-marketing-povnistyu-zminivsya
3. Agafonova L.G., Agafonova O.E., (2002), "Tourism, Hotel and Restaurant Business. Pricing, Competition, Government Regulation", ["Turizm, gotel'nij ta restorannij biznes: Cinoutvorennja, konkurencija, derzhavne reguljuvannja"], Educ. Manual, K., Knowledge of Ukraine, 358 p.
4. Bila S.O. (2016), "Strategic priorities for the development of tourist services in Ukraine and prospects for increasing their competitiveness in the world market", ["Strategichni prioriteti rozvitku turistichnih poslug v Ukraïni ta perspektivi pidvishhennja ïh konkurentospromozhnosti na svitovomu rinku"], Strategy for development of Ukraine (economy, sociology, law), № 1, pp. 17 - 23.
5. Bila Svitlana (2016), "Priorities of tourism and recreational sphere development in Ukraine under eurointegration conditions", Mechanisms and models of the development of tourist business entities a collective monograph , edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi, ISMA University, Riga (Latvia): Landmark SIA, pp.157 - 165.
6. Rice E., Trout J. (2006), Marketing Wars, ["Marketingovi vijni"], trans. from English. I. Kobernik, K., Companion Group, 256 p.
7. "Hotel Design - The Key to Competitive Advantages", ["Dizajn gotelju — zaporuka konkurentnih perevag"], The Hospitality Academy Magazine April (2/2018) [electronic resource], available at: http://hotel-rest.com.ua/article/dizayn-gotelyu-zaporuka-konkurentnih-perevag
8. Loiko O.T. "Tourism and Hospitality", ["Turizm i gotel'ne gospodarstvo"], [Electronic resource], available at: http://infotour.in.ua/lojko7-3.htm
9. Hilton Hotels, [electronic resource], available at: https://www.hilton.com/corporate/#history
10. Mukhortova D.D. "Types of perception and school", ["Tipy vosprijatija i shkola"], [electronic resource], available at: https://moluch.ru/archive/121/33384/
11. Burj Al Arab Jumeirah Dubai's Most Iconic Hotel, [Electronic resource] available at: https://www.jumeirah.com/ru/hotels-resorts/dubai/burj-al-arab/

Ключові слова: *маркетинг, конкуренція, готельне підприємство, фірмовий стиль, реклама, імідж.*
Ключевые слова: *маркетинг, конкуренция, гостиничное предприятие, фирменный стиль, реклама, имидж.*
Keywords: *marketing, competition, hotel business, corporate identity, advertising, image.*

Рецензент: *Гончар В.В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування, ДВНЗ «ПДТУ», доктор економічних наук, професор*
Перевірено на плагіат системою: https://corp.eu.unicheck.com/library/browser#100013429

УДК

ДОСЛІДЖЕННЯ КЛЮЧОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МЕНДЖМЕНТУ БЕЗПЕКИ ПРАЦІ З ВИКОРИСТАННЯМ СТАНДАРТУ ISO 45001

http://orcid.org/0000-0003-0430-0820

Білоус-Сергєєва Світлана Олександрівна, к.е.н, доцент, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» м. Маріуполь, beloussergeeva.75@gmail.com, тел: +380676239107

Svetlana Belous-Sergeeva, Ph.D.,assistant professor Pryazovskyi State Technical University m. Mariupol

S. Belous-Sergeeva. Research of key elements of the implementation of the occupational health and safety management system with the use of ISO 45001.

The Occupational Safety and Risk Management system is an important part of an organization's health and safety strategy. Companies that have their own health and safety management system certified to ISO 45001 benefit from international recognition of ISO standards. Certification makes it possible to standardize the requirements for occupational safety management in a global context, provides companies with greater legal certainty, minimizes risks.

The work has an overview character. The purpose of the article was to identify and analyze the key elements of ISO 45001 for its successful integration into the existing OSH management system of Ukrainian organizations. The paper examines the requirements of ISO 45001: 2018. It identifies the basic processes that will help organizations to actively increase the effectiveness of their work in the field of occupational safety. The main advantages are highlighted, which will promote the reputation of the organization as a safe place to work and help to gain more direct benefits in the industry. The list of key factors for successful implementation and maintenance of the system of management of health and safety at work has also been formed. Research findings are an important tool for any company interested in implementing or upgrading a health and safety management system using the ISO 45001 standard, regardless of size and scope.

Білоус-Сергєєва С. О. Дослідження ключових елементів впровадження системи менеджменту безпеки праці з використанням стандарту ISO 45001.

Система менеджменту безпеки праці та управління ризиками є важливою складовою стратегії організації в галузі охорони здоров'я та безпеки праці. Компанії, які мають свою систему управління охороною здоров'я та безпекою праці, сертифіковану за стандартом ISO 45001, отримують переваги від міжнародного визнання стандартів ISO. Сертифікація дає змогу стандартизувати вимоги до управління охороною праці у глобальному контексті, забезпечує компаніям більшу правову визначеність, мінімізує ризики.

Робота має оглядовий характер. Метою статті було визначення та аналіз ключових елементів ISO 45001 для його успішної інтеграції у існуючу систему управління охороною праці українських організацій. У роботі розглянуто вимоги ISO 45001: 2018. Визначено основні процеси, що допоможуть організаціям активно підвищувати ефективність своєї діяльності в галузі охорони праці. Виділено основні переваги, що забезпечать просування репутації організації як безпечного місця для роботи та допоможуть набути більше прямих переваг в галузі. А також сформовано перелік ключових факторів для успішного впровадження та забезпечення функціонування системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці. Результати дослідження є важливим інструментом роботи для кожної компанії, що зацікавлена у впровадженні або модернізації системи управління охороною здоров'я та безпекою праці, використовуючи стандарт ISO 45001, незалежно від її розмірів та сфери діяльності.

Белоус-Сергеева С. А. Исследование ключевых элементов внедрения системы менеджмента безопасности труда с использованием стандарта ISO 45001.

Система менеджмента безопасности труда и управления рисками является важной составляющей стратегии организации в области охраны здоровья и безопасности труда. Компании, которые имеют свою систему управления охраной здоровья и безопасностью труда, сертифицированную по стандарту ISO 45001, получают преимущества от международного признания стандартов ISO. Сертификация позволяет стандартизировать требования к управлению охраной труда в глобальном контексте, обеспечивает компаниям большую правовую определенность, минимизирует риски.

© ***S. Belous-Sergeeva. / Білоус-Сергєєва С. О., 2019***

Работа имеет обзорный характер. Целью статьи было определение и анализ ключевых элементов ISO 45001 для его успешной интеграции в существующую систему управления охраной труда украинских организаций. В работе рассмотрены требования ISO 45001: 2018. Определены основные процессы, которые помогут организациям активно повышать эффективность своей деятельности в области охраны труда. Выделены основные преимущества, которые обеспечат продвижение репутации организации как безопасного места для работы и помогут приобрести больше прямых преимуществ в отрасли. А также сформирован перечень ключевых факторов для успешного внедрения и обеспечения функционирования системы менеджмента охраны здоровья и безопасности труда. Результаты исследования являются важным инструментом работы для каждой компании, заинтересованной во внедрении или модернизации системы управления охраной здоровья и безопасностью труда, используя стандарт ISO 45001, независимо от ее размеров и сферы деятельности.

Постановка проблеми в загальному вигляді, невирішені проблеми. Згідно з даними, що надає Міжнародна організація праці (МОП) в результаті нещасних випадків або професійних захворювань в даний час налічується більше ніж 2,78 мільйона смертей на рік, а кількість несмертельних травм і захворювань збільшилась до 374 млн [1]. Наслідки від виробничих травм і хвороб позначаються як на роботодавцях, так і на економіці в цілому, приводячи до дострокового виходу співробітників на пенсію, відсутності персоналу і зростання страхових внесків [2 С. 5].

Сучасна концепція управління охороною праці (СУОП) в Україні визначає, що управління охороною праці на всіх рівнях – державному, регіональному, галузевому, на рівні підприємства, підприємців – базується на законодавчих та нормативно-правових актах про охорону праці; визначає пріоритетним сприяння підприємствам у створенні безпечних та нешкідливих умов праці; наголошує на необхідності зниження ризиків, зумовлених виробничим устаткуванням, технологічними процесами, будівлями і спорудами [3]. Проте у ній не розглядаються ризики, зумовлені небезпечними діями працівників, тобто людським фактором, незважаючи на їх найбільшу непередбачуваність. Після оприлюднення стандарту ISO 45001 було офіційно визнано неефективність існуючої СУОП та необхідність впровадження нових механізмів управління в галузі охорони праці. Цей стандарт являє собою новий підхід, який вимагає від компаній розглянути нові ключові елементи для успішної реалізації цієї системи управління охороною здоров’я та безпекою праці.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Поняття системи управління охороною праці та охорони праці стало загальною необхідністю протягом останніх 20 років. Опублікований у березні 2018 року ISO 45001: 2018 приходить на зміну специфікації OHSAS 18001: 2007, тому питання ключових елементів та переваг його впровадження є новим та потребує дослідження.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення та аналіз ключових елементів ISO 45001 для його успішної інтеграції у існуючу систему управління охороною праці українських організацій. Для досягнення поставленої мети буде розглянуто наступні питання:

- проаналізувати вимоги ISO 45001: 2018;
- визначити переваги системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці на основі ISO 45001;
- виділити та охарактеризувати основні елементи впровадження системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці в організаціях.

Виклад основного матеріалу. ISO 45001: 2018, опублікований 12 березня 2018 року, є новим міжнародним стандартом, що стосується управління охороною праці та безпекою праці, який застосовує низхідний підхід управління ризиками та безпекою [4]. Новий стандарт можна застосовувати до всіх організацій, незалежно від розміру, галузі чи характеру бізнесу. Його особливістю є легкість для інтеграції в існуючі процеси управління організацією та стала структурованість як і у інших стандартів системи управління ISO (ISO 9001 для управління якістю та ISO 14001 для екологічного

менеджменту). ISO 45001 замінює BS OHSAS 18001, і організаціям необхідно буде перейти на ISO 45001 до 2021 року.

Основним обов'язком роботодавця є забезпечення безпеки та здоров'я працівників у кожному аспекті, що пов'язані з роботою [3]. Для того, щоб ефективно виконувати цей обов'язок необхідно прийняти новий підхід та нові інструменти управління безпекою праці. У цьому контексті стандарт ISO 45001 виступає у ролі корисного інструменту, який дозволить організації активніше вдосконалювати свою систему менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці незалежно від розміру, типу та характеру організації [5 С.3]. Але просто дотримуватись вимог стандарту недостатньо. Його ефективне впровадження вимагає не тільки простого дотримання вимог, але і відповідної кваліфікації персоналу. Також необхідна повна, сучасна оцінка ризиків та висока культура безпеки всередині організації. Впроваджуючи ISO 45001, організації не слід починати з нуля, можливе введення стандарту як вдосконалення уже функціонуючої системи управління безпекою праці.

Мета системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці полягає у наданні організаціям основи для менеджменту ризиків і можливостей в області охорони та безпеки праці. Призначенням і очікуваним результатом цієї системи є запобігання пов'язаних з роботою травм і погіршення стану здоров'я працівників, а також забезпечення їх сприятливими для здоров'я робочими місцями [6 С. 6]. Тому для організації є критично важливим усувати небезпеки і мінімізувати ризики за допомогою результативних запобіжних та захисних заходів. Коли такі заходи реалізуються організацією за допомогою функціонування її системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці, вони покращують її показники діяльності у галузі вцілому. Якщо вжити заходів по реагуванню на потенційні можливості для поліпшення показників діяльності в області охорони здоров'я та безпеки праці якомога раніше, система менеджменту, заснована на ISO 45001 може бути найбільш ефективною. Впровадження та забезпечення функціонування системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці, яка відповідає цьому документу, дозволить організації здійснювати менеджмент своїх ризиків і покращувати свої показники діяльності. Система менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці на основі на ISO 45001 може допомогти організації виконувати висунуті до неї правові та інші вимоги.

Відповідно до інструкцій стандарту [6 С. 20-38], організація може активно підвищувати ефективність своєї діяльності в галузі охорони праці, забезпечуючи наступні процеси:

1) Розробку та реалізацію власної політики охорони здоров'я та безпеки праці на основі ISO 45001;

2) Забезпечення постійного функціонування процесів, що враховують ризики, можливості та правові вимоги;

3) Визначення небезпек, пов'язаних з власною діяльністю, встановлення контролю та прагнення їх усунення;

4) Встановлення механізмів контролю для управління ризиками та додержання вимог законодавства шляхом підвищення обізнаності про ризики в галузі охорони праці;

5) Постійне оцінювання ефективності системи охорони здоров'я та безпеки праці і прагнення до її поліпшення.

Мета системи управління охороною праці та охороною праці має дві складові. По-перше, усі прагнуть не допустити захворювань та травматизму, і цей процес вимагає певного рівня систематизації та інтеграції загальних практик управління з охорони здоров'я та безпеки. По-друге, коли виникає хвороба чи травма, потрібен чітко розроблений план для забезпечення відповідності та впорядкованості. Це дасть змогу ефективно контролювати травми та хвороби, зменшуючи ризик виникнення потенційних позовів. Погане управління охороною здоров'я та безпекою безпосередньо впливає на

основу будь-якої організації. Від витрат на відшкодування збитків до падіння моралі співробітників.

У поєднанні, згадані вище заходи забезпечать просування репутації організації як безпечного місця для роботи та допоможуть набути більше прямих переваг, таких як:

- зниження загальних витрат на інциденти;
- скорочення часу простою і витрат на переривання роботи через інциденти;
- зниження вартості страхових внесків;
- скорочення плинності кадрів;
- визнання за досягнення міжнародного критерію (що, в свою чергу, може вплинути на інших зацікавлених сторін, наприклад клієнтів, які переймаються своїми соціальними обов'язками) [5 С.3].

Впровадження та забезпечення функціонування системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці, підтримання її в робочому стані та її результативність залежать від ряду ключових елементів:

1) Організаційний контекст. При впровадженні або модернізації системи охорони здоров'я та безпеки праці кожна організація повинна визначати як зовнішні (технологічні, економічні, правові та соціальні), так і внутрішні (культура, знання, цінності та ефективність) фактори, які у свою чергу, можуть вносити корективи та додавати нові пункти контролю для систематичного визначення та моніторингу безпеки праці.

2) Потреби зацікавлених сторін та участь працівників. Створення послідовного розкладу зустрічей для працівників охорони здоров’я та безпеки праці є ключовим фактором для перегляду поточних стратегій та успішної реалізації нових ініціатив для системи управління охороною праці кожної організації. Крім того, введення чіткого плану комунікації сприяє співпраці та зменшує розгубленість під час надзвичайних ситуацій. Розробка розкладу щотижневих зустрічей співробітників з організації охорони праці та призначення керівника цих зустрічей забезпечить підвищення їх результативності. Він також повинен відповідати очікуванням усіх зацікавлених сторін, будь то акціонери, працівники, клієнти чи товариство. Створення спільної електронної системи спілкування або іншого внутрішнього комунікаційного інструменту, а також доступний робочий графік сприяє полегшенню виділення часу на спілкуванню між командою. Стандарт вимагає розуміти потреби та очікування зацікавлених сторін, а також враховувати участь та консультації працівників.

3) Лідерство та комунікація. Ці характеристики керівництва стандарт об’єднує в один фактор. Цей пункт вимагає більшої відданості та участі вищого керівництва у виявленні ризиків, пов'язаних з роботою та безпекою на робочому місці та інтеграції вимог охорони здоров'я та охорони праці у свої бізнес-процеси. Успішна організація системи управління охороною праці вимагає модернізації культури організації, а цей процес практично неможливий без регулювання та підтримки керівництва.

4) Ідентифікація небезпек та управління ризиками. Оцінка ризиків є необхідною функцією успішної системи охорони здоров’я, яка допомагає захистити працівників від потенційної шкоди, а організацію − від можливих штрафів та судових позовів. Визначивши потенційні небезпеки для своїх працівників, організація може визначити сфери недотримання техніки безпеки та розробити та впровадити необхідні рішення. Організаціям слід керувати та вживати заходів для вирішення будь-яких ризиків чи можливостей, які можуть вплинути на здатність системи управління досягти намічених результатів.

5) Цілі та результативність. Правильна постановка мети та планування задач. Перш за все, системи управління охороною праці повинні допомагати організаціям підготувати програму політики охорони праці, що відповідає меті. Ця програма повинна встановлювати чіткий напрямок для організації, якого слід додержувати, і повинна демонструвати прихильність до постійного вдосконалення. Необхідне зосередження на цілях щодо покращення та оцінки ефективності на усіх рівнях організації.

6) Ведення документації. Для кожної системи управління охороною праці потрібен спосіб розповсюдження актуальних документів потрібним людям. Створення протоколів у цій галузі допомагає завжди забезпечити працівникам доступ до поточної та правильної інформації щодо безпеки. Відповідно до стандарту вся документально підтверджена інформація (як документи, так і записи), що включає електронну інформацію та інформацію про процес, повинна контролюватися та керуватися відповідальними особами.

7) Внутрішня політика та графік аудиту. Аудит охорони здоров'я та безпеки − ще один чудовий спосіб забезпечити дотримання законів з безпеки, а також виявити сильні та слабкі сторони у системі управління охороною здоров'я та безпекою праці. Аудит може виконувати або внутрішній, або зовнішній аудитор, і незалежно від того, який спосіб обирає організація, аудит слід проводити регулярно. Документація з аудиту може використовуватися для порівняння вдосконалень та проблем з року в рік, виявлення тенденцій, точного ризику та створення нових ініціатив з безпеки на основі даних аудиту.

8) Постійне вдосконалення. Стандарт вимагає змінити бізнес, вживаючи проактивні заходи, як частину постійного вдосконалення та управління ризиками. Програми тренінгу з безпеки праці можуть охоплювати моделювання таких ситуацій як: пожежа, землетруси, аварії, надання першої допомоги. Ці основні протоколи навчання безпеці можуть врятувати життя в разі надзвичайної ситуації та запобігти подальшій небезпеці. Інші види навчання включають правильне використання засобів індивідуального захисту, поводження з небезпечними відходами, тощо.

9) Регулярна перевірка управління. Кожна система управління охороною здоров'я та безпекою праці повинна час від часу переглядатися, для переконання, що поточні цілі виконуються і нові ініціативи проводяться та регулярно практикуються. Такий огляд системи управління та команди вищим керівництвом слід проводити регулярно. Це несе відповідальність персоналу та надає можливість обговорення між персоналом безпеки та вищим керівництвом для пошуку напрямків удосконалення та нових ідей.

Висновки і перспективи. Система управління охороною здоров'я та безпекою праці є одним з основних елементів загальної системи управління компанією. Її впровадження має здійснюватися організацією інтегровано з іншими системами управління, наприклад системою управління якістю, навколишнім середовищем, тощо. Впровадження ISO 45001 грає важливу роль, тому що служить основою для управління охороною праці і ризиками в організаціях. Його мета полягає в забезпеченні безпечних робочих місць. Після впровадження стандарту на робочих місцях буде можливо запобігати появі травм і погіршенню самопочуття працівників, постійно удосконалюючи умови праці. Запровадження системи менеджменту охорони здоров'я та забезпечення безпеки праці на основі ISO 45001 допоможе організації створювати безпечні і сприятливі для здоров'я робочі місця, запобігати пов'язаним з роботою травмам і погіршенням стану здоров'я, а також постійно поліпшувати її економічні показники у галузі.

Визначено основні процеси, що допоможуть організаціям активно підвищувати ефективність своєї діяльності в галузі охорони праці. Виділено основні переваги, що забезпечать просування репутації організації як безпечного місця для роботи та допоможуть набути більше прямих переваг в галузі. А також сформовано перелік ключових факторів для успішного впровадження та забезпечення функціонування системи менеджменту охорони здоров'я та безпеки праці. Результати дослідження є важливим інструментом роботи для кожної компанії, що зацікавлена у впровадженні або модернізації системи управління охороною здоров'я та безпекою праці, використовуючи стандарт ISO 45001, незалежно від її розмірів та сфери діяльності.

Список використаних джерел:

1. Safety and health at work [Electronic resource] – Mode of access: https://www.ilo.org/global/topics/safety-and-health-at-work/lang--en/index.htm.

2. Зеркалов Д. В. Наукові основи охорони праці / Зеркалов В. Д. – К.: «Основа», 2015. – 934 с. ISBN 978-966-699-7
3. Закон України "Про охорону праці" від 14.10.1992 № 2694 – XII у редакції від 12.02:2015 р. № 191 – VII.
4. ISO 45001 occupation health and safety [Electronic resource] – Mode of access: https://www.iso.org/iso-45001-occupational-health-and-safety.html
5. International Organization for Standardization. ISO 45001 occupation health and safety [Electronic resource] / International Organization for Standardization. – 2018. – Mode of access: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100427.pdf.
6. Системы менеджмента охраны здоровья и обеспечения безопасности труда. Требования и руководство по их применению [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа к ресурсу: http://iso-management.com/wp-content/uploads/2018/04/ISO-45001-2018-perevod-ot-31-03-2018.pdf.

References (BSI)

1. «Safety and health at work», available at: https://www.ilo.org/global/topics/safety-and-health-at-work/lang--en/index.htm.
2. Zerkalov D. (2015), «Scientific bases of labor protection», [«Naukovi osnovy oxorony praci»], Kyiv, Osnova.
3. Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On Occupational Safety", [«Zakon Ukraïni "Pro ohoronu pracì"»], Kyiv.
4. «ISO 45001 occupation health and safety», available at: https://www.iso.org/iso-45001-occupational-health-and-safety.html
5. «International Organization for Standardization. ISO 45001 occupation health and safety», available at: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB 100427.pdf.
6. Management systems for health and safety. Requirements and guidelines for their application, [«Sy`stemы menedzhmenta oxranы zdorov`ya y` obespecheny`ya bezopasnosty` truda. Trebovany`ya y` rukovodstvo po y`x pry`meneny`yu»], available at: http://iso-management.com/wp-content/uploads/2018/04/ISO-45001-2018-perevod-ot-31-03-2018.pdf.

Keywords: implementation of ISO 45001, management system, occupational health management, benefits of ISO 45001, occupational health and safety standard
Ключові слова: впровадження ISO 45001, система управління, менеджмент охорони праці, переваги ISO 45001, стандарт охорони здоров'я та безпеки праці
Ключевые слова: внедрение ISO 45001, система управления, менеджмент охраны труда, преимущества ISO 45001, стандарт охраны здоровья и безопасности труда

Рецензент: *Колосок В.М., д.е.н., доц кафедри менеджменту транспорту та логістики*
Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/8e32d962014b4f13ab6bf878df860269

УДК 346.5:334.025

СЕРТИФІКАЦІЯ КОЛІСНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ: ПЕРСПЕКТИВИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Кузнецова Юлія Вікторівна, кандидат юридичних наук, Регіональний сервісний центр МВС в Донецькій області
Гусєв Дмитро Андрійович, магістрант, спеціальність «Якість, стандартизація та сертифікація», Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет»

Yuliya Kuznetsova, Candidate of Law, Regional service center of the Ministry of Internal Affairs of Donetsk region
Dmytro Husiev, Master's degree student, major "Quality, Standardization and Certification, State higher educational establishment "Pryazovskyi State Technical University"

Y. Kuznetsova, D. Husiev, Wheeled vehicle certification: possibilities of legal regulation

Legislative system which regulate wheeled vehicle certification of Ukraine is investigated in the article. Norms from fundamental law of Ukraine, norms Law of Ukraine such as Road Traffic, about Transport, about Motor transport, secondary legislation. are. analysed. Adjudicate that in the lawgiving level rulemaking of certification wheeled vehicle in Ukraine answer requirements international standards namely Agreement concerning the Adoption of Harmonized Technical United Nations Regulations for Wheeled Vehicles, Equipment and Parts Which can be Fitted and/or be Used on Wheeled Vehicles and the Conditions for Reciprocal Recognition of Approvals Granted on the Basis of these United Nations Regulations. Agreement created in 1958 (as amended 1995). Ukraine join to agreement in 2000. Adequately highly-developed legal and regulatory framework in subordinate legislation. Question of creation the registry of wheeled vehicle certificate is up-to-date. However after all subordinate legislation presence the registry of wheeled vehicle certificate is missing. Author propose updating legislative instruments in an attempt to exclude the possibility forgery certificate of wheeled vehicle.

Кузнецова Ю.В., Гусєв Д.А. Сертифікація колісних транспортних засобів: перспективи правового регулювання

У статті досліджується система законодавства, що регламентує сертифікацію колісних транспортних засобів в Україні. Проаналізовано норми Конституції України, Законів України "Про дорожній рух", "Про транспорт", "Про автомобільний транспорт", підзаконні нормативно-правові акти. Встановлено, що на законодавчому рівні регламентація сертифікації колісних транспортних засобів в Україні відповідає міжнародним стандартам, а саме Угоді про прийняття єдиних технічних приписів для колісних транспортних засобів, предметів обладнання та частин, які можуть бути встановлені та/або використані на колісних транспортних засобах, і про умови взаємного визнання офіційних затверджень, виданих на основі цих приписів, 1958 року з поправками 1995 року, до якої Україна приєдналася у 2000 році. Також досить розвинуте нормативне правове регулювання на підзаконному рівні. Розкривається питання створення реєстру сертифікатів колісних транспортних засобів. Однак, незважаючи на наявну підзаконну нормативну базу, реєстр сертифікатів колісних транспортних засобів відсутній. Запропоновано оновлення нормативної бази з метою унеможливлення підроблення сертифікатів колісних транспортних засобів та забезпечення прав громадян на безпечність та якість колісних транспортних засобів як товару.

Кузнецова Ю.В., Гусев Д.А. Сертификация колесных транспортных средств: перспективи правового регулирования

В статье исследуется система законодательства, которое регламентирует сертификацию колесных транспортных средств в Украине. Проанализированы нормы Конституции Украины, Законов Украины "О дорожном движении", "О транспорте", "Об автомобильном транспорте", подзаконных нормативно-правовых актов. Установлено, что на законодательном уровне регламентация сертификации колесных транспортных средств в Украине отвечает международным стандартам, а именно Соглашению о принятии единых технических предписаний для колесных транспортных средств, предметов оборудования и частей, которые могут быть установлены и/или использованы на колесных транспортных средствах, и об условиях взаимного признания официальных утверждений, изданных на основе этих предписаний, 1958 года с поправками 1995 года, к которой Украина присоединилась в 2000 году. Также достаточно развито нормативно-правовое регулирование на подзаконном уровне. Раскрывается вопрос создания реестра сертификатов колесных транспортных средств. Однако, несмотря на наличие

© ***Y. Kuznetsova, D. Husiev / Кузнецова Ю.В., Гусєв Д.А., 2019***

подзаконной нормативной базы, реестр сертификатов колесных транспортных средств отсутствует. Предложено обновление нормативной базы с целью невозможности подделки сертификатов колесных транспортных средств.

Постановка проблеми. Сертифікація як спосіб державного регулювання суспільних відносин відіграє вважливу роль. Її значення підкреслюється тим, що це - не тільки спосіб підтвердження відповідності вимогам, засвідчення безпечності колісних транспортних засобів як товару, але й гарантування кожному конституційного права на безпечне для життя і здоров'я довкілля. Усе це зумовлює важливість нормативно-правової регламентації сертифікації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Слід зауважити, що питання сертифікації колісних транспортних засобів у науці розглядається здебільшого у технічному аспекті. З цих позицій проблематику сертифікації розглядали С. Гутаревич, Є. Зелінський, О. Матвієнко. Що стосується дослідження сертифікації у правовому аспекті - праці науковців відсутні.

Мета статті – дослідження правового регулювання сертифікації в Україні та визначення його перспектив з урахуванням сучасних тенденцій.

Виклад основного матеріалу. Конституцією України декларується право кожного на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення (ст. 50) [1].

Це положення отримує свій розвиток у цілій низці законів та підзаконних нормативно-правових актів. Зокрема щодо транспортних засобів питання безпечності врегульовано Законами України "Про дорожній рух", "Про транспорт", "Про автомобільний транспорт" тощо.

Законом України "Про дорожній рух" регламентовано суспільні відносини у сфері дорожнього руху та його безпеки, визначаються права, обов'язки і відповідальність суб'єктів - учасників дорожнього руху, міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, об'єднань, підприємств, установ і організацій незалежно форм власності та господарювання. Статтею 30 Закону України "Про дорожній рух" передбачено, що конструкція транспортних засобів повинна відповідати вимогам сучасних правил, нормативів і стандартів, встановленим рівням викидів забруднюючих речовин в атмосферу, а нормативно-технічна документація має бути узгоджена з відповідними уповноваженими державними органами. Перед початком серійного виробництва транспортних засобів або їх складових частин проводяться спеціальні випробування і за їх позитивними наслідками видається сертифікат встановленої форми [2]. Також цим законом встановлено, що транспортні засоби, їх складові частини і комплектуючі вироби, що ввозяться на територію України, підлягають перевірці на відповідність діючим стандартам або повинні мати сертифікат, виданий уповноваженим на це Секретаріатом ЄЕК ГЮН Адміністративним органом по сертифікації дорожніх транспортних засобів.

Закон України "Про транспорт", який визначає правові, економічні, організаційні та соціальні основи діяльності транспорту, встановлює у статті 10 вимоги до транспортних засобів. Так, транспортні засоби повинні відповідати вимогам безпеки, охорони праці та екології, державним стандартам, мати відповідний сертифікат [3].

Закон України "Про автомобільний транспорт" визначає засади організації та діяльності автомобільного транспорту. Відповідно до приписів цього закону конструкція та технічний стан транспортних засобів, а також їх частини мають відповідати вимогам, порядок визначення яких установлює Кабінет Міністрів України, та забезпечувати безпеку людей, які користуються транспортними засобами чи беруть участь у дорожньому русі; відповідність нормам стосовно викидів забруднювальних речовин, парникових газів, електромагнітних завад, рівню шуму та інших чинників негативного впливу на людину та

довкілля; збереження властивостей безпеки від моменту виготовлення транспортного засобу до його утилізації тощо. Транспортні засоби та частини до них повинні відповідати вимогам нормативної і конструкторської документації та мати маркування для їх ідентифікації [4].

Єдина на території України процедура державної реєстрації (перереєстрації), зняття з обліку автомобілів, автобусів, а також самохідних машин, сконструйованих на шасі автомобілів, мотоциклів усіх типів, марок і моделей, причепів, напівпричепів, мотоколясок, інших прирівняних до них транспортних засобів та мопедів, оформлення та видачі реєстраційних документів і номерних знаків встановлена Порядком державної реєстрації (перереєстрації), зняття з обліку автомобілів, автобусів, а також самохідних машин, сконструйованих на шасі автомобілів, мотоциклів усіх типів, марок і моделей, причепів, напівпричепів, мотоколясок, інших прирівняних до них транспортних засобів та мопедів (далі – Порядок), затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 07.09.1998 року № 1388. Цей Порядок є обов'язковим для всіх юридичних та фізичних осіб, які є власниками транспортних засобів, виробляють чи експлуатують їх.

Пунктом 10 цього Порядку встановлено, що державна реєстрація транспортних засобів, що перебували в експлуатації та ввезені на митну територію України, проводиться за умови відповідності конструкції і технічного стану даної марки (моделі) транспортних засобів та їх складових частин, що мають ідентифікаційні номери, обов'язковим вимогам правил, нормативів і стандартів України, що підтверджується сертифікатом відповідності або свідоцтвом про визнання іноземного сертифіката, копію яких власники подають до сервісного центру МВС [5].

Таким чином під час проведення державної реєстрації транспортного засобу на виконання законодавчих приписів необхідно надавати сертифікат відповідності щодо індивідуального затвердження транспортного засобу.

Водночас слід зазначити, що таке суспільне явище як "євробляхи" зумовило відповідну реакцію українських нормотворців, а саме:

- внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування акцизним податком легкових транспортних засобів (Закон України від 08.11.2018 № 2611-VIII);

- внесення змін до Митного кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо ввезення транспортних засобів на митну територію України (Закон України від 08.11.2018 № 2612-VIII);

- затвердження Тимчасового порядку виконання митних формальностей під час здійснення митного оформлення транспортних засобів для їх вільного обігу на митній території України та внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 7 вересня 1998 р. № 1388 і від 4 червня 2007 р. № 795 (постанова Кабінету Міністрів України від 12 грудня 2018 р. № 1077);

- внесення змін до Порядку шляхом закріплення певних обмежень для транспортних засобів, тимчасово ввезених на митну територію України для особистого користування, як то неможливість розкомплектування на запасні частини, передачі у володіння, користування або розпорядження іншим особам тощо.

У той же час науковцями зазначається, що технічний стан імпортованих вживаних автомобілів через експлуатаційну зношеність часом не відповідає показникам заводів-виробників і відповідним нормативним документам (національним стандартам) щодо гарантування безпеки експлуатації. Ця обставина потребує ефективного функціонування національної системи сертифікації з метою недопущення до експлуатації автомобілів із дефектами агрегатів і систем, що впливають на безпеку руху й екологічну безпеку, від чого, в принципі, залежить безпека життя громадян країни [6; с. 119].

Слід зазначити, що національна система сертифікації колісних транспортних засобів в Україні ґрунтується на положеннях Угоди про прийняття єдиних технічних приписів для колісних транспортних засобів, предметів обладнання та частин, які можуть бути встановлені та/або використані на колісних транспортних засобах, і про умови

взаємного визнання офіційних затверджень, виданих на основі цих приписів, 1958 року з поправками 1995 року (далі - Угода), приєднання України до Угоди - на підставі Закону України від 10 лютого 2000 року N 1448-III.

З метою виконання Угоди, адаптації законодавства України у сфері забезпечення безпеки експлуатації транспортних засобів до законодавства Європейського Союзу Кабінетом Міністрів України прийнято постанову від 9 червня 2011 р. № 738 "Деякі питання сертифікації транспортних засобів, їх частин та обладнання" (далі - Постанова № 738). Відповідно до її положень пропуск колісного транспортного засобу, який підлягає державній реєстрації в територіальному органі з надання сервісних послуг МВС на митну територію України з метою вільного обігу, а також перша державна реєстрація транспортного засобу здійснюється за наявності сертифіката відповідності, виданого згідно з порядком затвердження конструкції транспортних засобів, їх частин та обладнання [7].

Наказом Міністерства інфраструктури України від 01.03.2013 року № 126 утворено Комісію Міністерства інфраструктури України з питань забезпечення виконання Угоди про прийняття єдиних технічних приписів для колісних транспортних засобів, предметів обладнання та частин, які можуть бути встановлені та/або використані на колісних транспортних засобах, і про умови взаємного визнання офіційних затверджень, виданих на основі цих приписів, 1958 року з поправками 1995 року (далі - Комісія), яка є консультативно-дорадчим органом та діє на постійній основі для розгляду питань щодо виконання Угоди.

Одним із повноважень Комісії є підготовка пропозицій щодо розгляду заяв стосовно можливості визначення уповноваженого органу затвердження типу КТЗ, їх частин та обладнання; призначення технічних служб; призначення органу із сертифікації для індивідуального затвердження КТЗ, нових та таких, що були в користуванні, партій частин та обладнання.

Кабінетом Міністром України затверджено Порядок видачі або відмови у видачі рішення про призначення, його переоформлення та видачі його дубліката, розширення та обмеження сфери призначення, тимчасового припинення і поновлення дії рішення про призначення та анулювання такого рішення (постанова КМУ від 27 січня 2016 р. № 96). Цей Порядок визначає процедуру видачі або відмови у видачі, переоформлення, видачі дубліката, розширення та обмеження сфери призначення, тимчасового припинення і поновлення дії та анулювання рішення про призначення органу з оцінки відповідності на проведення оцінки відповідності вимогам відповідного технічного регламенту та рішення про призначення визнаної незалежної організації на проведення оцінки відповідності технології виконання нерознімних з’єднань, персоналу, який виконує нерознімні з’єднання, та/або персоналу, який здійснює неруйнівний контроль, згідно з технічним регламентом щодо обладнання, яке працює під тиском [8].

Що стосується обліку виданих сертифікатів відповідності, слід звернути увагу на приписи підпункту 5 пункту 1 Постанови № 738, відповідно до яких Міністерство інфраструктури України забезпечує доступ до Державного реєстру сертифікатів відповідності транспортних засобів або обладнання, виданих уповноваженими органами або органами із сертифікації, Міністерству інфраструктури, Державній інспекції з безпеки на наземному транспорті, Міністерству внутрішніх справ та Державній митній службі.

Водночас слід зазначити, що наказом Міністерства інфраструктури України від 17.08.2012 року № 521 затверджено Порядок ведення реєстру сертифікатів типу транспортних засобів та обладнання і виданих виробниками сертифікатів відповідності транспортних засобів або обладнання (далі - Порядок № 521). Відповідно до цього Порядку Реєстр - це електронна база даних, що містить інформацію про сертифікати типу колісного транспортного засобу та обладнання та сертифікати відповідності транспортних засобів або обладнання. Адміністратором Реєстру визначена Державна інспекція України з безпеки на наземному транспорті, користувачами - Міністерство економічного розвитку

і торгівлі, Міністерство внутрішніх справ, Державна митна служба, які отримують доступ до бази даних Реєстру шляхом перегляду інформації в реальному часі або отримання зареєстрованих у Реєстрі даних. З метою виконання своїх владних повноважень інші органи державної влади мають право одержувати інформацію з Реєстру на безоплатній основі [9].

Але, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 10.09.2014 року № 442 Державну інспекцію України з безпеки на наземному транспорті реорганізовано у Державну службу України з безпеки на транспорті, однак до повноважень останньої відповідно до Положення, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 11.02.2015 року № 103, ведення реєстру сертифікатів типу транспортних засобів та обладнання і виданих виробниками сертифікатів відповідності транспортних засобів або обладнання не віднесено. І до Порядку № 521 зміни у зв'язку з реорганізацією Державної інспекції України з безпеки на наземному транспорті не вносилися.

Враховуючи сучасні тенденції суспільства, зокрема прагнення до діджиталізації, тобто перехід інформаційного поля на цифрові технології, переведення інформації з аналогового у цифровий формат для її легшого подальшого використання, постає питання про необхідність розробки нового правового акту, який повинен забезпечувати:

1) створення єдиного реєстру сертифікатів відповідності колісних транспортних засобів;

2) акумулювання інформації про видані сертифікати типу транспортних засобів та обладнання, а також видані виробниками сертифікатів відповідності транспортних засобів або обладнання;

3) доступ виробників, а також органів сертифікації до реєстру для внесення інформації про видані сертифікати;

4) адміністрування реєстру виключно державним органом з метою контролю доступу до реєстру суб'єктів, уповноважених вносити інформацію для запобігання неправомірного внесення інформації;

5) доступ до реєстру уповноважених державних органів для перевірки дійсності сертифікатів, а також для громадян для отримання і перевірки інформації щодо сертифікатів, виданих на належні їм транспортні засоби;

6) можливість генерування сертифікату органом сертифікації в електронному вигляді.

Висновки. Ураховуючи вищевикладене, слід зазначити, що процес сертифікації в Україні врегульований на законодавчому рівні з урахуванням міжнародних стандартів. Однак правове регулювання на підзаконному рівні не відповідає реаліям сьогодення і потребує удосконалення з урахуванням сучасних тенденцій.

Список використаних джерел:

1. Конституція України: прийнята 28 червня 1996 року (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. - №30. – Ст. 141.

2. Про дорожній рух: Закон України від 30 червня 1993 року (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1993. - № 31. – Ст. 338.

3. Про транспорт: Закон України від 10 листопада 1994 року (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. - № 51. – Ст. 446.

4. Про автомобільний транспорт: Закон України від 05 квітня 1994 року (зі змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - № 22. – Ст. 105.

5. Порядок державної реєстрації (перереєстрації), зняття з обліку автомобілів, автобусів, а також самохідних машин, сконструйованих на шасі автомобілів, мотоциклів усіх типів, марок і моделей, причепів, напівпричепів, мотоколясок, інших прирівняних до них транспортних засобів та мопедів: затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 07 вересня 1998 року № 1388 (зі змінами) // Офіційний вісник України. – 1998. - № 36. – Ст. 1327.

6. Нємий С. В. Проблеми якості імпортованих вживаних автомобілів в аспекті безпеки експлуатації [Електронний ресурс] / С. В. Нємий, Я. С. Ярошинський // Науковий вісник НЛТУ України. - 2018. - Т. 28, № 5. - С. 119-123. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2018_28(5)__27.
7. Деякі питання сертифікації транспортних засобів, їх частин та обладнання: затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 09 червня 2011 року № 738 (зі змінами) // Офіційний вісник України. – 2011. - № 55. – Ст. 2180.
8. Порядок видачі або відмови у видачі рішення про призначення, його переоформлення та видачі його дубліката, розширення та обмеження сфери призначення, тимчасового припинення і поновлення дії рішення про призначення та анулювання такого рішення: затверджено постановою Кабінетом Міністром України від 27 січня 2016 р. № 96 // Офіційний вісник України. – 2016. - № 16. – Ст. 631.
9. Порядок ведення реєстру сертифікатів типу транспортних засобів та обладнання і виданих виробниками сертифікатів відповідності транспортних засобів або обладнання: затверджено наказом Міністерства інфраструктури України від 17.08.2012 року № 521 // Офіційний вісник України. – 2012. - № 76. – Ст. 3091.

References:

1. Constitution of Ukraine accepted on 28 June 1996(as amended) Supreme Council of Ukraine. – 1996. - №30.
2. The Law of Ukraine: On Traffic dated 30 June 1993 (as amended), Supreme Council of Ukraine, №. 31.
3. The Law of Ukraine: On Transport dated 10 November 1994 (as amended), Supreme Council of Ukraine, №. 51
4. The Law of Ukraine: On Motor Vehicle Transport dated 05 April 1994 (as amended), Supreme Council of Ukraine, №. 22.
5. Procedure for state registration (reregistration), deregistration of a motor vehicle, motor-bus, rovers, constructed motor vehicle chassis, motor-cycle full range, auto model, trailer, semitrailer, motorized wheelchair, some equivalent to them transport facilities and mopeds: approved resolution Cabinet of Ministers of Ukraine dated 07 September 1998 (as amended), Official Journal of Ukraine, № 36
6. Niemyi S. V., Yaroshynskyi Ya. S. (2018). The problems of quality of imported used cars in terms of safety of operation. Scientific Bulletin of UNFU, 28(5), 119–123. https://doi.org/10.15421/40280525.
7. Some issues of certification transport facilities, their parts and technical equipment: approved resolution Cabinet of Ministers of Ukraine dated 09 June 2011 (as amended), Official Journal of Ukraine, № 55
8. Procedure handing out or rejection verdict of appointment, their reissuance and handing out duplicate, extension and limitation target domain, provisional stay or renewal activity verdict of appointment and canceling that verdict: approved resolution Cabinet of Ministers of Ukraine dated 27 January 2016, Official Journal of Ukraine, № 16
9. Procedure directing registry of type vehicle and equipage and also maker generated accordance certificate transport facilities and equipage: approved resolution Ministry of Infrastructure of Ukraine dated 17 August 2012, Official Journal of Ukraine, № 76.

Ключові слова: *сертифікація, правове регулювання, колісні транспортні засоби, діджиталізація.*
Ключевые слова*: сертификация, правовое регулирование, колесные транспортные средства, диджитализация.*
Keywords*: certification, legal regulation, wheeled vehicle, digitalization.*

Рецензент: *Хаджинова О. В., Декан економічного факультету, д.е.н., професор кафедри «Фінанси і банківська справа», ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м.Маріуполь*

УДК 338.64

АНАЛІЗ ТА ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СФЕРІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ ЕКОЛОГІЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

http://orcid.org/0000-0001-6734-5757

Усикова Олена Миколаївна, в.о. директора навчально-наукового інституту економіки та управління, д.е.н., доцент, Миколаївського національного аграрного університету м. Миколаїв, elenamb73@rambler.ru, тел: +380672833669

Olena Usykova, Acting Director of the Educational and Scientific Institute of Economics and Management, Doctor of Economics, Associate Professor, Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv

O. Usykova, Analysis and rationale of management decisions in the field of economic security in the conditions of environmental transformation of agrarian enterprises

Always information on population, nature management and technogenic influence is represented by artificial ranges. Usually administrative and territorial division is used for this purpose at the national and regional level. At the present stage, the economic situation makes it possible to direct funds to solve only the primary problems. In fact, some kind of social reaction can only be expected on emergency situations of a national or regional scale. In fact, some kind of social reaction can only be expected on emergency situations of a national or regional scale. This practice requires not only the general characterization of a particular environmental problem, but also the assessment of its degree of danger to society.

The role of research in this process is to develop and provide a scientific basis for making managerial decisions in the field of economic security in the face of negative environmental impacts.

Problems of methodological and technological nature related to the collection, processing, analysis, and systematization of information, as well as territorial justification of decisions in the field of economic security in the context of environmental threats, are associated with heterogeneous spatial information.

GIS simulation of economic security in the context of environmental threats is based on the recipient approach to the functional blocks of the system in accordance with the current state of economic use of systems

An example of a scientific and practical substantiation of managerial decisions regarding environmental factors in the formation of economic security at the state level was the development of an automated Government information and analytical system for emergency situations (UIAS NA) based on the departmental principle. It is based on a systematic approach to the interaction of natural, economic, social and technical systems with the display of information in the form of geographic information systems and their transformation into relevant expert systems.

Усикова О. М. Аналіз та обґрунтування управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах екологічної трансформації аграрних підприємств.

Завжди інформація про населення, природокористування та техногенний вплив представлена за штучними ареалами. Зазвичай для цього використовують адміністративно територіальний поділ на національному та регіональному рівні. На локальному рівні одиницями є території землевідведення, санітарні зони, робочі ділянки полів тощо.

Роль наукових досліджень у цьому процесі - розробити та надати наукове обґрунтування прийняття управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах негативних екологічних впливів.

ГІС моделювання економічної безпеки в умовах екологічних загроз здійснюється на основі реципієнтного підходу за функціональними блоками системи відповідно до сучасного стану господарського використання систем.

Звичайно, вирішити в повному обсязі вищеназвані проблеми неможливо, але можна визначити методологічні та методичні шляхи їх мінімізації. Розвиток наукових досліджень завжди пов'язаний із суспільною практикою. На сучасному етапі економічна ситуація дозволяє спрямовувати кошти на вирішення лише першочергових проблем. Фактично, якась суспільна реакція може очікуватися лише на надзвичайні ситуації національного або регіонального масштабу. Така практика потребує не просто загальної характеристики конкретної екологічної проблеми, але оцінювання ступеню її небезпеки для суспільства.

Усикова Е. Н. Анализ и обоснование управленческих решений в сфере экономической безопасности в условиях экологической трансформации аграрных предприятий.

© ***O. Usykova / Усикова О. М., 2019***

Всегда информация о населении, природопользования и техногенное воздействие представлена за искусственными ареалами. Обычно для этого используют административно территориальное деление на национальном и региональном уровне. На локальном уровне единицами являются территории землеотвода, санитарные зоны, рабочие участки полей и тому подобное.

Роль научных исследований в этом процессе - разработать и предоставить научное обоснование принятия управленческих решений в сфере экономической безопасности в условиях негативных экологических воздействий.

ГИС моделирования экономической безопасности в условиях экологических угроз осуществляется на основе реципиентного подхода по функциональным блокам системы в соответствии с современным состоянием хозяйственного использования систем.

Конечно, решить в полном объеме вышеназванные проблемы невозможно, но можно определить методологические и методические пути их минимизации. Развитие научных исследований всегда связан с общественной практикой. На современном этапе экономическая ситуация позволяет направлять средства на решение только первоочередных проблем. Фактически, какая общественная реакция может ожидаться только на чрезвычайные ситуации национального или регионального масштаба. Такая практика требует не просто общей характеристики конкретной экологической проблемы, но оценки степени ее опасности для общества.

Постановка проблеми. ГІС-моделювання, або моделювання за допомогою географічних інформаційних систем які дозволяють відуалізувати об’єкти та результати моделювання. Для обґрунтування управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах екологічних загроз необхідна просторово локалізована інформація як про природні характеристики території, так і про рівні негативного техногенного впливу та реципієнтів цього впливу - населення, чутливі види господарства.

На практиці локалізація певних характеристик відбувається трьома засобами територіального моделювання:

- точками,
- ізолініями,
- ареалами.

Звичайно, частина інформації часто є не локалізованою. Кожний з цих методів має технологічні особливості та нюанси. Зокрема, технологія моделювання просторових характеристик за допомогою ареалів може бути пов'язана з районуванням, а може і не бути ним. Районування може бути типологічним та регіональним, тобто принципово відрізнятися. Звичайно, зведення такої інформації, локалізованої за різними методами, є складним та таким що викликає сумніви у достовірності результату. Зокрема, найвідомішим технологічним принципом поєднання просторової інформації змодельованої методом ареалів та ізолінійній є створення ландшафтної карти за генетико-морфологічним принципом.

Другою проблемою збору інформації для ГІС моделювання є територіальна структура інформації про населення, господарство та негативний техногенний вплив, природні особливості території. Звичайно, вони можуть бути представлені у різній формі, але у переважній більшості випадків синтетична інформація про природні умови та ресурси представлена у формі регіонального фізико-географічного районування та типологічного ландшафтного районування. Багато спеціальної інформації може бути представлено у непросторовій формі [4, с 358].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах екологічних загроз підприємств присвячені праці багатьох відомих зарубіжних і вітчизняних учених-економістів: Ламбена Ж.Ж., Портера М, Діксона П.Р, Шевченка Л.С., Фатхутдінова Р.А., Юданова А.Ю., Осіпової В.Є., Градова А.П., Іванова Ю.Б. та ін. На сьогоднішній день існують багато спеціальної інформаціїщодо мінімізації негативних екологічних впливів. Можна зробити висновок про те, що ці питання можуть ініціюватися суспільством (окремими громадянами, громадськими організаціями, місцевими громадами, партіями тощо), промисловими

підприємствами, органами місцевої влади, депутатами тощо. їх реалізація здійснюється через державну владу: законодавчу, виконавчу та судову.

Мета статті. Метою даного дослідження є вивчення аналізу компонентів антропогенно трансформованого природного середовища у відповідності до цільової функції , визначення провідних чинників і побудування наукової моделі геосистем певного типу. Використання такого методу з застосуванням ГІС-технологій для обробки і систематизації результатів є науковим обґрунтуванням прийняття управлінських рішень для регіонального екологічного менеджменту.

Результати дослідження. Завжди інформація про населення, природокористування та техногенний вплив представлена за штучними ареалами. Зазвичай для цього використовують адміністративно територіальний поділ на національному та регіональному рівні. На локальному рівні одиницями є території землевідведення, санітарні зони, робочі ділянки полів тощо.

При впровадженні комп'ютерних технологій ГІС моделювання з одного боку вирішується проблема об’єктивності інформації, але одночасно збільшуються вимоги до її достовірності. Причиною цього є відсутність „мистецького" етапу, коли очевидні для фахівця неточності усуваються в процесі мистецько-наукового переосмислення картографічної інформації.

До методологічних проблем екологічного обґрунтування управлінських рішень належать: нестабільність меж природничого та адміністративного районування, відсутність нормативних вимог технології районування, поліпідходність, багатопаратметрність екологічної оцінки, відсутність нормованих достовірних критеріїв оцінювання. З ландшафтознавчої точки зору методологічним ускладненням є відсутність єдиного сприйняття предмету дослідження як системи.

До технологічних проблем належить секретність великомасштабних топографічних карт, точність інформації, час одержання інформації, складність реальної оцінки інформації різних проекціях та неточності перенесення у цифровий вигляд з паперових носіїв.

Державна політика забезпечення економічної безпеки в умовах екологічних трансформацій зумовлена рядом причин, серед яких можна виділити наступні питання:

• недосконаліть дієвої законодавчої бази політики безпеки в Україні;

• недосконаліть виконавчої системи екологічного контролю, що була створена за для забезпечення ефективності ресурсокористування;

• недосконала система прийняття державних управлінських рішень;

• несистемна організація обгрунтування управлінських рішень;

• недосконаліть ієрархічної системи прийняття управлінських рішень на різних територіальних рівнях;

• відсутність розробленої наукової бази обгрунтування рішень задля забезпеченні економічної безпеки в умовах екологічних трансформацій [5, с 298].

Звичайно, вирішити в повному обсязі вищеназвані проблеми неможливо, але можна визначити методологічні та методичні шляхи їх мінімізації. Розвиток наукових досліджень завжди пов'язаний із суспільною практикою. На сучасному етапі економічна ситуація дозволяє спрямовувати кошти на вирішення лише першочергових проблем. Фактично, якась суспільна реакція може очікуватися лише на надзвичайні ситуації національного або регіонального масштабу. Така практика потребує не просто загальної характеристики конкретної екологічної проблеми, але оцінювання ступеню її небезпеки для суспільства.

Досвіду постіндустріальних країн щодо мінімізації негативних екологічних впливів можна зробити висновок про те, що ці питання можуть ініціюватися суспільством (окремими громадянами, громадськими організаціями, місцевими громадами, партіями тощо), промисловими підприємствами, органами місцевої влади, депутатами тощо. їх реалізація здійснюється через державну владу: законодавчу,

виконавчу та судову. Для однієї групи країн (США та Великобританія) характерним шлях подання судових позовів щодо екологічних негараздів і вирішення екологічних проблем на основі судових рішень, що утворюють юридичний прецедент. Іншим шляхом характерним для країн ЄС є лобіювання громадських інтересів та інтересів галузей господарства, що є вразливими для негативного техногенного впливу (туризм, сільське, лісове господарство) через законодавчу ініціативу в парламентах. Третім шляхом є адміністративне регулювання негативного екологічного впливу на основі нормативних документів створених органами виконавчої влади переважає в країнах, де демократія тільки формується.

Роль наукових досліджень у цьому процесі - розробити та надати наукове обґрунтування прийняття управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах негативних екологічних впливів.

Проблеми методичного та технологічного характеру пов'язані із збиранням, обробкою, аналізом та систематизацією інформації, а також з територіальним обґрунтуванням рішень в сфері економічної безпеки в умовах екологічних загроз пов'язані із різнорідністю просторової інформації. Єдиним шляхом їх вирішення є методологічне поєднання ареалів інформації блоку «Природа» та блоків «Господарство» та «Населення». Методом, накладання меж утворюються нові ареали геосистем, що є внутрішньо однорідними за всім набором параметрів. Звичайно, на методологічному рівні таке технологічне накладання відбувається по-різному. Для національного рівня блок «Природа» характеризується за фізико-географічним регіональним районуванням на рівні природних зон, підзон та гірських країв, блоки «Населення» та «Господарство» за економічними районами.

Для регіонального рівня блоки «Господарство» та «Населення» характеризуються за адміністративними областями, а за природним блоком за фізико-географічними краями.

Для локального рівня блоки «Господарство» та «Населення» характеризуються за адміністративними районами, а за блоком «Природа» за фізико-географічними районами, що дорівнюють ландшафтам.

На локальному рівні блоки «Господарство» характеризується за оперативними одиницями територіальною управління в залежності від типу природокористування - робочими ділянками аграрних господарств, санітарними зонами, або зонами впливу промислових підприємств тощо. За блоком «Населення» за населеними пунктами, а для великих міст за районами. Для блока «Природа» такими одиницями є геосистеми, виділені в залежності від визначеної відповідно до мети дослідження ландшафтно-територіальної структури на рівні урочищ (підурочищ), якщо посилатися на класичну класифікацію.

Специфікою ГІС-моделювання є просторовість та системність. Предметом досліджень є територіальна система певного типу і рангу, що залежить від мети та масштабу досліджень.

ГІС моделювання економічної безпеки в умовах екологічних загроз здійснюється на основі реципієнтного підходу за функціональними блоками системи відповідно до сучасного стану господарського використання систем:

• для природоохоронних та мало змінених територій аналізується вплив на блок "Природне середовище" екологічні чинники негативного впливу;

• для територій лісо- та сільськогосподарського та рекреаційного використання аналізується вплив на блок "Природокористування" як зміна ефективності господарювання та його адаптація до екологічних чинників впливу;

• для населених пунктів аналізується вплив на блок "Населенні» як ризик фізіологічних та соціальних наслідків для населення від негативного екологічного впливу.

Дослідження складних територіальних природно-господарських систем з метою обґрунтування управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах екологічних загроз потребує систематизації, аналізу та оцінювання великого обсягу кількісної та якісної просторово-локалізованої інформації. Досягнення цього здійснюється шляхом застосування геоінформаційних технологій. Це дозволяє структурувати територіально прив'язані характеристики та параметри, конструювати просторові моделі в ГІС та візуалізувати одержані результати аналізу, оцінки та прогнозу у формі електронних та паперових карт [3, с.275].

Прикладом науково-практичного обґрунтування управлінських рішень щодо екологічних чинників формування економічної безпеки на державному рівні стала розробка автоматизованої Урядової інформаційно-аналітичної системи з надзвичайних ситуацій (УІАС НС) за відомчим принципом. Вона базується на системному підході до взаємодії природних, економічних, соціальних та технічних систем з відображенням інформації у формі геоінформаційних систем та їх трансформації у відповідні експертні системи [6, с.1].

Інформація про характеристики природних компонентів зосереджується в межах природних ареалів. Інформація про антропогенну трансформацію земель, розораність, замість тощо звичайно представлена за областями, районами та господарствами. Дані про обсяги викидів в повітря та скидів в водне середовище забруднюючих речовин наводяться для областей, районів та підприємств.

Висновки. Для проведення аналізу необхідно здійснювати інтеграцію даних розподілених за природними та адміністративно-господарськими ареалами, межі яких не співпадають. Існує метод який дозволяє інтегрувати цю інформацію. На карту природних ареалів, звичайно це ландшафтні типологічні одиниці певного ієрархічного рангу, накладається карта з межами адміністративних або господарських одиниць.

Для обґрунтування прийняття управлінських рішень на національному рівні ми створюємо ГІС природно-господарських систем, де виділяються внутрішньо однорідні просторові кластери.

По-перше необхідно визначити конкретного споживача результатів ГІС моделювання. Базовою територіальною одиницею державного управління в Україні є адміністративно територіальні райони. Тобто прийняття управлінських рішення які мають територіальне впровадження на національному рівні здійснюється через Адміністрацію Президента України, якій необхідно надавати кожній адміністративній області та двом містам певну команду, яка потім буде передана через державні адміністрації кожному адміністративному району надати чітку установку, що саме потрібно робити.

По-друге визначити методологічну основу просторового дослідження – це природно-господарська територіальна система, яка складається з трьох функціональних блоків: «Населення», «Господарство», «Природа».

По-третє необхідно визначитися з характеристикою інформації. Для блоку «Населення» це демографічні показники та захворюваність населення, смертність від хвороб певних типів. Для блоку «Господарство» це окремі підприємства різних секторів економіки, інформація про обсяг виробництва, галузева територіальна структура та екологічні показники викидів в атмосферу, скидів до водного середовища, складування відходів, забруднення грунтів, надзвичайних ситуацій техногенного походження тощо. Для блоку «Природа» це інформація про ресурси відновлювальної енергетики (інсоляція, кількість сонячних днів, швидкість і повторюваність вітру, напрямки вітру, водний баланс річок, водність, період повенів, гідро потенціал тощо), сільського господарства (вміст гумусу, тип грунту, його механічний склад, лужність, вміст NPK тощо) та характеристики рельєфу, рослинності, ґрунтів, геологічної будови, підземних вод, тваринного світу, ландшафтно-геохімічні характеристики території як реципієнту техногенних забруднень, кількість та тип заповідних територій тощо

По-четверте, необхідно визначити джерела та формат надходження інформації.

По-п'яте, необхідно визначитися із масштабом дослідження. Масштаб визначається потребами. В зв'язку із завданням роботи необхідно визначити заходи для забезпечення економічної безпеки держави в умовах екологічних трансформацій, тобто рішення, яким притаманний територіальний аспект мають прийматися на національному рівні.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко В.М. Розвиток ефективного виробництва та промислової переробки в Україні / В.М. Бондаренко // Економіка АПК. — 2016. — № 5. — С. 61-64
2. Портер М. Конкурентное преимущество как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; пер. с англ. / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 715 с.
3. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : монографія . - К.: НІСД , 2009. - 336 с
4. Медоуз Д.Х. Пределі роста: 30 лет спустя/ Д.Х.Медоуз, Й.Рандерс, Д.Л. Медоуз; пер. с англ.. Е.С.Оганесян; под.. ред. Н.П.Тарасовой. –М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. -358с.
5. Ойкен В . Основные принципы экономиче ской политики . - М .: Прогре сс , 1995. - С .298.
6. Скрипчук П.М. Социально-экономические основы экологической сертификации в Украине / П.М. Скрипчук // Устойчивое социально-экономическое развитие региона: Междунар. науч.–практ. конф. Гродно, 16-17 мая 2008 г. – Гродно ГрГУ им. Я. Купалы / П.М. Скрипчук. – Гродно: ГрГУ, 2008. – В 2 ч. Ч. 1. – С. 1
7. Сорока Л.М. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств // Науково-теоретичний1 журнал Хмельницького економічного університету. Випуск 2(10). – Хмельницький. – 2008. –с. 190-195. 67-1
8. KotlerP., KellerK. L., 2009. Marketing Management, 13 th edition. Pearson Education International

References:

1. Bondarenko V.M. (2016), "Development of efficient production and industrial processing in Ukraine", ["Rozvytok efektyvnogo vyrobnyctva ta promyslovoi' pererobky v Ukrai'ni"], V.M. Bondarenko , Economics of agriculture No.5, pp. 61-64
2. Porter M. " (2015), Competitive advantage how to achieve a high result and ensure its sustainability", ["Konkurentnoe preymushhestvo kak dostych' vysokogo rezul'tata y obespechyt' ego ustojchyvost"], trans. from English, M. Porter, M., Alpina Business Bucs, 715 p.
3. Zhalilo Y.A. (2009), "Theory and practice of forming an effective economic strategy of the state", ["Teorija ta praktyka formuvannja efektyvnoi' ekono michnoi' strategii' derzhavy"], monograph, K.: NISD, 336 p
4. Meadows D.H. (2012), "Growth Limits: 30 Years Later", ["Predeli rosta: 30 let spustja"], D.H.Modows, J.Randers, D.L. Meadows; trans. from English, E.S. Oganesyan, ed. NPTarasova, M.: BINOM, Laboratory of Knowledge, 358p.
5. Ojken V. (1995), "Basic principles of economic policy", ["Osnovnye principy jekonomiche skoj politiki"], M., Progress, pp. 298.
6. Skripchuk P.M. (2008), "Socio-economic bases of ecological certification in Ukraine", ["Social'no-jekonomicheskie osnovy jekologicheskoj sertifikacii v Ukraine"], P.M. Skripchuk, Sustainable socio-economic development of the region: Intl. scientific-pract. Conf. Grodno, May 16-17, 2008, Grodno State University, Kupala P.M. Skripchuk, Grodno: GrGU, at 2 part, part 1, p. 1
7. Soroka L.M. (2008), "Estimation of investment attractiveness of enterprises", ["Ocinka investycijnoi' pryvablyvosti pidpryjemstv"], Scientific-theoretical Journal of Khmelnitsky Economic University, Issue 2 (10), Khmelnytskyi, pp. 190-195, 67-1
8. KotlerP., KellerK. L., (2009), Marketing Management, 13 th edition. Pearson Education International.

Keywords: economic security; environmental problem; ecological transformation; management decisions; agricultural enterprises.
Ключові слова: економічна безпека; екологічна проблема; екологічна трансформація; управлінські рішення; аграрні підприємства.
Ключевые слова: экономическая безопасность; экологическая проблема; экологическая трансформация; управленческие решения; аграрные предприятия.

Рецензент: Коренюк П. І., завідувач кафедри менеджменту організацій і адміністрування, д.е.н, професор, Дніпровський державний технічний університет, м. Кам'янське

Перевірено на плагіат системою:
https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/17a10fab341048f982adfe1d37b6cab0

CONTENT / ЗМІСТ / СОДЕРЖАНИЕ:

O. Khadzhynova, M. Kurtyanik. Risk management as a component of the financial security management system in enterprise. *7*

Хаджинова О.В., Куртяник М.С. Ризик-менеджмент як складова системи управління фінансовою безпекою на підприємстві. *7*

M. Kravhcenko, M. Ksenita. Theoretical and methodological foundations of product quality management at industrial enterprises. *14*

Кравченко М.С. Ксеніта М. О. Теоретично-методологічні основи управління якістю продукції на промислових підприємствах. *14*

T. Gorokhova, A. Zarahulova Practical aspects of business administration of process of environmental management in Ukraine and Poland. *21*

Горохова Т.В., Зарагулова А.І. Практичні аспекти бізнес-адміністрування процесів природокористування в Україні та Польщі. *21*

T. Logutova, M. Poltoratskiy. Creation an innovative mechanism of tariffing for the marine industry enterprises. .. *28*

Логутова Т.Г., Полторацький М.М. Створення інноваційного механізму тарифоутворення на підприємствах морської галузі. *28*

K. Borblik. Prerequisites for forming a strategy for sustainable development of the tourist services market in Ukraine. *34*

Борблік К.Е. Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *34*

I. Psareva, S. Arikhbaieva. A study of the position of Ukraine in international innovation rankings. *42*

Псарьова І.С., Аріхбаєва С.В. Дослідження позицій України у міжнародних інноваційних рейтингах. *42*

O. Lyubchuk, O. Hryvtsova. The problem of development of restaurant business in the context of world trends (on the example of the city of Mariupol). *49*

Любчук О. К., Гривцова О. М. Проблема розвитку ресторанного бізнесу в контексті світових тенденцій (на прикладі міста Маріуполя). *49*

A. Mints, P. Sidelov. Analysis of the global level of the banking system readiness for the implementation of the open banking concept. *57*

Мінц О.Ю., Сідельов П.А. Аналіз глобального рівня готовності банківської системи до імплементації концепції «open banking». *57*

O. Kalinin. Technology investments as part of the marketing policy of diversified enterprises *64*

Калінін О. В. Технологічні інвестиції як частина маркетингової політики диверсифікованих підприємств *64*

M. Makarenko, A. Zaderei. Research of conditions of implementation of international human resource management practice. *72*

Макаренко М.В., Задєрєй А.С. Дослідження умов впровадження практики міжнародного управління людськими ресурсами в портах. *72*

N. Potapova, A. Kravchenko. Port clusters and economic development of ports. T *79*

Потапова Н.М., Кравченко А.В. Портові кластери та економічний розвиток портів. *79*

S.Mishchenko, Patterns of formation and development of the labor market in conditions of labor-resource volatility: theoretical and methodological aspect. *86*

Міщенко С. О. Закономірності формування і розвитку ринку праці в умовах трудоресурсної волатильності: теоретико-методологічний аспект *86*

O. Bodnaruk Using innovative marketing technologies in the tourism industry. *97*

Боднарук О.В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *97*

M. Kravchenko, A. Kinash. Marketing strategy at transport enterprises in the context of crisis management. *105*

Кравченко М.С., Кінаш А.А. Маркетингова стратегія на транспортних підприємствах в умовах антикризового управління *105*

L. Mamatova, V. Kornyuk Theoretical aspects of assessment of the economic potential of the enterprise. *115*

Маматова Л.Ш., Корнюк В.В. Теоретичні аспекти оцінки економічного потенціалу підприємства *115*

L. Mamatova, A. Pozhidaeva. Theoretical aspects of enterprise competitiveness.....121

Маматова Л.Ш., Пожидаєва А.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства.....121

V. Gonchar, O. Bogachov. Innovative marketing in the B2B market.....127

Гончар В. В., Богачев О. С. Інноваційний маркетинг на ринку B2B.....127

Yu. Matskewych. Interaction of institutions of higher education and business in the conditions of modern economic development.....134

Мацкевич Ю.І. Взаємодія закладів вищої освіти та бізнесу в умовах сучасного економічного розвитку. 134

M. Kravhcenko, R. Kussa. Organizational foundations of modern quality management systems in industrial enterprises 141

Кравченко М.С. Кусса Р.О. Організаційні основи сучасних систем управління якістю на промислових підприємствах.....141

Aleksandrova R.A. Formation of an effective mechanism for motivating the work of the management personnel of the organization.....148

Александрова Р.А. Формування ефективного механізму мотивування праці управлінського персоналу організації.....148

Ž. Simanavičienė, R .Žitkienė, P. Burak, Transnational corporations and economic security: interaction in terms of globalization.....156

Симанавичене Ж., Житкієне Р., Бурак П.В. Транснаціональні корпорації та економічна безпека: взаємодія у умовах глобалізації.....156

A. Grusheva, V. Salimon, K. Filipishyn. Project management and uncertainty management.....164

Грушева А.А., Салямон В.П., Філіпішина К.І. Проектний менеджмент та управління невизначеністю. 164

L. Kapranova. State of trade relations of Ukraine with some countries of the post-Soviet space.....170

Капранова Л. Г. Стан торгівельних відносин України з деякими країнами пострадянського простору. 170

G. Shvets, Modern tendencies of development of HR-management at domestic enterprises.....174

Швець Г.О. Сучасні тенденції розвитку HR-менеджменту на вітчизняних підприємствах 174

A.Sahirova, The corporate identity of the hotel business in the tourism marketing system.....182

Сагірова А.С. Фірмовий стиль готельного бізнесу в системі туристичного маркетингу. 182

S. Belous-Sergeeva. Research of key elements of the implementation of the occupational health and safety management system with the use of ISO 45001.....188

Білоус-Сергєєва С. О. Дослідження ключових елементів впровадження системи менеджменту безпеки праці з використанням стандарту ISO 45001. 188

Y. Kuznetsova, D. Husiev, Wheeled vehicle certification: possibilities of legal regulation 194

Кузнецова Ю.В., Гусєв Д.А. Сертифікація колісних транспортних засобів: перспективи правового регулювання 194

O. Usykova, Analysis and rationale of management decisions in the field of economic security in the conditions of environmental transformation of agrarian enterprises 200

Усикова О. М. Аналіз та обґрунтування управлінських рішень в сфері економічної безпеки в умовах екологічної трансформації аграрних підприємств. 200

Information for Authors / Інформація для авторів

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

Доводимо до Вашого відома, що збірник **«Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки»** включено до переліку наукових фахових видань ВАК України (Наказ МОН України від 16.05.2016 № 515 (Додаток 12). З попередніми виданнями збірника можна ознайомитися на офіційному сайті Національної бібліотеки ім. В. І. Вернадського. Офіційний сайт збірника http://ves.pstu.edu/ Архів видань та вимоги до оформлення статей: http://eir.pstu.edu/handle/123456789/4003

Збірник включено до Міжнародної наукометричної бази **Index Copernicus** http://journals.indexcopernicus.com/+++++++,p24782753,3.html

Статті приймаються **тільки на електронну пошту:** vestnik.pstu@gmail.com
Рецензію доктора наук надсилати: Кравченко Марині Сергіївні, Кафедра економічної теорії та підриємництва, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», вул. Університетська, 7, ауд. 5. 321, м. Маріуполь, Донецька обл., 87555

Телефони для довідок: **(098) 258 94 47, (066) 916 15 37** – *Капранова Лариса Григорівна* відповідальний секретар збірника;,

(097) 641 67 99– *Кравченко Марина Сергіївна* .

ПРИ ПОДАЧІ СТАТТІ (ЕЛЕКТРОННА ПОШТА) НЕОБХІДНО НАДІСЛАТИ:

Наприклад: Ivanov_article; Ivanov_rezension (відсканована копія); **Ivanov_oplata** (відсканована копія сплаченої квитанції (оплата публікації здійснюється **після підтвердження** редакційною колегією прийняття статті до друку).

Відправляючи публікацію до наукового фахового видання «Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності», автор підтверджує, що має всі права на неї і згоду співавторів на публікацію, а також надає право видавцеві збірника «Теоретичні и практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності» на оприлюднення цих матеріалів у друкованому та електронному вигляді, розуміючи незворотність такої публікації і відмовляючись від претензій про можливі потреби відкликання такої публікації і відсутності технічної можливості у видавця. З моменту подачі публікації редактору збірника внесення будь-яких змін і доповнень неможливо. Якщо публікація надійде пізніше опублікованих граничних строків подання публікацій, редактор має право перенести її публікації в наступний випуск збірника. Сплачений внесок за інформаційно – аналітичне забезпечення наукової діяльності поверненню не підлягає. Для вирішення спірних питань щодо граничних термінів публікації встановлюється строк в 365 календарних днів для опублікування матеріалів видавцем після їх надходження від автора. Тільки недотримання видавцем цього терміну надає автору право вимагати повернення реєстраційного внеску. Ненадання автором матеріалів для публікації не є підставою для повернення внеску за інформаційно – аналітичне забезпечення наукової діяльності. Усі матеріали та звернення, направлені із зареєстрованої в цій формі адреси електронної пошти автора, визнаються видавцем як такі, що були спрямовані від імені автора, не вимагають особистого підпису автора і можуть бути прийняті до уваги або виконання з моменту їх надходження на адресу видавця.

При подачі статті до збірника автор (автори) підтверджує її відповідність всім встановленим вимогам, зазначеним нижче: автор підтверджує, що стаття раніше не була опублікована і не посилалася на розгляд редакціям інших журналів чи збірників; автор (автори) підтверджує, що ця стаття є особистим напрацюванням; виключно автор несе відповідальність за зміст статті в сфері охорони авторського права і суміжних прав відповідно до законодавства України.

Редакція збірника здійснює офіційну перевірку наданих авторами матеріалів на наявність плагіату. Редакція здійснює п*еревірку на плагіат системою Unicheck:* https://corp.unicheck.com.

Редакція збірника не несе відповідальність за авторство статей, які надруковані на його сторінках. Спори і проблеми у сфері авторського права, які виникають у зв'язку з матеріалами, які опубліковані на сторінках збірника наукових праць, вирішуються шляхом прямих переговорів між авторами, або третіми особами та авторами. Редакція збірника не втручається в конфлікт інтересів і не несе відповідальність за дії авторів. Якщо спір або проблемні питання у сфері авторського права не можуть бути врегульовані мирним шляхом, автори вирішують їх відповідно до законодавства в судовому порядку.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ

В СТРУКТУРІ СТАТТІ МАЮТЬ БУТИ ВІДОБРАЖЕНІ **ОБОВ'ЯЗКОВІ ЕЛЕМЕНТИ** ЗГІДНО З ВИМОГАМИ МОН УКРАЇНИ ДО НАУКОВИХ СТАТЕЙ *(Постанова Президії ВАК України від 15.01.2003р. № 7-05 / 1)* та методології оцінки **Index Copernicus.**

При підготовці матеріалів для публікації редакційна колегія збірника просить авторів **дотримуватися наступних вимог:**

індекс УДК (на початку з лівого боку);

назва статті (по центру, ПРОПИСНИМИ, **напівжирним**);

ID ORCID автора (https://orcid.org/signin)

дані про автора на мові оригінала статті та англійською мовою (нижче під заголовком з лівого боку) – **прізвище, ім'я та по батькові** (**повністю** в називному відмінку, напівжирним); науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи (без скорочень);

анотації англійською, українською, та російською мовами в такому порядку й вигляді: **прізвище, ім'я та по батькові автора** (виділити напівжирним**); назва статті** (виділити напівжирним**); текст анотації (200 - 250 слів** за методологією оцінки **Index Copernicus і в структурованому вигляді, тобто відображати структуру статті**); (У відповідності до Наказу МОН України від 06.02.2018 року № 148/31600 "Про порядок формування Переліку наукових фахових видань України, в анотації до статті необхідно виділяти характер статті. Тобто, якщо стаття не містить нових наукових результатів, необхідно зазначати що стаття має оглядовий чи науково - методичний характер.)

постанова проблеми (у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями);

аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор;

виділення невирішеної проблеми, котрим присвячується стаття***;***

мета статті;

виклад основного матеріалу с з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

висновки та (або) ***пропозиції*** в даному напрямку.

список використаних джерел, оформлений відповідно до стандартів (ГОСТ 7.1-84, ДСТУ 3582-97, ГОСТ 7.12-93). Список літератури повинен бути представлений в послідовному порядку **(за згадуванням у тексті).**

ключові слова (5-11 слів) на **українській, російській та англійській мовах (**ключові слова не повинні повторювати назву статті**).**

- **обсяг статті,** у тому числі зі списком використаних джерел, таблицями, схемами, анотаціями тощо не повинен перевищувати ***12 сторінок*** (ф. А4); сторінки не пронумеровані;
- **текст** повинен бути набраний шрифтом Times New Roman, 12 кеглем через 1,5 інтервали; поля: верхнє - 2 см, нижнє - 2 см, ліве - 3 см, праве - 1,5 см; абзацний відступ - 1,25 см.
- **виноски та примітки** повинні відповідати наступним вимогам: зноски на джерела оформлюються за правилами бібліографічного опису літератури (у квадратних дужках номер джерела з посиланням на сторінку, наприклад [7, С. 11]);
- **ілюстративний матеріал** повинен відповідати наступним вимогам: графіки та діаграми повинні бути зроблені в Microsoft Excel; формули мають бути належним чином оформлені в Math Type 6.0 або Microsoft Equation, малюнки повинні бути згруповані;

Редакційна колегія може скорочувати й редагувати матеріал!

ДЯКУЄМО ЗА ТОЧНУ І ПОВНУ ІНФОРМАЦІЮ!

Підписано до друку 26.09.2019 року Формат 60x90/8. Папір типографський.
Офсетний друк. Умовн. друк. арк. 25,66 Тираж 100 прим. Замовлення №

Видавництво ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
Адреса редакції збірнику:
ДВНЗ «ПДТУ», к. 175, вул. Університетська, 7, м. Маріуполь, Донецька обл., 87555, Україна
Address:
PSTU, vul. Universytetska, 7, Mariupol, Donetska Oblast, 87555, Ukraine