

ISSN 2079-4762

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ

Тематичний збірник наукових праць

2020

№ 1 (47)

Виходить двічі на рік

Збірник засновано 1994 року

Засновник — Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

*Журнал включено до міжнародних наукометричних баз
та інформаційно-аналітичних систем
Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib,
Scientific Indexing Services, Ulrichsweb Global Serials Directory*

Кривий Ріг
ДонНУЕТ
2020

Головний редактор – **Н. О. Слободянюк, д-р екон. наук, професор**
Заступник головного редактора – **С. В. Волошина, канд. екон. наук, доцент**

Відповідальний редактор – **Т. О. Ружинська**
Відповідальний секретар – **М. О. Юнацький, канд. екон. наук**

Члени редакційної колегії (Україна): Г. О. Горіна, д-р екон. наук, доцент; Т. Д. Косова, д-р екон. наук, проф.; Ю. Ф. Гудзь, д-р екон. наук, доцент; Н. В. Лохман, д-р екон. наук, доцент; М. Т. Шендригоренко, канд. екон. наук, доцент (ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг); О. Є. Бавико, д-р екон. наук, доцент (Одеський національний політехнічний університет); В. А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (Харківський державний університет харчування та торгівлі); Н. О. Краснікова, канд. екон. наук, доцент (Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара); О. Ю. Попова, д-р екон. наук, проф. (Донецький національний технічний університет, м. Покровськ).

Закордонні члени редакційної колегії: Мартин Станієвський, канд. екон. наук (Університет економіки і гуманітарних наук, м. Варшава, Польща); Роберт Новацьки, канд. екон. наук (Університет економіки та гуманітарних наук, м. Варшава, Польща); Йоханан Шачмурове, канд. екон. наук (Коледж та Центр випускників Нью-Йоркського університету, США); Адріана Григоресцу, канд. екон. наук (Національний університет політичних досліджень та державного управління, м. Бухарест, Румунія); Храбрін Бацхев, канд. екон. наук (Інститут економіки сільського господарства, м. Софія, Болгарія).

*Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)
(наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 р. № 1643)
Журнал зареєстровано в Міністерстві юстиції України.
Серія КВ № 13183-2067 ПР від 25.07.2007 р.*

Затверджено вченою радою
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, протокол № 19 від 24.06.2020 р.

*Усі права захищені.
Передрук і переклади дозволяються лише з відома автора та редакції*

Мова видання: українська, російська, англійська

Торгівля і ринок України : тематичний зб. наук. праць / Донецький нац. ун-т екон. і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 130 с.

Збірник містить статті, у яких висвітлено результати експериментальних і теоретичних досліджень з актуальних проблем економіки. Фахове видання, у якому можна публікувати результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, брати участь у наукових дискусіях, повідомляти про наукове відкриття та мати доступ до необхідної в науковій роботі інформації. Для наукових працівників, викладачів, аспірантів і студентів.

© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2020

ISSN 2079-4762

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
DONETSK NATIONAL UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE
NAMED AFTER MYKHAILO TUGAN-BARANOVSKY

TRADE AND MARKET OF UKRAINE

Thematic collection of scientific works

2020

№ 1 (47)

Issued 2 times a year

Collection of scientific works published since 1994

**Founder — Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky**

*Journal is included to the international scientificmetrical bases
and informative-analytical systems
Index Copernicus, Google Scholar, ResearchBib,
Scientific Indexing Services, Ulrichsweb Global Serials Directory*

Kryvyi Rih
DonNUET
2020

Editor in chief — **N. O. Slobodianiuk, Grand PhD in Economic sciences, Professor**
Deputy editor in chief — **S. V. Voloshina, PhD in Economics Sciences, Associate Professor**

Executive Editor in chief — **T. O. Ruzhynska.**
Executive Secretary — **M. O. Yunatskyi, PhD in Economics Sciences**

Editorial board of Series (Ukraine): G.O. Gorina, Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor; T. D. Kosova, Grand PhD in Economic sciences, Professor; Yu. F. Gudz, Grand PhD in Economics Sciences, Associate Professor; N. V. Lokhman, Grand PhD in Economics Sciences, Associate Professor; M. T. Shendryhorenko, PhD in Economics Sciences, Associate Professor; (DonNUET named after Mykhailo Tugan-Baranovsky); V. A. Hrosul, Grand PhD in Economic sciences, Professor (Kharkiv State University of Food Technology and Trade); N. O. Krasnikova, PhD in Economic sciences, Associate Professor (Oles Honchar Dnipro National University); O. Yu. Popova, Grand PhD in Economic sciences, Professor (Donetsk National Technical University, Pokrovsk).

Foreign members editorial board: Staniewski Marcin Waldemar, PhD (University of Economics and Human Sciences in Warsaw, Poland); Nowacki Robert, PhD (University of Economics and Human Sciences in Warsaw, Poland); Shachmurove Yochanan, PhD (City College and the Graduate Center of the City University of New York); Adriana Grigorescu, PhD (National University of Political Studies and Public Administration, Bucharest, Romania); Bachev, Hrabrin Ianouchev, PhD (Institute of Agricultural Economics, Sofia, Bulgaria).

This publication is included in the List of Scientific Professional Editions of Ukraine (Category “B”) (Order No. 1643 of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated 28.12.2019). Journal was registered at Ministry of Justice of Ukraine. Reg. no KB № 13182-2067 ПП dated July 25, 2007. Certificate of Publ. ДК № 4929 dated July 7, 2015.

Passed for printing under recommendation of Academic Council
of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky
(transaction No. 19 dated 24.06.2020).

***Reprinting and translations are allowed
only from the consent of author and editorial board.***

Language of edition: Ukrainian, Russian, English.

Torhivlia i rynek Ukraine, (2020). Donetsk National Univer. of Econ. and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky. [Trade and market of Ukraine]. Kryvyi Rih, DonNUET, 130 p.

Collection contains scientific articles, in which the results of urgent economic problems experimental and theoretical researches are presented. Professional edition, where the results of thesis research for earning a degree PhD can be published, scholarly discussions can be conducted, scientific discovery can be reported about and necessary scientific information can be found.

For academicians, lecturers, post-graduate students and students.

ЗМІСТ

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СВІТОВОГО
ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА*Іванова Н. С., Коваль М. М.*ВПЛИВ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ЗЛОЧИННИХ ДОХОДІВ НА РІВЕНЬ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ..... 9

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

*Хаврова К. С.*ПОБУДОВА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ 17

ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Гудзь Ю. Ф., Юнацький М. О., Шаповалова І. В.*ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ МАЛИХ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ
АГРОБІЗНЕСУ З МЕТОЮ ЗАПОБІГАННЯ ЗАГРОЗИ ЇХ БАНКРУТСТВА..... 26*Костакова Л. Д.*ВРАХУВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ ПІД ЧАС ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ 38*Слободянюк Н. О., Шокер Р. І.*МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА..... 47ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ,
МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ*Барабанова В. В., Богатирьова Г. А.*ТЕХНОЛОГІЇ ЛАТЕРАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ
НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ..... 57*Данкесва О. М.*ВПЛИВ АРОМАМАРКЕТИНГУ НА СПОЖИВАЧІВ
У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПРОСТОРИ 65*Карабаза І. А., Бондаренко К. В.*КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ
НА КОСМЕТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ..... 72

ФІНАНСИ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ І АУДИТ

*Волошина С. В., Костакова Л. Д.*МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ
ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА..... 78*Гейер Е. С., Шендригоренко М. Т., Шевченко Л. Я.*АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ
ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 88

Штик Ю. В.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ВІНАГОРОД ПРАЦІВНИКАМ:
ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ 96

Янковський В. А.

КАПІТАЛ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ ТА КРОКИ
З ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ДОСТАТНОСТІ..... 105

РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

Кошель В. О.

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
СВІТОВОГО ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ 114

Снігур К. В.

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ МІСТ УКРАЇНИ 122

CONTENT**SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF WORLD
AND NATIONAL ECONOMY***Ivanova N. S., Koval M.*IMPACT OF MONEY LAUNDERING ON THE LEVEL
OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE..... 9**ECONOMY OF TRADE AND SERVICES***Khavrova K. S.*TRADE ENTERPRISE MANAGING MODEL FORMING
IN THE INTELLECTUALIZATION ACTIVITIES CONDITIONS..... 17**ECONOMIC MECHANISMS
OF MANAGEMENT ENTERPRISE***Hudz Yu. F., Yunatskyi M. O., Shapovalova I. V.*SMALL AGRICULTURAL BUSINESS PROCESSING ENTERPRISES FINANCIAL
ANALYSIS FEATURES TO AVOID THE THREAT OF ITS BANKRUPTCY 26*Kostakova L. D.*TAKING INTO ACCOUNT CRISIS WHEN EVALUATING THE POTENTIAL
OF INDUSTRIAL ENTERPRISES 38*Slobodyanyuk N. O., Shoker R. I.*USING RESOURCE POTENTIAL EFFICIENCY LEVEL ASSESSING METHODS
IN THE ENSURING THE ENTERPRISE FINANCIAL SECURITY PROCESS 47**ENTREPRENEURIAL ACTIVITY,
MARKETING, MANAGEMENT***Barabanova V. V., Bohatryryova G. A.*LATERAL MARKETING TECHNOLOGIES
IN THE TOURIST SERVICES REGIONAL MARKET..... 57*Dankeieva O. M.*

FLAVOR MARKETING INFLUENCE ON CONSUMERS IN THE COMMERCIAL SPACE... 65

*Karabaza I. A., Bondarenko K. V.*DOMESTIC COMPANIES IN THE COSMETICS MARKET OF UKRAINE
COMPETITIVE POSITIONS: MARKETING ASPECT..... 72**FINANCES, RECORD-KEEPING, CONTROL AND AUDIT***Voloshyna S. V., Kostakova L. D.*METHODOLOGICAL ASSESSMENT APPROACHES OF THE ENTERPRISE
CURRENT ASSETS MANAGEMENT STRATEGY..... 78*Geyer E. S., Shendryhorenko M. T., Shevhenko L. Ya.*COMPANY'S FUND INTERNAL CONTROL ACTUAL ISSUES
AND DIRECTIONS FOR THEIR SOLUTION..... 88

Shytk Yu.

ACCOUNTING OF EMPLOYEE BENEFITS:
INTEGRATED METHODOLOGICAL SUPPORT 96

Yankovskyi V. A.

CAPITAL OF BANKING INSTITUTIONS IN UKRAINE:
THE ESSENCE AND STEPS TO INCREASE ITS SUFFICIENCY..... 105

DEVELOPMENT OF SPHERE OF SERVICES ON MICRO, MEZO- AND MACROLEVELS

Koshel V. O.

INSTITUTIONAL AND ORGANIZATION SUPPORT
FOR WORLD INDUSTRIAL TOURISM DEVELOPMENT 114

Snihur K. V.

DIRECTIONS OF UKRAINIAN CITIES' RECREATIONAL
SPACE DEVELOPMENT 122

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-9-16

JEL : E60, G00, H20, M20

УДК 343.9

Іванова Н. С.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна,
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua
e-mail: koval@donnuet.edu.ua

Коваль М. М.,
здобувач вищої освіти

ВПЛИВ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ЗЛОЧИННИХ ДОХОДІВ НА РІВЕНЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

UDC 343.9

Ivanova N. S.,
Grand PhD in Economic
sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kriviy Rih, Ukraine,
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua
e-mail: koval@donnuet.edu.ua

Koval M. M.,
applicants for higher education

IMPACT OF MONEY LAUNDERING ON THE LEVEL OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Мета — дослідити вплив легалізації злочинних доходів на рівень економічної безпеки України.

Методи. Теоретичною базою дослідження виступають здобутки зарубіжних та вітчизняних науковців. Для досягнення поставленої мети було використано такі методи дослідження: аналізу, синтезу та порівняльного аналізу — для оцінювання рівня економічної безпеки та показників системи фінансового моніторингу; кореляційного аналізу — для виявлення існування та щільності зв'язку між рівнем економічної безпеки та показниками ефективності антилегалізаційного стримування в Україні; графічний та побудови аналітичних таблиць — для наочного відображення результатів дослідження.

Результати. Результати аналітичного дослідження зв'язку між системою антилегалізаційного стримування в Україні та рівня економічної безпеки дають можливість зробити такі висновки. Динаміка інтегрального показника рівня економічної безпеки України за 2012–2018 рр. свідчить, що економічна безпека держави знаходиться у незадовільному стані. Що стосується рівня мінімізації економіки, то він зменшується через збільшення кількості відкритих та прозорих операцій. Рівень економічної безпеки не може знаходитись на достатньо прийнятному стані через предикатні злочини. За даними 2013–2018 рр. найбільшу частку у структурі предикатних злочинів у кримінальних провадженнях, пов'язаних з відмиванням злочинних доходів, розпочатими правоохоронними органами, займають фіктивне підприємництво, привласнення, розтрата майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем та шахрайство. Результати кореляційного аналізу дозволили стверджувати, що рівень впливу тіньової економіки оцінюється як сильний обернений. Окрім того, сильний зворотний зв'язок на рівень економічної безпеки спостерігається і стосовно показника «Частка кримінальних проваджень за ст. 209 КК України».

Ключові слова: економічна безпека, легалізація, відмивання доходів, кореляційний аналіз, національна безпека.

Постановка проблеми. Проблема легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, набула особливої значущості для України протягом останнього десятиліття,

оскільки криміналізація економіки стала однією з головних загроз для економічної безпеки нашої держави. Суспільна небезпечність цього явища останнім часом виявляється в

нових аспектах. Виникнення проблеми «відмивання брудних» грошей прямо пов'язане з діяльністю організованої злочинності та тінізацією економіки. Через «відмивання» доходів, одержаних злочинним шляхом, останнім надається вигляд законних засобів, щоб у подальшому впровадити їх в економічні та фінансові структури держав. Тому боротьба з «відмиванням коштів» визнається більшістю країн як один із важливіших заходів протидії організованим злочинності. Актуальність даної теми зумовлена широким тлумаченням безпеки, що передбачає як впливові чинники безпеки ті явища, які ще декілька десятиліть тому не викликали б пильної уваги — зокрема процеси легалізації злочинних доходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження економічної безпеки національної економіки та шляхів її забезпечення зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема: З. Варналій, В. Геєць, В. Лойко, В. Маргасова, А. Сухоруков, Ю. Харазішвілі, Б. Бузан, Х. Моргензан, Д. Олвей, Дж. Р. Голден, Р. Келлі та ін. Дослідженню проблеми боротьби з «відмиванням» грошей у контексті забезпечення економічної безпеки України присвячені праці таких науковців, як В. Рижих, Л. Грабовський, О. Глущенко та ін.

Мета статті — дослідження впливу легалізації злочинних доходів на рівень економічної безпеки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для України проблема національної економічної безпеки виникла після здобуття країною незалежності. У 2015 р. ухвалено «Стратегію національної безпеки України» — перший документ, який розроблено винятково з практичною метою комплексного захисту національної безпеки та територіальної цілісності України. Основними загрозами національній безпеці визначено: агресивна політика Росії; неефективність системи забезпечення національної безпеки України; корупція та неефективна система державного управління; економічна криза, виснаження фінансових ресурсів держави, зниження рівня життя населення; загрози енергетичній, інформаційній, екологічній і техногенній безпеці [1].

Закон України «Про основи національної безпеки України» втратив чинність на підставі введення в дію Закону України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018, який регламентує такі стратегії: Стратегія на-

ціональної безпеки України, Стратегія воєнної безпеки України, Стратегія кібербезпеки України. На відміну від закону від 2003 р., представлений законодавчий акт регламентує проблему забезпечення економічної безпеки національної економіки тільки в разі визначення фундаментальних національних інтересів України, а саме: сталий розвиток національної економіки, громадянського суспільства і держави для забезпечення зростання рівня та якості життя населення [2].

Зростання економічних злочинів здійснює значний негативний вплив на стан економічної безпеки. Є. Стрельцов стверджує, що економічна злочинність — це передбачені кримінальним законом діяння, спрямовані на порушення відносин власності (майнові відносини) й існуючого порядку здійснення господарської діяльності [3].

Поряд із категорією «економічні злочини» часто вживається категорія «тіньова економіка» (підпільна економіка) як сукупність відносин у процесі виготовлення матеріальних благ і послуг на підґрунті прихованої від державних контролюючих органів економічної діяльності фізичних і юридичних осіб, яка приносить більш високі, ніж у легальній сфері прибутки та інші особисті вигоди [4]. Тіньова економіка є підґрунтям для економічної злочинності.

Слушним є твердження Л. А. Гарбовського, який вважає, що поліпшення системи економічної безпеки тісно пов'язане з протидією легалізації (відмиванню) доходів, одержаних у результаті злочинної діяльності [5].

Закон України [6] визначає легалізацію (відмивання) доходів як «будь-які дії, пов'язані з вчиненням фінансової операції чи правочину з активами, одержаними внаслідок вчинення злочину, а також вчиненням дій, спрямованих на приховання чи маскування незаконного походження таких активів чи володіння ними, прав на такі активи, джерел їх походження, місцезнаходження, переміщення, зміну їх форми (перетворення), а так само набуттям, володінням або використанням активів, одержаних унаслідок вчинення злочину» [6].

До основних (предикатних) злочинів, з якими тісно пов'язана легалізація отриманих у такий спосіб доходів, належать ті, що безпосередньо спрямовані на заволодіння чужим майном чи одержання іншої незаконної вигоди: шахрайство (ст. 190 КК); заволодіння

чужим майном шляхом зловживання службовим становищем (ч. 2 ст. 191 КК); контрабанда (ст. 201 КК); шахрайство з фінансовими ресурсами (ст. 222 КК). До підпорядкованих (вторинних) злочинів можна віднести: незаконні дії з документами на переказ, платіжними картками та іншими засобами доступу до банківських рахунків, обладнанням для їх виготовлення (ст. 200 КК України); фіктивне підприємництво (ст. 205 КК України); легалізація (відмивання) грошових коштів та іншого майна, здобутих злочинним шляхом (ст. 209, 209-1 КК України) та деякі інші [7].

У 2013 р. було затверджено нову редакцію Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України, у яких складовими економічної безпеки визначено такі: виробнича, демографічна, енергетична, зовнішньоекономічна, інвестиційно-інноваційна, макроекономічна, продовольча, соціальна, фінансова безпека [8].

Інтегральний показник рівня економічної безпеки України та його складові розраховуються Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України (рис. 1).

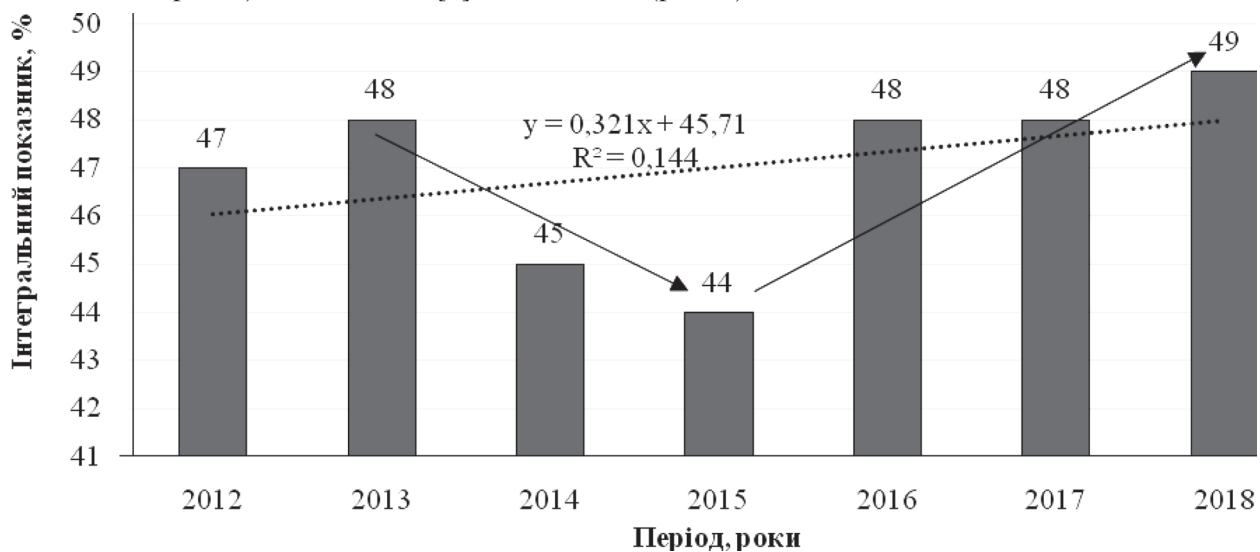


Рис. 1. Динаміка інтегрального показника рівня економічної безпеки України, 2012–2018 рр. (побудовано авторами)

За даними рис. 1 можна зробити висновок про позитивну тенденцію щодо динаміки рівня економічної безпеки України. Упродовж дослідження значення інтегрального показника рівня економічної безпеки України коливається в межах 44–49 %, що відповідає зоні «незадовільна зона економічної безпеки» [8; 9]. Найнижче значення показника спостерігається в 2015 р. — 44 %, що менше значення 2012 р. на три відсоткових пункти (в. п.) або на 6 %. Максимальне значення інтегрального показника зафіксовано за даними на 1-е півріччя 2018 р. на рівні 49 %, що більше значення 2017 р. на 1 в. п. та більше мінімального значення (2015) на 5 в. п. або на 11 %.

Динаміку в розрізі складових інтегрального показника економічної безпеки України (за субіндексами) показано на рис. 2.

Дані рис. 2 дозволяють стверджувати, що оптимальне значення упродовж дослідження зафіксовано тільки за даними продовольчої безпеки, значення показника якої коливається

в межах 86 % (2013) — 94 % (2014). На 1-е півріччя 2018 р. значення становить 90 %. На кінець 2017 р. рівень соціальної безпеки складає 59 %, 1-е півріччя 2018 р. — зменшення на 3 в. п. — 56 %, що відповідає незадовільному значенню. Необхідно зазначити, що протягом 2012–2013 рр. значення соціальної безпеки можна характеризувати як задовільний стан. На кінець 2017 р. — 1-е півріччя 2018 р. в зоні небезпеки знаходиться інвестиційно-інноваційна складова економічної безпеки: 33–30 %, спостерігається тенденція до подальшого зменшення.

Для проведення подальшого дослідження визначено, що показниками ефективності функціонування системи антилегалізаційного стримування в Україні є: рівень тіньової економіки; інформування про фінансові операції; сумарний обсяг чистого іллегального фінансового відтоку з України (млн дол.); динаміка втрат бюджету від несплати податку на прибуток із сумарного обсягу чистого ілле-

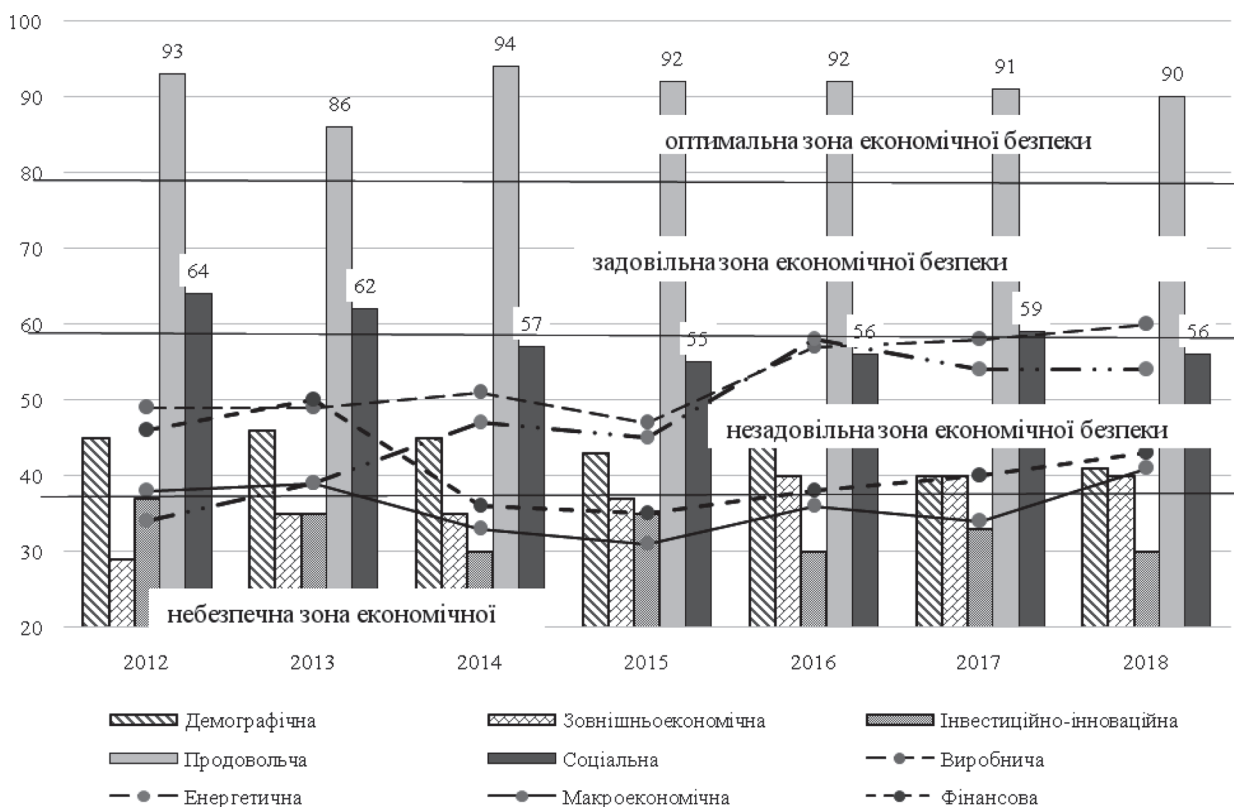


Рис. 2. Динаміка складових економічної безпеки України, 2012–2018 рр. (побудовано авторами)

гального фінансового відтоку з України (млн. дол.); частка кримінальних проваджень за ст. 209 КК України; кількість засуджених осіб за ст. 209; штрафні санкції (млн грн); сума коштів, визнана легалізованою (млн грн); сума коштів, повернута в дохід держави (млн грн).

У результаті проведеного розрахунку коефіцієнтів кореляції між інтегральним показником рівня економічної безпеки України та показниками ефективності антилегалізаційного стримування в Україні визначено, що найбільше впливає рівень тіньової економіки (рис. 3).

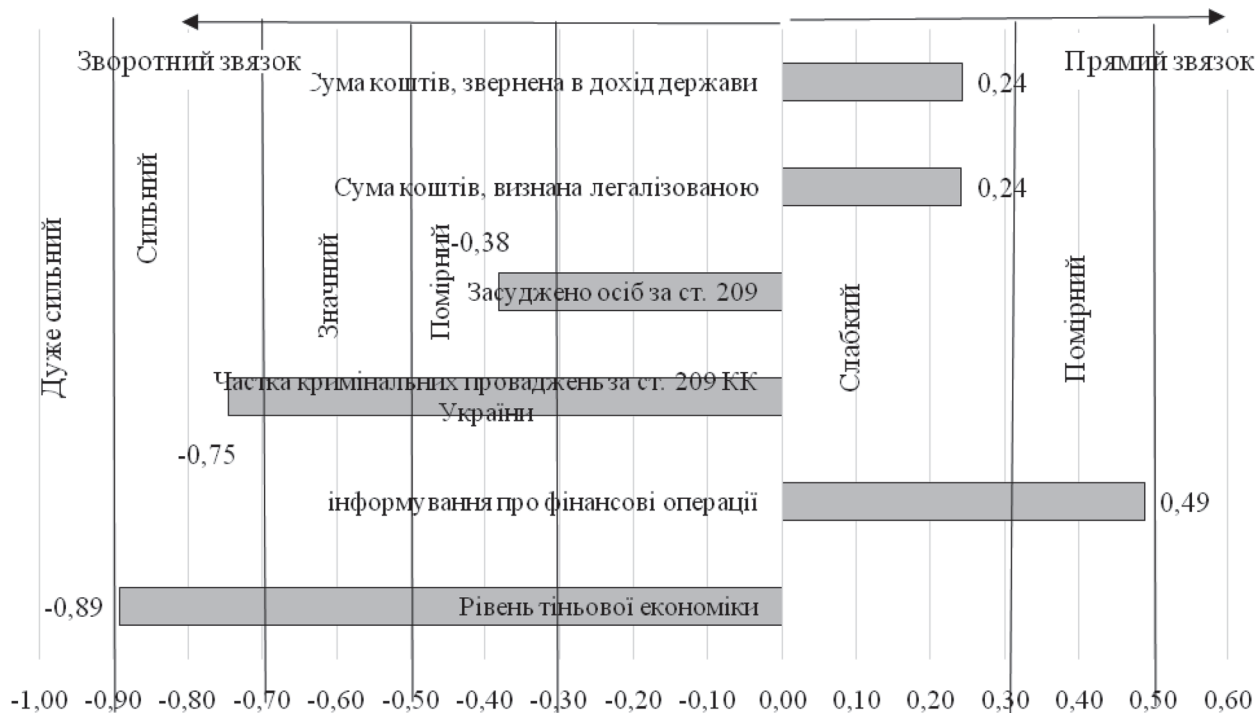


Рис. 3. Кореляційний зв'язок між інтегральним показником рівня економічної безпеки та показниками ефективності антилегалізаційного стримування в Україні

Рівень впливу тіньової економіки оцінюється як сильно обернений, ($r = -0,89$), тобто в разі збільшення рівня тінізації економіки на 1 % рівень економічної безпеки зменшується на 0,89 %. Окрім того, сильний зворотний зв'язок на рівень економічної безпеки спостерігається і стосовно показника «Частка кримінальних проваджень за ст. 209 КК України» — 0,75.

Характеристику щільності показника «Рівень тіньової економіки» з різними субіндексами економічної безпеки показано на рис. 4.

Результати проведеного кореляційного аналізу дозволяють стверджувати про зворотний зв'язок між рівнем тінізації економіки та всіма субіндексами економічної безпеки — коефіцієнти кореляції мають від'ємне значення. Сильний вплив рівня тінізації економіки зафіксовано щодо макроекономічної безпеки, коефіцієнт кореляції становить 0,73; значний вплив — на виробничу безпеку ($r = -0,66$).

Вплив показника «Частка кримінальних проваджень за ст. 209 КК України» характеризується як від'ємний — показники кореляції мають від'ємне значення, за винятком інвестиційно-інноваційної безпеки (рис. 5).

Частка кримінальних проваджень за статтю «відмивання брудних грошей» суттєво впливає на виробничу безпеку. Збільшення показника на 1 % приводить до зменшення рівня виробничої безпеки на 0,89 %. Значний зворотний зв'язок зафіксовано і за такими субіндексами економічної безпеки, як зовнішньоекономічна безпека та енергетична безпека. Коефіцієнти кореляції становлять $-0,69$ та $-0,68$ відповідно.

Результати проведеного дослідження мають практичне застосування під час формування заходів забезпечення економічної безпеки національної економіки.

Висновки. У результаті проведеного дослідження щодо впливу легалізації злочинних

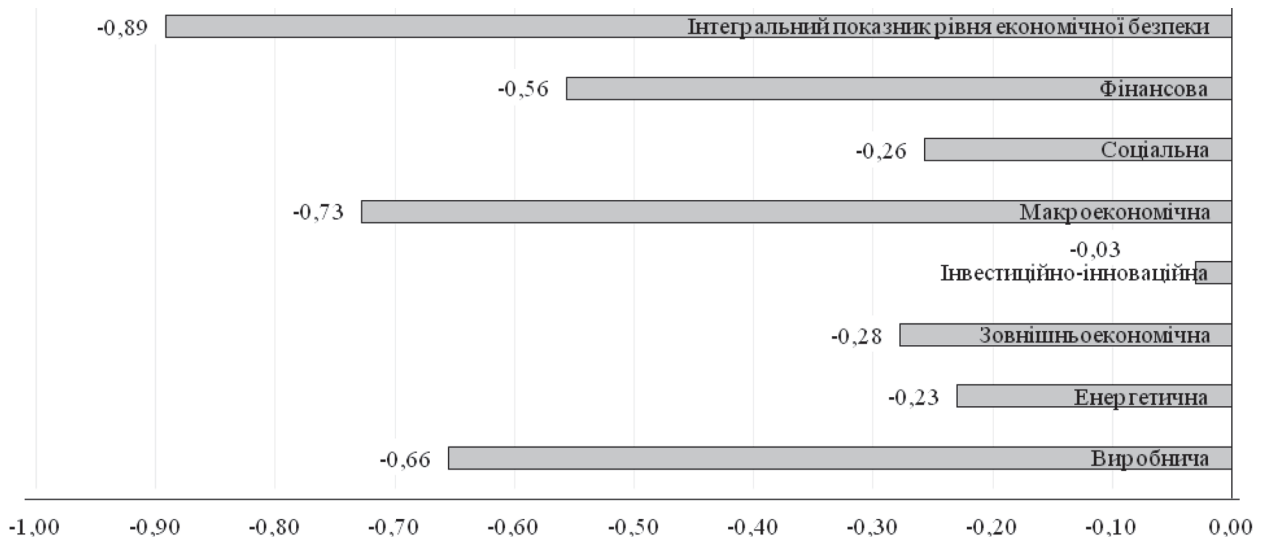


Рис. 4. Кореляційний зв'язок між рівнем тіньової економіки та субіндексами економічної безпеки

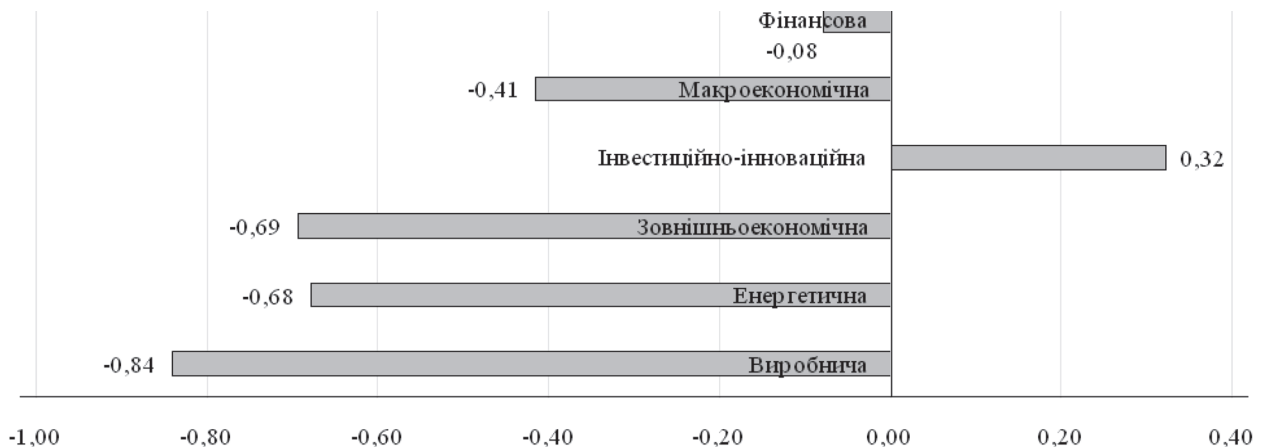


Рис. 5. Кореляційний зв'язок між показником «Частка кримінальних проваджень за ст. 209 КК України» та субіндексами економічної безпеки

доходів на рівень економічної безпеки України можна зробити такі висновки.

На сьогодні легалізація незаконно отриманих грошей, тобто процес, за допомогою якого приховуються існування, незаконне походження чи незаконне використання доходів, є однією з головних проблем низького рівня економічної безпеки України. Зростання економічних злочинів здійснює значний негативний вплив на стан економічної безпеки. Поліпшення системи економічної безпеки тісно пов'язане з протидією легалізації (відмиванню) доходів, одержаних унаслідок злочинної діяльності. З метою реалізації державної політики у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму, а також внесення пропозицій щодо її формування створено Державну службу фінансового моніторингу України.

Динаміка інтегрального показника рівня економічної безпеки України за 2012–2018 рр. свідчить, що економічна безпека держави знаходиться на незадовільному рівні. Що стосується рівня тінізації економіки, то він зменшується через збільшення кількості відкритих та прозорих операцій. Рівень економічної безпеки не може перебувати на достатньо прийнятному рівні через предикатні злочини. За даними 2013–2018 рр., найбільшу частку у структурі предикатних злочинів у кримінальних провадженнях, пов'язаних з відмиванням злочинних доходів, розпочатими правоохоронними органами, займають фіктивне підприємництво, привласнення, розтрата майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем та шахрайство.

Результати кореляційного аналізу переконують, що рівень впливу тіншової економіки оцінюється як сильний обернений. Окрім того, сильний зворотний зв'язок на рівень економічної безпеки спостерігається і щодо показника «Частка кримінальних проваджень за ст. 209 КК України».

Результати проведених досліджень дозволяють стверджувати, що основними заходами для протидії відмиванню незаконно отриманих коштів є: збирання, оброблення та проведення аналізу фінансових операцій, які підлягають моніторингу; проведення національного оцінювання ризиків; налагодження співпраці та обміну інформацією з іншими державними органами та забезпечення пред-

ставництва України в міжнародних організаціях з питань запобігання та протидії легалізації незаконно отриманих коштів. Окрім того, створення умов зростання рівня доходів населення; відновлення довіри до банківської системи, посилення захисту прав споживачів фінансових послуг; розроблення ефективної системи аналізу інформації про підозрілі фінансові операції; зменшення обігу готівки у населення та призупинення відтоку фінансового капіталу з України. Ще одним завданням з покращення економічної безпеки та зменшення рівня незаконно отриманих коштів є протидія організованим злочинності, що допоможе знизити рівень податкових злочинів.

Для кожної держави боротьба з відмиванням доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму є питанням національної безпеки. Реалізація стратегії детінізації української економіки, яка передбачає вжиття комплексу взаємопов'язаних заходів щодо створення сприятливих умов для легальної господарської діяльності та посилення відповідальності за економічні злочини, дозволить поліпшити соціальний клімат у суспільстві, підвищити рівень доходів та соціального захисту громадян, залучити значні додаткові бюджетні надходження та інвестиційні ресурси для забезпечення сталого і динамічного економічного зростання, реалізації євроінтеграційного стратегічного вибору України.

Список літератури

1. Стратегія національної безпеки України: Наказ Президента України від 26.05.2015 р. № 287/2015. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>.
2. Про національну безпеку України: Закон України від 21.06.2018 р. № 31. Дата оновлення: 15.03.2020. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19> (дата звернення: 17.03.2020).
3. Стрельцов Є. Л. Економічні злочини: внутрідержавні та міжнародні аспекти. *Економічні злочини: попередження і боротьба з ними* / за ред. А. І. Комарової, М. О. Потебенько та ін. Київ: Проблеми людини, 2001. Т. 25. С. 270–331.
4. Кальман О. Г. Економічна злочинність і суміжні з нею поняття. *Проблеми законності*. 2002. Вип. 55. С. 133–141.
5. Гарбовський Л. А. Протидія легалізації (відмиванню) доходів, одержаних зло-

чинним шляхом як складова забезпечення економічної безпеки України. *Актуальні проблеми сучасності (теорія та практика) : міжнародний юридичний вісник. Серія: Право.* 2018. Вип. 1–2 (10–11). С. 200–205.

6. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення : Закон України від 14.10.2014 № 1702-VII. *Відомості Верховної Ради.* 2014. № 50–51. Ст. 2057.

7. Кримінальний кодекс України : Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. *Відомості Верховної Ради України.* 2001. № 25–26. Ст. 131.

8. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі від 29.10.2013 р. № 1277. URL : https://zakononline.com.ua/documents/show/218014__218079 (дата звернення : 17.03.2020).

9. Богма О. С. Аналіз рівня економічної безпеки України за основними складовими. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2016. Вип. 8 (1). С. 11–14. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_8_%281_%29__5 (дата звернення : 17.03.2020).

References

1. National security strategy of Ukraine: Decree of the President of Ukraine 2015, no. 287/2015, available at : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>. [Accessed 17 March 2019].

2. On national security of Ukraine : Law of Ukraine 2019 (updated 15.03.2020), [no. 31, available at : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>. [Accessed 17 March 2019].

3. Streltsov, Ye. L. (2001). *Ekonomichni zlochyuny: vnutriderzhavni ta mizhnarodni aspekty* [Economic crimes: domestic and international as-

pects]. In: Komarova A. I., Potebenko M. O., (ed.) *Ekonomichni zlochyuny: poperedzhennia i borotba z nymu* [Economy crimes: prevention and control]. Kyiv, Problemy liudyny Publ., v. 25, pp. 270–331.

4. Kalman, O. H. (2002). *Ekonomichna zlochyunnist i sumizhni z neiu poniattia* [Economic crime and related concepts]. *Problemy zakonnosti* [Problems of legality], no. 55, pp. 133–141.

5. Harbovskyi, L. A. (2018). *Protydiia lehalizatsii (vidmyvanniu) dokhodiv, oderzhanykh zlochyunym shliakhom, yak skladova zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy* [Anti-money laundering as a component of ensuring the economic security of Ukraine]. *Aktualni problemy sushchosti (teoriia ta praktyka). Serii: Pravo* [Current issues of modernity (theory and practice). Series: Right], no. 1–2 (10–11), pp. 200–205.

6. Verkhovna Rada of Ukraine (2014). On prevention and counteraction to legalization (laundering) of the proceeds from crime or terrorism financing, as well as financing proliferation of weapons of mass destruction, no. 1702-VII. *Vidomosti Verkhovnoi Rady*, no. 50–51, p. 2057.

7. Verkhovna Rada of Ukraine (2001). The Criminal Code of Ukraine : Law of Ukraine 2001, no. 2341-III. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, no. 25–26, p. 131.

8. Ministry for Development of Economy, Trade and Agriculture (2013). Methodology for calculating the level of economic security in Ukraine, no. 1277, available at: https://zakononline.com.ua/documents/show/218014__218079. [Accessed 17 March 2019].

9. Bohma, O. S. (2016). *Analiz rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy za osnovnymy skladovymy* [Principal component analysis of the level of economic security of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy], no. 8 (1), pp. 11–14, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_8_%281_%29__5. [Accessed 17 March 2019].

Objective. *The purpose of this article is to study the money laundering impact on the of economic security level in Ukraine.*

Methods. *Achievements of foreign and Ukrainian scientists form the theoretical foundation of the study. To achieve the target goal, the following research methods have been used: methods of analysis, synthesis and comparative analysis (while assessing the level of economic security and the financial monitoring system indices); method of correlation analysis (while identifying the existence and strength of the correlation between the level of economic security and the effectiveness of anti-money laundering*

measures in Ukraine); graphic approach and method of creation of analytical tables (while visualizing the research results).

Results. *As a result of the analytical study on the correlation between the system of anti-money laundering measures in Ukraine and the level of economic security, the following conclusions have been suggested. The integrated economic security index trend in Ukraine for 2012–2018 shows that the state economic security level is poor. As of the level of shadowing of the economy, it decreases due to the increase in the number of open and transparent transactions. Predicate crimes don't allow the level of economic security to achieve the acceptable level. According to the data for 2013–2018, the largest share in the structure of predicate crimes in criminal proceedings related to money laundering initiated by law enforcement agencies is held by fictitious entrepreneurship, embezzlement and fraud. As a result of the correlation analysis, the shadow economy influence level has been estimated to be strong inverse. In addition, strong inverse correlation has been observed between the level of economic security and the "Share of criminal proceedings under Article 209 of the Criminal Code of Ukraine" index.*

Keywords: *economic security, legalization, money laundering, correlation analysis, national security.*

Надійшла до редакції 18.03.2020

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-17-25

JEL : B41, D81, F10, O30

УДК 330.3

Хаврова К. С.,
канд. екон. наук,
доцентДонецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна,
e-mail: havrova@donnuet.edu.ua**ПОБУДОВА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ
В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

UDC 330.3

Khavrova K. S.,
PhD in Economic sciences,
Associate ProfessorDonetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Krivyi Rih, Ukraine,
e-mail: havrova@donnuet.edu.ua**TRADE ENTERPRISE MANAGING MODEL FORMING
IN THE INTELLECTUALIZATION ACTIVITIES CONDITIONS**

Мета — визначити сутність управління торговельним підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності та побудувати модель «розвиток підприємства через інтелектуалізацію діяльності», яка містить послідовні етапи.

Методи. У дослідженні використано комплекс загальнонаукових методів: узагальнення, порівняння, побудови та структурно-функціонального аналізу.

Результати. Під час дослідження для побудови моделі управління торговельним підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності було розкрито сутність поняття «торговельне підприємство» та визначено роль торгівлі в соціально-економічному розвитку. У процесі дослідження виокремлено такі риси торговельного підприємства, як властивість, ознака та походження. З наведених визначень обґрунтовано, що торговельним підприємствам притаманні окремі природні риси підприємства будь-якої галузі, що розвивається, відповідно до моделі «розвиток через інтелектуалізацію діяльності», а саме: відповідність головному принципу (сталість динамічного розвитку) — безперервності; відповідність мети (прибуток і створення позитивної вартості); відповідність суті — системна взаємодія для задоволення потреб споживачів; відповідність змісту — провідна роль персоналу (через інтелектуалізацію діяльності) для досягнення мети розвитку.

Визначено, що торговельним підприємствам притаманні всі природні риси розвитку будь-якого підприємства. При цьому з урахуванням певних особливостей розвитку галузі та її ролі для розвитку виробничих підприємств, економіки загалом і зокрема соціальної сфери, керованість розвитком торговельних підприємств також є природною фазою, яка передбачає виконання сукупності послідовних дій, спрямованих на досягнення результату — отримання прибутку шляхом задоволення потреб споживачів у товарах і послугах.

Сутність управління торговельним підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності представлено через управління інтелектуальним потенціалом персоналу та управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Побудовано модель управління розвитком торговельного підприємства в умовах інтелектуалізації діяльності, яка спрямована на аналіз матеріальних, фінансових та інформаційних потоків. Обґрунтовано, що будь-яка інтелектуалізація діяльності підприємства без участі людини втрачає сенс моделі управління розвитком підприємства. Тому як рушійну силу для розвитку підприємства розглянуто персонал. Запропонована модель дає можливість використовувати комплексний підхід не тільки в запровадженні локальних змін окремих аспектів діяльності підприємства, а й у розробленні цілісного механізму її реформування — від визначення концепції до отримання ефективного результату.

© К. С. Хаврова, 2020

Ключові слова: торговельні підприємства, торгівля, інтелектуалізація діяльності, персонал, розвиток, система управління, модель.

Постановка проблеми. Інтелектуалізація діяльності підприємств і організацій на сьогодні є важливою умовою ефективності їх функціонування. Зокрема, це належить до сфери торгівлі, яка найчастіше поряд з офлайн форматом користується віртуальним простором і «розумною» логістикою. Усі характеристики інтелектуалізації діяльності з погляду інтелекту, освіченості, кваліфікації, вмінь, навичок і досвіду відіграють і будуть мати у майбутньому ключову роль у розвитку торговельних підприємств та формуванні їх конкурентоспроможності, що викликає необхідність характерної для викликів часу побудови системи управління торговельним підприємством, зокрема щодо управління інтелектуалізацією його діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вирішення проблем розвитку торговельних підприємств зробили такі вчені-економісти, як І. А. Бланк, С. В. Васильчак, А. М. Виноградська, О. Д. Вовчак, Я. А. Гончарук, В. С. Загорський, В. І. Іваницький, І. І. Каракоз, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, В. С. Марцин, Е. В. Мних, Г. В. Митрофанов, С. Ф. Покропивний, А. М. Фрідман. У розрізі наукових шкіл, що займаються проблематикою розвитку торговельних підприємств, останніми роками доведено, що для вирішення практичних проблем на них необхідно формувати концептуальні засади управління інноваційною діяльністю, закладені в працях А. І. Волкова, В. А. Василенко, М. П. Денисенко, С. М. Ілляшенко, І. А. Павленко, Л. І. Федулової, Г. Менша і Ф. Янсена, Й. Шумпетера та П. Друкера. Менш дослідженими є питання розвитку торговельних підприємств на основі інтелектуалізації діяльності.

Мета статті — визначення сутності управління торговельним підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності та побудова моделі «розвиток підприємства через інтелектуалізацію діяльності», яка містить послідовні етапи та слугує основою розроблення цілісного механізму її реформування — від визначення концепції до отримання ефективного результату.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час дослідження для побудови моделі управління торговельним підприємством в

умовах інтелектуалізації діяльності вважаємо за доцільне розкрити сутність поняття «торговельне підприємство» та визначити роль торгівлі в соціально-економічному розвитку.

Торгівля як галузь за своїм визначенням є: «розвиненою формою обміну продуктами праці між окремими виробниками та власниками товарів, яка здійснюється шляхом купівлі-продажу» [1, с. 15]; «формою товарних зв'язків між виробництвом, обміном і споживанням, яка забезпечує раціональну відповідність між суспільними потребами і виробничими ресурсами і яка сприяє задоволенню платоспроможного попиту населення в товарах споживання і послуги» [2]; «господарською діяльністю з обігу, купівлі та продажу товарів» [3, с. 163]. Згідно з ДСТУ 4303:2004 «Торгівля роздрібна та оптова. Терміни та визначення понять» торгівля — це «вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування їх від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надання пов'язаних із цим послуг» [4, с. 2].

Одне з перших визначень економічної природи терміна «торговельне підприємство» в 1908 р. запропоновано російським ученим Г. Ф. Шершеневичем, який під торговельним підприємством розумів «... організоване на приватних засадах поєднання особистих і майнових засобів, спрямоване на отримання прибутку шляхом планомірної господарської діяльності» [5]. У сучасному визначенні «торговельне підприємство», на думку М. М. Руцишиної і С. В. Васильчака, це — «... складна комерційна система, характерними рисами якої є відкритість, самоорганізація, впорядкованість, яка в результаті реалізації товарів створює додану вартість за допомогою праці членів трудового колективу й ефективного менеджменту і знаходиться в стані постійного динамічного розвитку» [6, с. 261; 7, с. 147].

У словнику термінів, понять і визначень з економіки, фінансів та бізнесу є такі визначення торгового підприємства: «це майновий комплекс, використовуваний організацією для купівлі-продажу товарів і надання торгових послуг»; за іншими визначеннями, «це незалежний господарюючий суб'єкт, який має правовий статус юридичної або фізичної особи, створений з метою отримання прибут-

ку і який здійснює свою діяльність за власним ризиком закупівлі, зберігання, реалізації товарів, націлену на задоволення потреб ринку» [49; 390].

Із наведених визначень випливає, що торговельним підприємствам притаманні окремі природні риси підприємства будь-якої галузі, що розвивається відповідно до моделі «Розвиток через інтелектуалізацію діяльності», а саме: відповідність головному принципу (сталість динамічного розвитку) — безперервності; відповідність мети (прибуток і створення позитивної вартості); відповідність суті — системна взаємодія для задоволення потреб споживачів; відповідність змісту — провідна роль персоналу (через інтелектуалізацію діяльності) для досягнення мети розвитку.

Більш конкретно на відповідність змісту процесу як природної риси розвитку підприємств вказує на сутність торговельних підприємств, яка полягає в «ефективності підприємницької діяльності торгового підприємства, на яку впливає кон'юнктура зовнішнього ринку... і яка залежить від кваліфікації робочої сили...» [1, с. 91, 254].

Отже, можна стверджувати, що роль торговельних підприємств полягає в таких основних аспектах: на глобальному рівні розвиток торгівлі забезпечує економічне зростання окремої країни завдяки зростанню експортних потоків і валютних надходжень; галузь, яка значно сприяє розвитку зв'язків між галузями, пришвидшує грошові потоки і забезпечує стійкість грошової одиниці в країні [1, с. 16, 23, 26]; формує споживчий ринок і задовольняє потреби населення в товарах і послугах, зміцнює фінансову систему і задає імпульс для нарощування обсягів виробництва і розроблення нових товарів [98, с. 300–305]. Необхідно зазначити, що роль торгівлі в соціально-економічному розвитку також виконується завдяки реалізації галузю певних функцій, а саме: задоволення потреб споживачів у товарах і послугах, відшкодування суспільно необхідних витрат на виробництво товарів, обслуговування виробничих взаємин суспільного устрою, розподіл товарів у сфері виробництва і їх доведення до споживача, поліпшення обслуговування покупців виробничою сферою під час реалізації товарів [1, с. 23, 30; 98, с. 285–287]. Очевидно, на відміну від розвитку підприємств будь-якої галузі, розвиток торговельних підприємств значною мірою

пов'язаний з розвитком систем більш високого рівня (економіки і суспільства). Торговельні підприємства пришвидшують взаємини між цими системами. Водночас «процеси, які відбуваються в сучасній економіці, в корені міняють економічне середовище розвитку торговельних підприємств...» [7, с. 147].

Слід погодитися з думкою відомого українського вченого-економіста А. А. Мазаракі, за значного впливу і суттєвої ролі торгових підприємств у соціально-економічному розвитку країни, на їх розвиток впливають ринкові чинники, що функціонують у ринковому середовищі і соціальній сфері [213, с. 115], при цьому розвиток торговельних підприємств є вирішальним фактором економічного зростання національної економіки [213; 214].

Але, на наше переконання, необхідно виокремити такі риси торговельного підприємства, як властивість, ознаку та походження. По-перше, це визначення персоналу як рушійної сили розвитку торговельних підприємств і формування його потенціалу як властивості процесу. Гіпотетично цю властивість можна виокремити ще в дослідженнях учених початку ХХ ст., які наголошували на необхідності залучення співробітників, для здійснення діяльності, праця яких оцінюється за рахунок підприємства...» [5]. У дослідженнях учених сучасного періоду роль персоналу визначається як засіб існування, життєва потреба і соціально-економічна сутність розвитку торговельних підприємств, а його продуктивна та інтенсивна праця є резервом поліпшення економічних показників і зростання [1, с. 212–213, 221–227]. По-друге, це визначення інтенсивності як природної ознаки розвитку торгового підприємства переконливо доведено російським ученим-економістом І. Л. Чічілановою так: «Особливістю сучасної торгівлі є перехід до інтенсивного шляху її розвитку, що вимагає загострення конкуренції між суб'єктами господарювання в галузі» [2]. По-третє, це інноваційність як ознака процесу безперервного розвитку підприємства. У цьому контексті слід зазначити виняткову роль торгівлі на самій стадії будь-якого інноваційного процесу, пов'язаного з реалізацією товарів на ринку: саме торговельні підприємства завершують стадію комерціалізації шляхом збуту і реалізації з метою просування товару на ринки і прибутку від його реалізації [13, с. 115].

Отже, враховуючи головну функцію торгівлі щодо задоволення потреб споживачів у товарах і послугах, торгівля як галузь є завершальним етапом інноваційної діяльності під час реалізації інноваційної продукції виробників. Тобто саме торговельні підприємства є безпосередніми учасниками забезпечення безперервного розвитку будь-якого підприємства, що реалізує свою продукцію на ринку з метою отримання прибутку. Таким чином, можна констатувати, що торговельним підприємствам притаманні всі природні риси розвитку будь-якого підприємства. При цьому з урахуванням певних особливостей розвитку галузі та її ролі для розвитку виробничих підприємств, економіки загалом і соціальної сфери зокрема, керованість розвитком торговельних підприємств також є природною фазою, яка передбачає виконання сукупності послідовних дій, спрямованих на досягнення результату — отримання прибутку шляхом задоволення потреб споживачів у товарах і послугах.

Водночас розвиток підприємств будь-якої галузі неможливий без ефективного управління. При цьому вибір принципів і методів управління підприємствами визначається не тільки внутрішнім станом їх розвитку, а й впливом зовнішніх чинників, конкурентним середовищем, цілями, які ставить перед собою підприємство.

Найважливішою ланкою в системі управління підприємством в цілому є управління персоналом [14, с. 8], що цілком відповідає обґрунтованій моделі розвитку підприємства «Розвиток через інтелектуалізацію діяльності».

На основі цієї моделі здійснюється ефективне управління самим підприємством завдяки поєднанню системи інтересів усіх учасників виробничих і торговельних процесів — держави, керівників колективів підприємств і їх працівників. Отже, в умовах ринкової економіки тільки на основі моделі управління підприємством через управління персоналом можна забезпечити його безперервний розвиток.

Будь-яка діяльність підприємств супроводжується становленням нових комбінацій чинників розвитку, які виходять за межі поновлення процесу виробництва у звичному сенсі і пов'язані з трансформацією виробництва, ринку, людського потенціалу — інтелек-

туального потенціалу, використовуваного для пошуку оптимальних рішень. Побудову моделі управління розвитку торговельним підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності спрямовано на вивчення матеріальних, фінансових та інформаційних потоків. Будь-яка інтелектуалізація діяльності підприємства без участі людини втрачає будь-який сенс моделі управління розвитком підприємства. Тому вважаємо як рушійну силу для розвитку підприємства розглядати персонал.

У справжніх умовах багато дослідників поділяють точку зору про значний вплив якості персоналу на ефективність і розвиток підприємства, стверджуючи, що більш конкурентоспроможним сьогодні виявляється те підприємство, яке ефективніше використовує наявні у нього людські ресурси, причому, що більше підприємство, то більш значущим стає людський чинник:

— 42 % знань сучасного підприємства знаходиться «тільки в головах співробітників», і це найцінніший інтелектуальний ресурс — так звані неявні знання, укладені в досвіді, навичках, компетенціях співробітників [15, 16]. Причому важливою ресурсною особливістю інтелектуальних ресурсів персоналу є їх у деякому сенсі невичерпність за певних умов, що може і повинно бути покладено в основу розвитку підприємства;

— ефективна робота з персоналом у сучасних соціально-економічних умовах може мати своїм наслідком 90 % зростання доходів підприємств [15, 16];

— якщо нині основні відмінності між підприємствами пов'язані з різним організаційно-технічним рівнем і реалізацією продукції, то з часом «техногенний» фактор відмінностей у конкурентному становищі повинен змінитися «хомогенним» чинником, визначальним передусім здібностями і можливостями (інтелектуальними переважно) персоналу [17, 18].

Також роль персоналу висвітлено у працях С. Янга і А. А. Раздорожного. Саме цими вченими розкрито не тільки провідну роль персоналу в процесі, але й виділено взаємозв'язок між працівниками, визначено їх функції в процесі перетворення ресурсів (тобто — формування потенціалу), і орієнтири на отримання доходу (тобто — досягнення оперативної цілі — прибутку) [19]. Своєю чергою, А. А. Раздорожний конкретизує професійний

склад персоналу керуючої підсистеми (об'єкта управління) з виділенням функції планування завдань і функціональних обов'язків персоналу керованої підсистеми (суб'єкта управління) [20]. До них віднесені головні — використання ресурсів — з метою вироблення продукції,

що відображає процес мобілізації ресурсів для формування і реалізації потенціалу і визначає персонал як рушійну силу.

За таких умов сутність управління підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності можна зобразити у вигляді рис. 1.

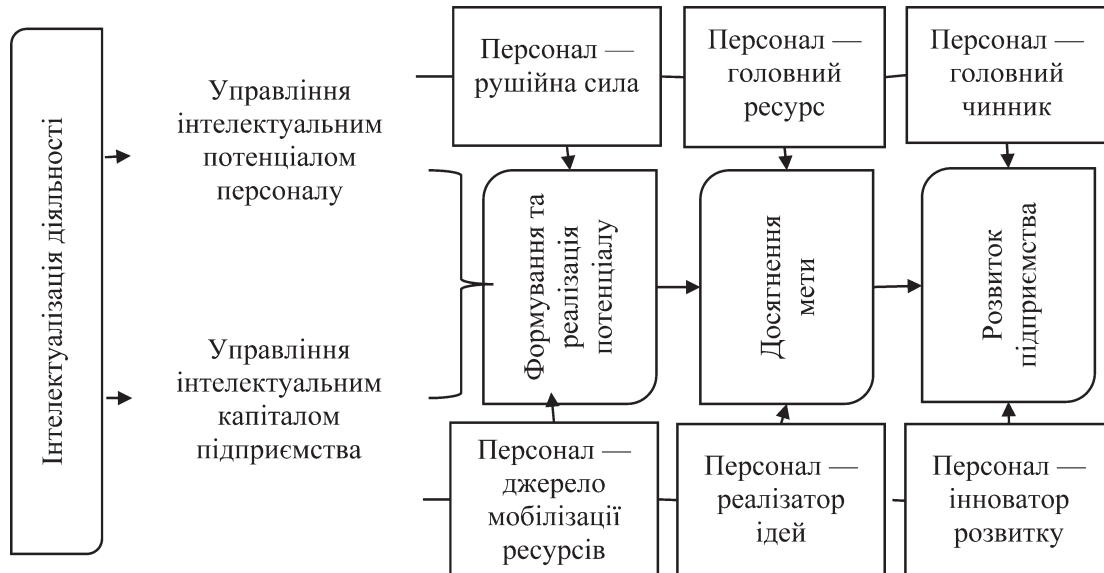


Рис. 1. Сутність управління підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності

Таким чином, сутність управління підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності, виходячи із сутності процесу, обґрунтованого вище, є забезпечення безперервного розвитку. Але при цьому, на жаль, ні в жодному з наведених визначень самого поняття «розвиток підприємства», не закладено управлінської функції щодо забезпечення цього процесу, що можна визнати суттєвою науковою проблемою. При цьому, не менш суттєвою науковою проблемою можна визнати визначення мети управління підприємством ученими-економістами.

Одним з ефективних методів пізнання й дослідження економічного розвитку системи вважається моделювання, що дає можливість запропонувати комплексний підхід не тільки в запровадженні локальних змін окремих аспектів діяльності підприємства, а й у розробленні цілісного механізму її реформування — від визначення концепції до отримання ефективного результату.

Модель інтелектуалізації діяльності, обґрунтована в дослідженні (рис. 2), дає чітке уявлення про взаємопов'язані етапи планування, починаючи з визначення передумов розроблення планів і завершуючи контролем їх виконання.

На рисунку зображено етапність процесу управління при інтелектуалізації діяльності, починаючи з визначення соціально-економічного розвитку і завершуючи контролем виконання планів. Також подано і функціональний зв'язок між основними етапами управління прямого й зворотного спрямувань. Слід звернути увагу на те, що до початку діяльності визначається його напрямок (місія), розробляються головні цілі й завдання щодо забезпечення досягнення мети і виконання місії.

Економічне управління новою підприємницькою структурою, для якої вже визначені місія, цілі й завдання, розпочинається з планування. При чому наполягаємо, що процес планування починається «в голові» (а це і є початок інтелектуалізації діяльності), а потім воно може переноситися на папір або в комп'ютер.

Проблема інтелектуалізації економіки набуває особливого значення, оскільки впровадження нових технологій, освоєння яких забезпечує економічне зростання, є ефективним інструментом подолання системної економічної кризи.

Отже, формування системи управління підприємством відповідає моделі «розвиток

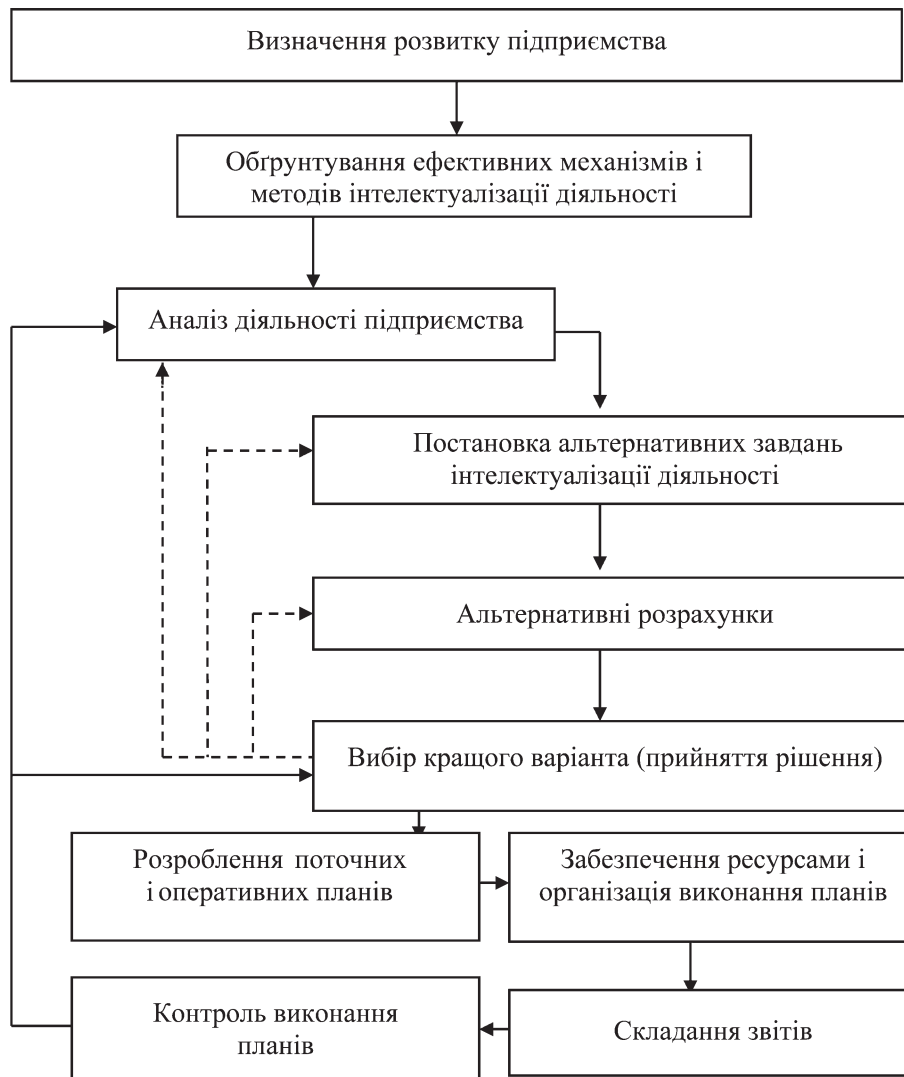


Рис. 2. Модель інтелектуалізації діяльності в умовах соціально-економічного розвитку підприємства

підприємства через інтелектуалізацію діяльності».

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, зробимо висновок, що виходячи з природи розвитку підприємств, а також з визначеної сутності управління підприємством в умовах інтелектуалізації діяльності, стає зрозумілим, що для отримання бажаного результату (зростання товарообігу, прибутку, ефективності використання ресурсів), керівництво підприємства повинно розглядати персонал як рушійну силу розвитку, мотивувати його до формування та реалізації потенціалу підприємства на основі впровадження моделі інтелектуалізації діяльності в умовах соціально-економічного розвитку підприємства. Оскільки тільки інтелектуалізація діяльності є головною передумовою інтенсивного розвитку, то виконання цих умов управління підприємством на сучасному етапі сприятиме забезпеченню його розвитку на інтенсивній основі,

відповідаючи вимогам часу для розвитку економічної системи будь-якого рівня.

Список літератури

1. Марцин В. С. Особенности планирования в рыночных условиях хозяйствования. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 5 (119). С. 97–108.
2. Чичиланова И. Л. Основные проблемы сбалансированного развития предприятий торговли. URL : <http://www.jurnal.org/articles/2011/ekon46.html> (дата звернення 10.03.2020).
3. Деловому человеку. Словарь-справочник / Сост. : Б. Т. Клияненко, Л. Я. Миленина и др. Луганск : ИИО ЦПО ВУГУ, 1997. 224 с.
4. ДСТУ 4303:2004 «Торговля роздрібна та оптова. Терміни та визначення понять».
5. Шершеневич Г. Ф. Торговое право. Том I. Введение. Торговые деятели. Изд. чет-

вертое. СПб. По изданию 1908 г. / Allpravo.Ru. URL : <http://www.allpravo.ru/library/doc1785p0/instrum1786> (дата звернення 01.03.2020).

6. Руцишин Н. М. Деякі аспекти факторного впливу на фінансово-економічну оцінку ефективності функціонування комерційних систем. *Вісник Львівської комерційної академії. Сер.: Економічна*. Вип. 15. Львів: Вид-во ЛКА, 2004. С. 260–265.

7. Васильчак С. В., Жидяк О. Р. Оцінка ефективності розвитку торговельних підприємств України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.9. С. 146–149.

8. Большой коммерческий словарь / под ред. Т. Ф. Рябовой. М. : Война и мир, 1996. 400 с.

9. Щербак В. Г. Інноваційні аспекти управління трудового потенціалу : монографія. Харків : вид-во ХНЕУ, 2009. 332 с.

10. Омелянович Л. О., Гладкова О. В. Вплив інвестиційно-інноваційних процесів на фінансовий саморозвиток торговельних процесів : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. 194 с.

11. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 807 с.

12. Мазаракі А. А. Торговля. Деньги. Менеджмент : монографія. К. : Книга, 2006. 632 с.

13. Мазаракі А. А. Розвиток і структурна переорієнтація сфери товарного обігу як фактор економічного зростання : дис. ... д-ра екон. наук: 08.02.01. К. : Інститут економіки, 1995. 365 с.

14. Гончаров В. М., Дібніс Г. І., Онікієнко О. В., Ромахова О. О. Управління адміністративними кадрами на підприємстві : монографія. Луганськ : Ноулідж, 2012. 167 с.

15. Кравченко К. А., Мешалкин В. П. Управление крупной компанией: учебное пособие по дисциплине «Менеджмент организации». 2-е изд. М. : Академический проект, 2010. 350 с.

16. Кравченко К. А., Мешалкин В. П. Организационное проектирование и управление развитием крупных компаний: методология и опыт проектирования крупных систем управления. М. : Академический проект ; Альма Матер, 2006. 528 с.

17. Клейнер Г. Б. Эволюция институциональных систем. М. : Наука, 2004. 240 с.

18. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия. М. : Дело, 2008. 568 с.

19. Янг С. Системное управление организацией : пер. с англ. под ред. С. П. Никанорова, С. А. Батасова. М. : Советское радио, 1972. 456 с.

20. Раздорожный А. А. Экономика организаций (предприятия). М. : РИОР, 2005. 95 с.

References

1. Martsin, V. S. (2011). *Osobennosti planirovaniya v rynochnykh usloviyakh khozyaystvovaniya* [Features of planning in a market economy]. *Aktualni problemi ekonomiki* [Actual economic problems], no. 5 (119), pp. 97–108.

2. Chichilanova, I. L. (2011). *Osnovnyye problemy sbalansirovannogo razvitiya predpriyatiy torgovli* [The main problems of the balanced development of trade enterprises]. Available at : <http://www.jurnal.org/articles/2011/ekon46.html> (accessed 10.03.2020).

3. Klyianenko, V. T., Mylenyna, L. Ya. & oth. (1997). *Delovomu cheloveku. Slovar-spravochnik* [For a business person. Dictionary]. Lugansk, YYO TsPO VUHU Publ., 224 p.

4. National Standard Of Ukraine DSTU 4303: (2004). Retail and wholesale trade. Terms and definitions. Available at : <https://www.profiwins.com.ua/ru/directories1/dstu4303.html>.

5. Shershenevich, G. F. *Torgovoye pravo*. Tom I. Vvedeniye. Torgovyye deyateli [Commercial law. Vol. I. Introduction. Trading figures.]. *Po izdaniyu 1908 g.* // Allpravo.Ru. Available at : <http://www.allpravo.ru/library/doc1785p0/instrum1786>. (accessed 01.03.2020).

6. Rushchishin, N. M. (2004). *Deyaki aspekty faktornoho vplyvu na finansovo-ekonomichnu otsinku efektyvnosti funktsionuvannya komertsyinykh system* [Acting on the aspects of factor influence on the financial and economic assessment of the effectiveness of the functionalities of commercial systems]. *Visnyk Lvivskoi komertsyiinoi akademii. Ser.: Ekonomichna* [Newsletter of the Lviv Commerce Academy. Ser.: Economic], uss. 15, pp. 260–265.

7. Vasylychak, S. V. and Zhydyak, O. R. (2011). *Otsinka efektyvnosti rozvytku torhovelnykh pidpryyemstv Ukrayiny* [Assessment of efficiency of development of trade enterprises of Ukraine]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine], uss. 21.9, pp. 146–149.

8. Ryabova, T. F. (ed.) (1996). *Bolshoy kommercheskiy slovar* [Big Commercial Dictionary]. Moscow, Voyna i mir Publ., 400 p.

9. Shcherbak, V. H. (2009). *Innovatsiyni aspekty upravlinnya trudovoho potentsialu* [Innovative aspects of labor potential management]. Kharkiv, KHNEU Publ., 332 p.
10. Omelyanovych, L. O. & Hladkova, O. V. (2012). *Vplyv investytsiyno-innovatsiynykh protsesiv na finansovyy samorozvytok torhovelynykh protsesiv* [Influence of investment-innovation processes on financial self-development of trade processes]. Donetsk, DonNUET Publ., 194p.
11. Vynohradska, A. M. (2004). *Komertsiyne pidpryyemnytstvo: suchasnyy stan, stratehiyi rozvytku* [Commercial entrepreneurship: current status, development strategies]. Kyiv, Tsentri navchalnoyi literatury Publ., 807 p.
12. Mazaraki, A. A. (2006). *Torhovlya. Denhy. Mentalytet* [Trade. Money. Mentality]. Kyev, Knyha Publ., 632 p.
13. Mazaraki, A. A. (1995). *Rozvytok i strukturna pereoriyentatsiya sfery tovarnoho obihu yak faktor ekonomichnoho zrostannya* [Development and structural reorientation of commodity circulation as a factor of economic growth. Thesis PhD economic sciences]. Kyev, Instytut ekonomiky Publ., 365 p.
14. Honcharov, V. M., Dibnis, H. I., Onikiyenko, O. V. & Romakhova, O. O. (2012). *Upravlinnya administratyvne kadramy na pidpryyemstvi* [Management of administrative personnel at the enterprise] Luhansk, Noulidzh Publ., 167 p.
15. Kravchenko, K. A. & Meshalkin, V. P. (2010). *Upravleniye krupnoy kompaniyey* [Management of a large company]. 2nd ed. Moscow, Akademicheskii proyekt Publ., 350 p.
16. Kravchenko, K. A. & Meshalkin, V. P. (2006). *Organizatsionnoye proyektirovaniye i upravleniye razvitiyem krupnykh kompaniy: metodologiya i opyt proyektirovaniya krupnykh sistem upravleniya* [Organizational design and development management of large companies: methodology and experience in the design of large management systems]. Moscow, Alma Mater Publ., 528 p.
17. Kleyner, G. B. (2004). *Evolyutsiya institutsional'nykh sistem* [The evolution of institutional systems]. Moscow, Nauka Publ., 240 p.
18. Kleyner, G. B. (2008). *Strategiya predpriyatiya* [Enterprise Strategy]. Moscow, Delo Publ., 568p.
19. Yang, S. (1972). *Sistemnoye upravleniye organizatsiyey* [System management of an organization]. Moscow, Sovetskoye radio Publ., 456 p.
20. Razdorozhnyy, A. A. (2005). *Ekonomika organizatsiy (predpriyatiya)* [Economics of organizations (enterprises)]. Moscow, RIOR Publ., 95 p.

Objective. *The aim of the presented study is to determine the essence of managing a trading company in the conditions of intellectualization of activity and building a model of «enterprise development through the harmonization of activities», which contains successive stages.*

Methods. *The study used a complex of general scientific methods: generalization, comparison, construction, and structural-functional analysis.*

Results. *In the framework of the study, in order to build a model of managing a trade enterprise in the context of the intellectualization of activity, the essence of the concept of “trade enterprise” was revealed and the role of trade in socio-economic development was determined. In the process of research, such features of a trade enterprise as property, attribute and origin are highlighted. From the above definitions, it is substantiated that trading enterprises are characterized by individual natural features of enterprises of any industry that develops in accordance with the “development through the intellectualization of activity” model, namely: compliance with the main principle (constancy of dynamic development) — continuity; compliance with the goal (profit and creation of positive value); correspondence to the essence — system interaction to meet the needs of consumers; compliance of content — the leading role of personnel (through the harmonization of activities) to achieve the development goal.*

It is determined that trading enterprises have all the natural features of the development of any enterprise. Moreover, taking into account certain features of the development of the industry and its role for the development of production enterprises, the economy as a whole and the social sphere, the controllability of the development of trade enterprises is also a natural phase, which provides for the implementation of a set of sequential actions aimed at achieving a result — making a profit by satisfying the needs of consumers in goods and services.

The essence of managing a trading company in the context of the intellectualization of activity is represented through the management of the intellectual potential of personnel and the management of intellectual capital of the enterprise.

The constructed model for managing the development of a trade enterprise in the context of the intellectualization of activities is aimed at analyzing material, financial and information flows. It is proved that any intellectualization of the enterprise without human participation loses all meaning in the model of enterprise development management. Therefore, personnel are considered as a driving force for the development of the enterprise. The proposed model allows you to use an integrated approach not only in introducing local changes in certain aspects of the enterprise, but also in developing a holistic mechanism for its reform — from defining a concept to obtaining an effective result.

Keywords: trading enterprises, trade, intellectualization of activities, staff development, control system, model.

Надійшла до редакції 07.04.2020

ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-26-38

JEL : G33, M21, Q12, C00

УДК 338

Гудзь Ю. Ф.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна,
e-mail: gudz@donnuet.edu.ua
e-mail: yunackiy@donnuet.edu.ua

Юнацький М. О.,
канд. екон. наук

Шаповалова І. В.,
асистент

e-mail: shapovalova@donnuet.edu.ua

**ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ МАЛИХ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ
АГРОБІЗНЕСУ З МЕТОЮ ЗАПОБІГАННЯ ЗАГРОЗИ ЇХ БАНКРУТСТВА**

UDC 338

Hudz Yu. F.,
Grand PhD in Economic
sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kriviy Rih, Ukraine,
e-mail: gudz@donnuet.edu.ua
e-mail: yunackiy@donnuet.edu.ua

Yunatskyi M. O.,
PhD in Economic sciences

Shapovalova I. V.,
Assistant Professor

e-mail: shapovalova@donnuet.edu.ua

**SMALL AGRICULTURAL BUSINESS PROCESSING ENTERPRISES FINANCIAL ANALYSIS
FEATURES TO AVOID THE THREAT OF ITS BANKRUPTCY**

Objective. *The purpose of the article is to study the peculiarities of financial analysis of small agribusiness processing enterprises in order to prevent the threat of their bankruptcy in the current conditions.*

Methods. *In the process of researching different methods of financial analysis of small agribusiness processing enterprises in order to prevent the threat of their bankruptcy in modern conditions, used general scientific methods of epistemology: comparison, theoretical generalization, grouping and analysis, as well as the dialectical method of scientific knowledge.*

Results. *Depending on the purpose of financial analysis in order to prevent the threat of their bankruptcy in the present conditions, it is proposed to choose the appropriate number and types of financial indicators to calculate: profitability; liquidity, solvency and solvency; financial stability and stability; profitability; business activity.*

It is proven that the analysis of financial and economic performance of small agribusiness processing companies confirmed the assumption that small agribusiness processing enterprises are characterized by some uncertainty and that their activities are closely associated with certain risks. This applies to small agribusiness processing companies — producers of meat and meat products, pasta, bread products that operate in an extremely volatile economy.

Investigation of theoretical and applied approaches to the impact of threats and challenges of the external environment of small agribusiness enterprises on their effectiveness allowed to propose a methodology for determining indicators. It to predict the possibility of termination of economic activity of enterprises, taking into account the features of financial and statistical reporting.

We propose to use the five-factor E. Altman model of 1983, the Lis and Tuffler tests, the Tereshchenko model, the R-model, and the Konan and Gold solvency diagnostics for small agro-processing small businesses. The Depallan model, the Fulmer model, the E. Altman two-factor model, the five-factor 1966 model, and the E. Altman seven-factor 1976 model are virtually unusable, the universal discriminant function.

© Ю. Ф. Гудзь, М. О. Юнацький, І. В. Шаповалова, 2020

The practical significance of the results obtained is that sound proposals for financial analysis of small agribusiness processing companies in order to prevent the threat of their bankruptcy in modern conditions. It will contribute to preventive measures to prevent bankruptcy, stabilize work and further increase the volume of production and competitive production, and participation in foreign trade.

Key words: financial analysis, small processing enterprises, agribusiness, liquidity, profitability, business activity, bankruptcy risk.

Formulation of the problem. Over the last year, there have been crisis phenomena in small agribusiness processing enterprises, which is reflected in the decline in industrial production, lack of financial resources, reduced investment in production, low competitiveness, and increased imports of foodstuffs due to significant artificial strengthening of the hryvnia. For these reasons, small agribusinesses are the least resilient to various destabilizing factors.

If in 2014–2019 the main destabilizing factor was the military aggression of Russia in the east of the country [1], then in 2020 the emergence of a pandemic in the world through the Chinese coronavirus will also significantly affect the economic activity of small agribusiness enterprises. It should be noted that the advantage of agribusiness in owning a portfolio of resources is transformed into generating it a Ricardian rent.

Defining this type of rent as additional income from owning scarce resources was initiated by D. Ricardo. Ricardian rent is an additional economic benefit that a resource owner receives as a result of using it more productively than its competitors. Resources that can generate benefits include ownership of land, intellectual property.

The emergence of new types of intellectual resources (competences, organizational abilities), which is the object of research into new concepts of resource theory, has provided the formation of a shumpeterian rent — an additional economic benefit from the creation of new combinations of resources in the dynamic environment of the environment. Integration of the basic theories of strategic management to substantiate the strategy of development of economic potential will allow the agribusiness enterprise to make the best use of reserve potential, organizational abilities and competencies for realization of its own strategy in a changing external environment.

Analysis of recent research and publications. Analysis of publications on the issues of assessing the financial condition of enterprises gives reason to determine that the financial condition of a small agribusiness processing enterprise is characterized by a set of parameters that express the availability,

location and use of financial resources of the enterprise. And its assessment is a prerequisite for the effective management of a small business, for the deployment and use of enterprise resources.

Different methods of analysis may be used to achieve the primary purpose of analyzing the financial condition of small agribusinesses. Analyzing the literary sources of the authors who investigated this issue, we can determine the following methods for assessing the financial condition of small agribusinesses: coefficient, comprehensive, integral, break-even, equilibrium. Issues of analysis of financial potential are considered by domestic and foreign scientists, among which should be noted I. Blank [2], J. K. Van Horn [3].

The economic problems of agribusiness processing and food security companies were investigated in their work: R. H. Green [4], K. Eicher and J. Staats [5], VB Eide [6]. However, despite the considerable amount of practical, methodological, theoretical research on this subject, the analysis of literature on this topic revealed the lack of a unified approach to the analysis and evaluation of the financial condition of small processing enterprises, leaving discussion points for further research. Therefore, there is a need for in-depth research to find new approaches and methods for analyzing the financial status of processing companies in order to prevent and prevent bankruptcy.

The purpose of the article. Investigation of peculiarities of financial analysis of small agribusiness processing enterprises in order to prevent the threat of their bankruptcy in modern conditions.

Outline of the main research material. The financial condition of a small agribusiness processing enterprise is a real and potential ability of the enterprise to provide an adequate level of financing of economic activity, which is characterized by a set of indicators of availability, placement and use of resources of the enterprise and sources of their financing.

Areas of analysis of small agribusiness processing enterprises are:

— analysis and valuation of assets and liabilities of the balance sheet of agribusiness processing enterprise;

— analysis and assessment of liquidity and solvency of agribusiness processing enterprise (Table 1);

— analysis and evaluation of profitability of agribusiness processing enterprise (Table 2);

— analysis and evaluation of business activity of agribusiness processing enterprise (Table 3);

— analysis and evaluation of financial sustainability of agribusiness processing enterprise (Table 4).

Table 1

Indicators of liquidity of small agribusiness processing enterprises (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

Indicators	Name of Company	Norm	2016	2017	2018	2019
Ratio of current (total) liquidity	Private Company «Contact»	> 1,0	0,734	1,937	1,844	1,572
	Private enterprise «Sunflower»	> 1.0	1,175	1,162	1,031	1,047
	AgroProduct, Limited Liability Company	> 1,0	0,567	0,891	1,236	1,137
	Private Macaroni Company	> 1,0	0,818	0,921	0,544	0,539
Quick liquidity ratio	Private Company «Contact»	> 0,75	0,455	0,473	0,637	0,288
	Private enterprise «Sunflower»	> 0,75	0,746	0,761	0,773	0,735
	AgroProduct, Limited Liability Company	> 0,75	0,523	0,847	0,954	0,787
	Private Macaroni Company	> 0,75	0,452	0,594	0,358	0,250
Absolute liquidity ratio	Private Company «Contact»	≥ 0,25	0,070	0,068	0,123	0,051
	Private enterprise «Sunflower»	≥ 0,25	0,075	0,095	0,061	0,099
	AgroProduct, Limited Liability Company	≥ 0,25	0,031	0,023	0,022	0,027
	Private Macaroni Company	≥ 0,25	0,043	0,034	0,021	0,088

To maintain a stable tendency of development of financial and economic activity of small agribusiness processing enterprises in the conditions of constant aggravation of competition it is necessary to reliably estimate the financial state of the enterprise. The financial condition of a small agribusiness enterprise is characterized by the provision of own working capital, the optimal balance of inventories with production needs, as well as timely settlement operations and solvency.

The assessment of the financial condition of small agribusiness processing companies shows in what specific directions this work should be done. Accordingly, the results of the analysis provide answers to the questions, what are the most important ways to improve the financial condition of an agribusiness enterprise in a specific period of its activity.

This line of research is supported by a representative of the resource theory of J. Barney long-term competitive advantage develops when an enterprise implements a strategy of creating a higher value product (service) that is not used by existing and cannot be used by potential competitors [7].

According to many researchers, the arguments of the resource theory for ensuring the effective development of enterprises are more convincing than the theory of positioning.

R. Ramelta argued that inter-firm differences in the level of profitability of enterprises outweigh the cross-industry in the ratio of 7: 1 [8]. In the

study of M. Peteraph identified four criteria, which must meet the resources of the enterprise, which can be used in the formation of a strategy for developing economic potential [9].

K. Hofer and D. Shendel have already identified six types of resources: financial, physical, human, technological, organizational (quality control systems, corporate culture) and reputational [10].

Small agribusiness processing companies do not have stability, they have significant fluctuations in the volume of products produced, not all information is accurately reflected in the financial statements. In general, we can speak about the lack of stability in the financial performance of small agribusiness processing enterprises, fluctuations in net profit, the prevalence of loss over profit and the general trend of the absence of working capital.

In order to more quickly identify crisis phenomena in the development of small agribusiness, we apply a system of financial ratios that characterize liquidity, business activity, financial stability and profitability. The financial condition of small agribusiness enterprises is a complex concept that results from the interaction of all elements of the enterprise financial system, is determined by a set of production and economic factors and is characterized by a system of indicators that reflect the availability, placement and use of financial resources.

Important in the system of performance indicators of small agribusiness processing enterprise

are indicators of liquidity and solvency, which ensure the maintenance of financial balance of the enterprise. The liquidity of small agribusiness processing companies should be considered as a condition of assets in their turnover, which ends in receiving cash, which is a necessary condition for solvency.

Liquid assets include current assets of small agribusiness processing companies: cash and short-term investments; receivables; stocks.

Balance sheet liquidity indicators are limiting factors for efficiency. Consequently, the performance growth of small agribusiness processing businesses often occurs while reducing overall liquidity and vice versa. It is necessary to monitor, compare and manage the values of these indicators based on current conditions and business development policies (Table 1).

A study of the dynamics of changes in the overall liquidity ratio of Macaroni Company to a private enterprise reveals a general tendency to decrease this indicator every year. Only in 2017, compared to 2016, the coverage ratio increased by 0.12. Since the overall liquidity ratio is low, ie $0.53 < 1$, the solvency of the enterprise is low and there is some financial risk. At Sunyashka Private Enterprise, there is an increase in the coverage ratio in 2017 and 2019 by 0.0824 and 0.012, respectively, only in 2018, the overall liquidity ratio decreased by 0.133.

As can be seen from the table, the coverage ratio at the private enterprise Contact in 2017 and 2018 had a positive upward trend of 1.134 and 1.843, respectively, and in 2019 a decrease of 0.272. Under the conditions of Macaroni Company, the overall liquidity ratio in 2016 was 0.812, the ratio is increased by 0.124 next year, and in 2018 and 2019 the coverage ratio decreases by 0.387 and 0.110, respectively.

The quick liquidity ratio is calculated as the ratio of the most liquid working capital to the entity's current liabilities. It reflects the enterprise's ability to pay its current liabilities, provided it settles accounts with its debtors in a timely manner.

At the private enterprise «Contact», the quick-liquidity ratio in 2017–2018 had a slight increase of 0.015 and 0.167, respectively, and in 2019, it is down by 0.330. Research into the dynamics of changes in the ratio of quick liquidity at the private enterprise «Sunflower», LLC «AgroProduct» indicates a similar situation, ie in 2017–2018 — an increase, and in 2019 — a decline. With regard to the dynamics of the ratio of the intermediate liquidity

ratio at the private enterprise Macaroni Company, it was negative and the ratio decreased by 0.241 and 0.115 respectively in 2018 and 2019. This indicates that the solvency of the enterprise is low.

At private enterprise «Contact», in 2017 and 2018, there is an increase in the absolute liquidity ratio by 0.012 and 0.063, respectively, and in 2019, a decrease of 0.074. As can be seen from the table, in the private enterprise «Sunflower» the solvency indicator in 2017 increased by 0.027, in 2018 a decrease of 0.035 is observed; and in 2019 the ratio increased again by 0.034. At AgroProduct LLC, the absolute liquidity ratio decreased by 0.012, in the following years no changes are observed. The calculations for the private company Macaroni Company show a tendency to decrease the solvency index in 2017–2018 by 0.013, and in 2019 the ratio increased by 0.064.

Analysis of the profitability of a small business allows you to determine the effectiveness of investing in a small business and the rationality of their use. The profitability ratio shows how much profit per hryvnia the enterprise received is defined as the ratio of net profit to net sales. The study of the dynamics of change in the rate of return on sales of private enterprise «Contact» shows an increase of this ratio in 2017 by 0.030, and a decline in 2018–2019 respectively by 0.061 and 0.135 (Table 2).

At the end of 2019, the company with 1 hryvnia pasta sales received a loss of 13 cents. At the private enterprise «Sunflower» there is an increase of the indicator by 0.015, in 2018 it decreased by 0.051, and in 2019 the coefficient again increased by 0.047.

At AgroProduct Limited Liability Company, the profitability ratio is negative for 4 years of research. So in 2016, for 1 hryvnia of pasta sales, the company incurred a loss of 26 cents, and in 2017–2019, the losses, respectively, amounted to 8 cents, 17 cents, 25 cents. Unlike AgroProduct LLC, Macaroni Company has a positive dynamic of changes in the profitability ratio. The exception is 2017, in which the rate of return on sales decreased by 0.03, and in 2018–2019 there is an increase of the index by 0.2 and 0.06, respectively. And at the end of 2019 for the 1 hryvnia sales of products at this enterprise received a profit of 18 cents.

As for the dynamics of the profitability ratio of assets at pasta companies, the situation is as follows. Thus, in 2017 and 2018, the private company «Contact» had positive dynamics, that is, the indicator according to calculations increased by

Table 2

Indicators of profitability of small agribusiness processing enterprises (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

Indicators	Name of Company	2016	2017	2018	2019
Sales profitability (sales) ratio	Private Company «Contact»	0,045	0,071	0,013	-0,126
	Private enterprise «Sunflower»	0,016	0,023	-0,032	0,015
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,257	-0,07	-0,16	-0,24
	Private Macaroni Company	0,043	0,025	0,128	0,171
The rate of return on assets	Private Company «Contact»	0,011	0,025	0,034	-0,241
	Private enterprise «Sunflower»	0,083	0,057	-0,118	0,017
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,056	-0,145	-0,048	-0,067
	Private Macaroni Company	0,078	0,052	0,121	0,151
Return on equity ratio	Private Company «Contact»	0,023	0,032	0,049	-0,241
	Private enterprise «Sunflower»	0,725	0,316	-1,670	0,277
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,276	-0,563	-0,296	-0,226
	Private Macaroni Company	0,844	0,921	0,867	0,447
The profitability ratio of products	Private Company «Contact»	0,046	0,093	0,011	-0,107
	Private enterprise «Sunflower»	0,046	0,026	-1,674	0,277
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,070	-0,242	-0,121	-0,227
	Private Macaroni Company	0,051	0,025	0,133	0,215

0.2; and in 2019 there is a decline of 0.28. That is, 1 hryvnia of assets accounts for 25 cents of loss, which indicates inefficient management of the company in 2019, as well as exacerbation of crisis phenomena throughout the country.

At «Sunyashka» Private Enterprise the opposite situation is observed: in 2017 and 2018 the asset return ratio decreased by 0.04 and 0.17, and in 2019 increased by 0.12. At this enterprise, 2018 is a failure in financial management, which indicates an indicator of return on assets.

AgroProduct LLC calculates the return on assets ratio in 2017 by 0.04, an increase in 2018 by 0.07, and a decrease of 0.03 in 2019.» Indicate a decline of this indicator in 2017 by 0.03 and a positive trend for the coefficient increase of 0.56 in 2018 and 2019. In general, this group of companies can draw the following conclusions: the ratio of return on assets has a negative trend in the three enterprises. The most crisis events followed in 2019. In some enterprises, the loss reached 26 kopecks for 1 UAH assets.

As can be seen from Table 2, for the private company Contact, the return on equity ratio in 2016, 2017 and 2018 is characterized by a low value of this indicator, which indicates inefficient use of equity. And in 2019 this negative trend was confirmed by 1 UAH equity accounted for 25 kopecks

damage. At Sunyashka Private Enterprise in 2017 and 2018 there is a significant decrease in the return on equity ratio by 0.43 and 1.99 respectively, and in 2019 — this indicator increased to 0.28.

Regarding the dynamics of the coefficient of return on equity for AgroProduct LLC, in 2017 the figure decreased by 0.295, and in 2018 and 2019, respectively, increased by 0.28 and 0.08. At Macaroni Company in 2018 and 2019 the return on equity ratio tended to decrease by 0.061 and 0.43.

In 2017, «Contact», a private enterprise, saw a 0.06 increase in the profitability ratio, and in 2018 and 2019 this figure decreased by 0.09 and 0.12, respectively. Research into the dynamics of the coefficient of profitability of products at the private enterprise «Sunflower» showed a significant decline in the indicator in 2017–2018 by 0.03 and 1,695, and in 2019 this indicator rose to the level of 0.28. At LLC «AgroProduct» the profitability factor of production has a negative value for the studied period. With regard to the dynamics of the profitability ratio of products for the private enterprise Macaroni Company in 2018–2019, it tended to slightly increase by 0.12 and 0.09.

At Contact Private, in 2017, the asset turnover ratio is reduced by 0.15, in 2018 the figure was 2.24, ie increased by 2.04, and in 2019 — by

0.34. The table shows that for the private enterprise «Sunflower» the asset turnover ratio in 2017 increased by 0.76, and in 2018–2019 there is a decrease of the index by 0.03 and 0.96 respectively.

This indicates the inefficient use of all available resources by this enterprise (Table 3).

A study of the dynamics of the turnover ratio of assets at a private enterprise «Macaroni Com-

Table 3

Business activity indicators of small agribusiness processing enterprises (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

Indicators	Name of Company	2016	2017	2018	2019
Asset turnover ratio	Private Company «Contact»	0,356	0,274	2,241	1,921
	Private enterprise «Sunflower»	2,796	3,563	3,546	2,598
	AgroProduct, Limited Liability Company	0,796	0,447	0,288	0,261
	Private Macaroni Company	2,051	2,291	1,725	0,856
Ratio of accounts payable	Private Company «Contact»	6,493	4,735	6,286	7,451
	Private enterprise «Sunflower»	3,183	4,556	5,267	4,291
	AgroProduct, Limited Liability Company	1,167	0,533	0,359	0,285
	Private Macaroni Company	14,576	18,332	4,151	8,851
Receivables turnover ratio	Private Company «Contact»	2,993	1,587	16,141	16,359
	Private enterprise «Sunflower»	6,136	6,082	5,662	6,076
	AgroProduct, Limited Liability Company	3,887	0,655	0,394	0,367
	Private Macaroni Company	6,046	4,344	6,682	26,851
Inventory turnover ratio	Private Company «Contact»	3,265	1,871	8,747	3,368
	Private enterprise «Sunflower»	6,256	10,171	10,178	8,364
	AgroProduct, Limited Liability Company	16,025	11,034	10,048	14,632
	Private Macaroni Company	6,856	7,2805	14,676	16,509
Inventory turnover ratio (stock return)	Private Company «Contact»	0,426	0,346	2,952	2,395
	Private enterprise «Sunflower»	6,265	8,675	9,381	10,225
	AgroProduct, Limited Liability Company	2,224	1,535	3,427	1,081
	Private Macaroni Company	2,733	3,058	2,884	2,601

pany» showed an increase in the indicator in 2017 by 0.245 and a decline in 2018–2019, respectively, 0,571 and 0,874.

Regarding the dynamics of the asset turnover ratio at AgroProduct LLC, it tended to decrease during the study period: in 2017 — by 0.36, in 2018 — by 0.15, in 2019 — by 0.07.

The payables turnover ratio is calculated as the ratio of net sales proceeds to the average annual payables, and shows the rate of rotation of the payables of the enterprise over the period under review, the expansion or decrease of the commercial credit provided to the enterprise. At the beginning of 2016 at Contact, the payables turnover ratio was 6.48, in 2017 this indicator decreased by 1.77, and in 2018–2019 increased by 1.56 and 1.18, respectively.

The private enterprise «Sunflower» in 2017–2018 has an increase in the ratio of debt to pay, respectively, by 1.38 and 0.72, and in 2019 the fig-

ure decreased by 0.98. The study of the turnover ratio of payables at AgroProduct LLC showed a decline in the indicator over the studied period: in 2017 — by 0.64, in 2018 — by 0.19, in 2019 — by 0.06. At Macaroni Company privately owned, the payables turnover ratio in 2017 increased by 3.9; in 2018 there is a significant decrease of the indicator — by 14.07, and in 2019 — an increase of 4.76.

Analyzing the dynamics of the receivables turnover ratio at the private enterprise «Contact» in 2017 there is a decrease of the indicator by 1.38, and in 2018–2019 there is a significant increase of the indicator by 14.52 and 0.25 respectively. At the company «Sunflower» in 2017–2018 there is a decline in the ratio of receivables to 0.035 and 0.446 respectively, and in 2019 this figure increased by 0.42.

The calculations of the dynamics of the receivables turnover ratio at AgroProduct LLC showed a

decline in the indicator over the studied period: in 2017 — by 3.26, in 2018 — 0.27, in 2019 — 0.04. A study of the receivables turnover ratio of a private company «Macaroni Company» showed a decrease of 1.8 in 2017; in 2018–2019 the ratio increased significantly by 2.35 and 20.19 respectively.

At «Contact», a private enterprise, the inventory turnover ratio in 2016 was 3.26; in 2017 it decreased by 1.38, in 2018 this indicator increased by 6.87, and in 2019 it fell by 5.38. Table 3 shows that in the sunflower private enterprise in 2017–2018, the inventory turnover ratio increased by 3.8 and 0.03, respectively, and in 2019 the indicator decreased by 1.82.

A study of the dynamics of inventory turnover at AgroProduct LLC showed us a decrease in the coefficient in 2017–2018 by 4.98 and 1, respectively, and in 2019 — an increase of 4.7. With regard to the dynamics of inventory turnover at a private enterprise, Macaroni Company, it had a positive upward trend: in 2017 — by 0.48, in 2018. — by 7.38, in 2019 by 1.75.

The turnover ratio of fixed assets (return on assets) is calculated as the ratio of net proceeds from the sale of products (works, services) to the average annual cost of fixed assets. It shows the efficiency of using fixed assets of the enterprise. At «Contact», fixed assets turnover decreased by 0.09 in 2017, an increase of 2.59 in 2018 and a decrease of 0.53 in 2019. As can be seen from the table of return on the private enterprise «Sunflower» in 2017–2019 had a positive tendency to increase

by 2.5, respectively; 0.8 and 0.8. At AgroProduct LLC fixed assets turnover ratio in 2016 was 2.23, in 2017 the indicator decreased by 0.65, in 2018 it increased by 1.86, and in 2019 it fell by 2.35. With regard to the dynamics of the return on private enterprise «Macaroni Company», it increased in 2017 by 0.361, and in 2018–2019 there is a decrease in the ratio by 0.22 and 0.17 respectively.

Table 4 shows that at «Contact», the equity ratio in 2017 decreased by 0.2; in 2018 — increased by 2.8; and in 2019, that figure was down 0.4. At the private enterprise «Sunflower» in 2017, the rate of return on equity decreased by 0.56, and in 2018 and 2019 — increased respectively by 2.56 and 1.56. Regarding the dynamics of the equity ratio of AgroProduct LLC, it had a positive upward trend: in 2017 by 1.82, in 2018 by 0.5, in 2019 by 0.93. The Macaroni Company private enterprise in 2017 and 2018 has seen an increase in the equity turnover ratio of 0.56 and 2.85, respectively, and in 2019 it decreased by 4.53.

The analysis of the financial stability of the enterprise is carried out according to the balance sheet of the enterprise, characterizing the structure of sources of financing the resources of the enterprise, the degree of financial stability and independence of the enterprise from external sources of financing activities (table 4).

With regard to the coefficient of financial independence at the private enterprise «Sunflower», in 2017 it increased by 0.08, and in 2018–2019 there is a decrease of the indicator by 0.02.

Table 4

Indicators of financial sustainability of small agribusiness processing enterprises (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

Indicators	Name of Company	2016	2017	2018	2019
Financial autonomy ratio of «autonomy»	Private Company «Contact»	0,62	0,63	0,75	0,73
	Private enterprise «Sunflower»	0,13	0,22	0,08	0,07
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,18	-0,17	-0,15	-0,27
	Private Macaroni Company	0,11	0,08	0,25	0,34
Financial stability ratio	Private Company «Contact»	1,68	1,59	2,83	2,68
	Private enterprise «Sunflower»	0,13	0,21	0,08	0,07
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,16	-0,23	-0,13	-0,28
	Private Macaroni Company	0,08	0,07	0,33	1,84
Financial Leverage (Financial Risk)	Private Company «Contact»	0,85	0,83	0,72	0,73
	Private enterprise «Sunflower»	0,17	0,17	0,23	0,32
	AgroProduct, Limited Liability Company	0	-2,03	-2,28	-1,45
	Private Macaroni Company	0	0	0	0,14
Coefficient of provision of own funds	Private Company «Contact»	-0,6	-0,7	-0,25	-0,85
	Private enterprise «Sunflower»	0,07	0,15	0,03	0,04
	AgroProduct, Limited Liability Company	-0,82	-0,65	-0,44	-0,75
	Private Macaroni Company	-0,04	-0,08	-0,88	-6,05

The coefficient of financial independence at AgroProduct LLC during the study period is negative, which indicates the insolvency of the enterprise and dependence on external creditors.

At Macaroni Company, the coefficient of financial independence (autonomy) in 2016 was 0.15, in 2017 it decreased by 0.04, in 2018 — increased by 0.18, and in 2019 again the coefficient increase by 0.08.

The financial stability ratio indicates which part of current liabilities can be repaid by the entity's equity. The higher the ratio, the more financially sound, stable and independent from the creditors.

Table 4 shows that at Private company «Contact», the financial stability ratio in 2016 was 1.68, in 2017 this indicator decreased by 0.08, in 2018 — increased by 1.25, and in 2019 The coefficient was 2.68, which is 1 more than in 2016. This indicates that at Private company «Contact», is more financially sound, stable and independent of creditors.

The dynamics of the financial stability ratio of at Private company “Sunflower” shows an increase of 0.09 in 2017, and in 2018 and 2019 there is a decrease of the coefficient by 0.14 and 0.01, respectively. Analyzing the coefficient of financial stability at AgroProduct LLC we can conclude that the company is dependent on creditors. The table shows that at Macaroni Company in 2017, the coefficient of financial stability decreased by 0.04, and in 2018 and 2019 the coefficient increase by 0.27 and 1.52, respectively.

The factor of providing with own funds characterizes the presence of own working capital necessary for the financial stability of the enterprise, its independence from borrowed funds. If the ratio falls below 0.1, the enterprise is insolvent. The increase in the ratio against the previous period indicates an increase in financial independence and a decrease in the risk of financial investments.

The analysis of the calculations of the coefficient of provision of own funds during the study period showed a lack of own working capital at Private company «Contact», LLC AgroProduct, Macaroni Company.

The study of the dynamics of the coefficient of provision of own funds at at Private company «Sunflower» showed in 2017 a significant increase of the coefficient by 0.09, in 2018 the figure was 0.03, and in 2019 — increased by 0.02, ie equal to 0, 04.

As can be seen from the analysis of financial indicators, the business activities of any small food

business are characterized by some uncertainty and are closely associated with certain risks.

This is especially true of small businesses — producers of meat and meat products, pasta, bread products that operate in an extremely volatile economy, in times of deep socio-economic crisis. Bankruptcy and liquidation mean not only losses for its owners, creditors, manufacturing partners, consumers of products, but also reduced tax revenues, rising unemployment, which can eventually be a factor in macroeconomic instability in the region. For this reason, the problem of bankruptcy of small agribusiness enterprises necessitates the development of a system for diagnosing and preventing bankruptcy.

The formation of a system of indicators of crisis status and the threat of bankruptcy in a small business should be based on the following principles:

- 1) adequacy of the system of indicators by the task of diagnostic research;
- 2) availability of information support for calculation of values of indicators, carrying out of dynamic and comparative analysis;
- 3) coverage of indicators of all major areas of assessment of the financial condition of enterprises, which may reflect crisis phenomena that are inherent in their activities or prerequisites for their occurrence;
- 4) optimal number of indicators from each direction of study, exclusion from the system of indicators that duplicate each other;
- 5) the ability to clearly and unambiguously identify the negative value or negative dynamics that can be used as a basis for identifying a crisis situation or prerequisites for its occurrence in the future.

Depending on the goals and methods of implementation, bankruptcy diagnostics of an enterprise is divided into two main systems: rapid diagnostics and basic bankruptcy diagnostics.

Bankruptcy diagnostics is a timely identification of insolvency, loss, financial dependence on external sources of financing, low business activity. Therefore, in the classic models of bankruptcy diagnostics use indicators of profitability, financial stability, liquidity, business activity. Some models that do not have these components have a large margin of error.

The first models that used techniques of multiplicative discriminant analysis were developed in the 1960s. The most famous are the models of the American economist E. Altman, the first two-

factor model he developed in 1968 and has the following form:

$$Z = -0,3877 - 1,0736K_p + 0,0579, \quad (1)$$

where K_p is the coverage ratio, that is, the ratio of current assets to short-term liabilities; C_{aut} is the coefficient of autonomy, that is, the ratio of equity to the balance sheet total. If $Z = 0$, then the probability of bankruptcy is 50 %. In this model there are no indicators of profitability, and its error is 65 %.

To determine the likelihood of bankruptcy of small businesses whose shares were not listed on

the stock exchange, E. Altman proposed in 1983 a new model that could be applied in Ukraine:

$$Z_{1989} = 3,103K_1 + 0,998K_2 + 0,424K_3 + 0,848K_4 + 0,717K_5, \quad (2)$$

where K_1 — the ratio of profit to interest payment to assets; K_2 — the ratio of revenue to assets; K_3 — the ratio of the carrying amount of equity to borrowed capital; K_4 — the ratio of reinvested earnings to assets; K_5 — the ratio of own funds to assets. Threshold (Table 5).

Table 5

Determination of bankruptcy probability of small agribusiness processing enterprises by E. Altman model (1983) (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

№	Name of Company	K_1	K_2	K_3	K_4	K_5	Z_{1983}
1	Private Company «Contact»	0,08	0,56	0,03	0,008	0,4	0,95
2	Private enterprise «Sunflower»	0,6	21,25	-0,8	-9,4	11	-7,85
3	AgroProduct, Limited Liability Company	0,47	4,61	0,19	0,05	2,96	10,82
4	Private Macaroni Company	0,24	0,92	0,03	0,05	4,56	6,82

According to Altman's model, the private enterprise «Contact», the private enterprise «Sunshine», have a threshold value less than the allowable (1,23), which indicates the probability of bankruptcy after a certain period of time. Private Macaroni Company and AgroProduct LLC have a positive indicator that indicates the well-being of the company. As can be seen from the analysis, the enterprises have a relatively large indicator according to E. Altman model, they are not in danger of bankruptcy. In three enterprises, this figure is on the threshold and is in danger of bankruptcy.

Bankruptcy tests for Lis and Tuffler are also used in foreign countries. The Fox model looks like:

$$X_f = 0,064X_1 + 0,094X_2 + 0,057X_3 + 0,002X_4, \quad (3)$$

where X_1 — the ratio of current assets to the sum of all assets; X_2 — ratio of profit from sale to the amount of assets; X_3 — the ratio of retained earnings to the seven assets; X_4 — the ratio of equity to borrowed capital. Critical value = (Table 6)

Some scientists believe that the Lys and Tuffler tests are unsuitable for diagnosing bankruptcy

Table 6

Determination of bankruptcy probability of small agribusiness processing enterprises by the Lys model (Calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

№	Name of Company	X_1	X_2	X_3	X_4	Z_f
1	Private Company «Contact»	0,06	0,6	0,02	0,026	0,045
2	Private enterprise «Sunflower»	1,1	2,8	-1,2	-0,7	0,28
3	AgroProduct, Limited Liability Company	0,7	2,4	-0,3	0,06	0,25
4	Private Macaroni Company	0,5	0,9	0,9	1,5	0,12

of Ukrainian enterprises because they have a large margin of error. But we decided to test these two models on small agribusiness processing plants.

According to the test, all agribusiness processing enterprises are of critical importance ($Z_T < 0,2$), which indicates the probability of bankruptcy after a certain period of time. «Sunflower» has better prospects.

Tuffler test:

$$(Z_T) = 0,541X_1 + 0,14X_2 + 0,189X_3 + 0,161X_4, \quad (4)$$

where X_1 — is the ratio of revenue from sales to short-term liabilities; X_2 — the ratio of current assets to liabilities; X_3 — the ratio of short-term liabilities to assets; X_4 — the ratio of sales revenue to

assets. If > 0.3 — good long-term prospects, and at < 0.2 — the probability of bankruptcy (table 7).

According to Tuffler’s test, the private company «Contact» has a norm lower than the admissible one — 0.29, which indicates the probability of bankruptcy after a certain period of time. Private enterprise «Sunflower» and LLC «AgroProduct» have a positive indicator, which indicates the well-being of the enterprise.

In the US, another model of bankruptcy is more widely used:

$$C_1 = -0,3847 + (-1,0736) + \hat{E}_c \cdot 0,579 \quad (5)$$

where I — is the ratio of current assets to short-term liabilities; K_3 — the ratio of current assets to short-term liabilities. This model contains no profitability indicators and therefore has a high margin of error.

Table 7

Determination of bankruptcy probability of small agribusiness processing enterprises by Tuffler test (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

№	Name of Company	X_1	X_2	X_3	X_4	Z_T
1	Private Company «Contact»	0,02	0,07	0,99	0,54	0,29
2	Private enterprise «Sunflower»	-0,55	0,08	12,9	2,8	2,2
3	AgroProduct, Limited Liability Company	0,03	0,75	0,9	2,2	0,62
4	Private Macaroni Company	0,77	0,02	0,04	0,86	0,57

Academician P. T. Sabluk is advised to conduct an expert analysis of bankruptcy for bankruptcy diagnostics, which consists of the calculation of five indicators: the Beaver ratio, the return on assets (6–8% indicates a prosperity); the ratio of liabilities to assets (good condition is estimated if this indicator); the ratio of the amount of equity and non-current assets to the amount of assets (prosperity is estimated at 0.4); the ratio of current assets to short-term liabilities (favorable when the ratio is 1).

Some scientists propose to predict the bankruptcy risk of small agribusiness enterprises R-model, which looks like:

$$R = 0,39K_1 + K_2 + 0,053K_3 + 0,64K_4, \quad (6)$$

where K_1 — the ratio of working capital to the average annual amount of assets; K_2 — the ratio of net income to the average annual amount of equity; K_3 — the ratio of revenue to the average annual amount of assets; K_4 — the ratio of net profit to total costs. If $R = 0$ — bankruptcy rate is maximum (95–100 %), $0-0,19$ — high (65–85 %), $0,19-0,33$ — average (30–55 %), $0,33-0,43$ — low (10–25 %), more than 0.43 — minimal (up to 15 %) (Table 8).

According to the R-model, the private enterprise «Sunflower» and the private enterprise

Table 8

Determination of bankruptcy risk of small agribusiness processing companies by R-model (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

№	Name of Company	K_1	K_2	K_3	K_4	R
1	Private Company «Contact»	0,06	0,46	0,6	0,03	0,52
2	Private enterprise «Sunflower»	1,5	1,7	1,3	0,27	1,9
3	AgroProduct, Limited Liability Company	0,63	0,18	2,96	0,72	0,93
4	Private Macaroni Company	0,26	0,78	4,4	0,008	1,15

«Macaroni company» have a positive indicator, which indicates the well-being of the enterprise.

The model of Ukrainian scientist Professor OO Tereshchenko looks like:

$$Z_{TEP} = 154X_1 + 0,082X_2 + 10,0X_3 + 5,0X_4 + 0,35X_5 + 0,12X_6, \quad (7)$$

where X_1 is the ratio of monetary to liabilities; X_2 — the ratio of the balance sheet currency to liabilities; X_3 — the ratio of net income to the average annual amount of assets; X_4 — the ratio of profit to revenue; X_5 — the ratio of inventories to

revenue; X_6 — the ratio of revenue to fixed capital. When > 2 — bankruptcy is not threatened, $1 << 2$ — financial stability is broken, $0 << 1$ — there is a risk of bankruptcy. The model of OO Tereshchenko gives more accurate results, which coincide with the results by the Altman coefficient of 1983.

According to this model, Contact Private Company, Macaroni Private Company, have good long-term prospects. (Table 9).

Bankruptcy diagnostics is one of the central issues in economic science today. This is because:

Table 9

Determination of Bankruptcy Risk of Small Agribusiness Processing Enterprises by O. Tereshchenko Model (calculated by the author on the basis of financial and accounting data of small agribusiness processing enterprises [11])

№	Name of Company	X_1	X	X_3	X_4	X_5	X_6	Z_{TEP}
1	Private Company «Contact»	0,003	1,7	0,76	5,84	0,54	2,67	15,4
2	Private enterprise «Sunflower»	0,24	2,3	-0,54	2,56	0,006	-1,82	5,68
3	AgroProduct, Limited Liability Company	0,06	1,54	0,08	0,009	0,224	2,64	2,19
4	Private Macaroni Company	0,76	0,02	0,05	0,96	0,09	0,95	10,04

— the bankruptcy of a particular business entity has negative consequences not only for its owners, but also for a wide range of business partners, workers and the state as a whole due to the violation of macroeconomic equilibrium;

— on the objectivity of assessment of the degree of probability of bankruptcy of a small enterprise depends on its investment attractiveness, value of the enterprise;

— Developing an effective probability diagnostics methodology will enable small businesses to identify and respond to bankruptcy in a timely manner.

Therefore, the system of diagnostics is an integral part of the system of economic security and the mechanism of bankruptcy prevention at small enterprises of the food industry, since a reliable assessment of the state of the enterprise is very important for forming the right conclusions and making adequate decisions.

Conclusions. The results of the analysis of the development of small agribusiness processing enterprises show a slowdown in the development rate and a decrease in the efficiency of activity and the presence of unfavorable business environment and numerous problems.

The analysis of the financial and economic performance of small agribusiness processing companies confirmed that small agribusiness processing enterprises are characterized by some uncertainty and that their activities are closely associated with certain risks. This applies to small agribusiness processing companies — producers of meat and meat products, pasta, bread products that operate in an extremely volatile economy.

The proposed method of integral estimation of economic efficiency of functioning of small processing enterprises of agribusiness in the business environment on the basis of the provisions of multidimensional analysis allows to approach individually to the solution of problem situations in a particular enterprise and, unlike others, takes into account the economic development of branches

and sub-branches of food production and evaluates environment.

The study of theoretical and applied approaches to the impact of threats and challenges of the small business environment on their effectiveness has allowed to propose a method for determining indicators to predict the possibility of termination of economic activity of enterprises, taking into account the features of financial and statistical reporting.

We propose to use the five-factor model of E. Altman 1983 for the diagnostics of small-scale agribusiness processing enterprises, the Lis and Tuffler tests, the Tereshchenko model, the Irkutsk Academy R-model and the Konan and Golder solvency diagnostics. The Depallan model, the Fulmer model, the E. Altman two-factor model, the five-factor 1966 model, and the E. Altman seven-factor 1976 model are virtually unusable, the universal discriminant function.

Список літератури

- Gudz, I., Shecvhenko L., Bulhakova O., Shendryhorenko, M., Yunatskiy, M. The Influence of the Military and Political Shocks on the Economic Potential of Agribusiness in Ukraine. *Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 20, pp. 78–89.
- Blank, I. O. (2008). *Finansovyi menedzhment* [Financial Management]. Kyiv, Elga Publ., 724 p.
- Van Horn, J. K. (1999). *Osnovy upravleniya finansamy* [Fundamentals of financial management]. Moscow, Finance and Statistics Publ, 800 p.
- Benson, C. Food Security in Sub-Saharan Africa, IDS. Brighton: University of Sussex, 1986. pp. 2–6.
- Eicher, C. K. Agricultural Development in the Third World. Baltimore: John Hopkins University Press, 1990. P. 118.
- Eide, W. B. Proceedings of the Agriculture. Nutrition Linkage Workshop, Virginia. 1990. vol. 1, pp. 35–36.

7. Barney, J. (1986). Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. *Management Science*, vol. 32, no. 10, pp. 1231–1241.
8. Rumelt, R. P. (1984). Theory, strategy and entrepreneurship. *The Competitive Challenge*, vol. 3, pp. 137–158.
9. Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of Competitive Advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, no. 14 (3), pp. 5–16.
10. Hofer, C. W., Schendel, D. (1978). Strategy Formulation: Analytical Concepts. St. Paul: West Publishing, 145 p.
11. State Statistics Service of Ukraine (2019). *Statystychna informacija. Promyslovist. Vyrobnnytvo osnovnyh vydiv promyslovoji produkciji za 2014–2019 rr.* [Industry. Production of the main types of industrial products for 2012–2019]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

References

1. Gudz, I., Shecvhenko L., Bulhakova O., Shendryhorenko, M., Yunatskiy, M. The Influence of the Military and Political Shocks on the Economic Potential of Agribusiness in Ukraine. *Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 20, pp. 78–89.
2. Blank, I. O. (2008). *Finansovyi menedzhment* [Financial Management]. Kyiv, Elga Publ., 724 p.
3. Van Horn, J. K. (1999). *Osnovy upravlenija fynansamy* [Fundamentals of financial management]. Moscow, Finance and Statistics Publ, 800 p.
4. Benson, C. Food Security in Sub-Saharan Africa, IDS. Brighton: University of Sussex, 1986. pp. 2–6.
5. Eicher, C. K. Agricultural Development in the Third World. Baltimore: John Hopkins University Press, 1990. P. 118.
6. Eide, W. B. Proceedings of the Agriculture. Nutrition Linkage Workshop, Virginia. 1990. vol. 1, pp. 35–36.
7. Barney, J. (1986). Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. *Management Science*, vol. 32, no. 10, pp. 1231–1241.
8. Rumelt, R. P. (1984). Theory, strategy and entrepreneurship. *The Competitive Challenge*, vol. 3, pp. 137–158.
9. Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of Competitive Advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, no. 14 (3), pp. 5–16.
10. Hofer, C. W., Schendel, D. (1978). Strategy Formulation: Analytical Concepts. St. Paul: West Publishing, 145 p.
11. State Statistics Service of Ukraine (2019). *Statystychna informacija. Promyslovist. Vyrobnnytvo osnovnyh vydiv promyslovoji produkciji za 2014–2019 rr.* [Industry. Production of the main types of industrial products for 2012–2019]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Мета — дослідження особливостей проведення фінансового аналізу малих переробних підприємств агробізнесу з метою запобігання загрози їх банкрутства в сучасних умовах.

Методи. У процесі дослідження різних методик проведення фінансового аналізу малих переробних підприємств агробізнесу з метою запобігання загрози їх банкрутства в сучасних умовах використано загальнонаукові методи гносеології: порівняння, теоретичного узагальнення, групування та аналізу, а також діалектичний метод наукового пізнання.

Результати. Залежно від поставленої мети фінансового аналізу з метою запобігання загрози їх банкрутства в сучасних умовах запропоновано обрати відповідну кількість та види фінансових показників для розрахунку: прибутковість; ліквідність, платоспроможність та кредитоспроможність; фінансова стійкість та стабільність; рентабельність; ділова активність.

Доведено, що аналіз показників фінансово-господарської діяльності малих переробних підприємств агробізнесу підтвердив припущення про те, що малі переробні підприємства агробізнесу характеризуються певною невизначеністю, а їхня діяльність тісно пов'язана з певними системними ризиками. Це стосується малих переробних підприємств агробізнесу — виробників м'яса і м'ясопродуктів, макаронних виробів, борошна та круп, які функціонують в умовах, вкрай, нестабільної економіки та загрозованих зовнішніх чинників: постійної агресії Російської Федерації на сході України та періодичними пандеміями китайських коронавірусів у світі.

Дослідження теоретично-прикладних підходів впливу загроз і викликів зовнішнього середовища малих підприємств агробізнесу на їх ефективність дозволило запропонувати методик визначення показників індикаторів для передбачення можливості припинення господарської діяльності підприємств через загрозу банкрутства з урахуванням особливостей фінансової і статистичної звітності.

Запропоновано використовувати для діагностики малих переробних підприємств агробізнесу тести Лису та Таффлера, п'ятифакторну модель Е. Альтмана 1983 р., модель Терещенка, R-модель і індикатори діагностики платоспроможності Конана і Гольдера. Фактично не придатні для використання модель Фулмера, Депаляна, модель двофакторна Е. Альтмана, дискримінантна універсальна функція, модель семифакторна 1976 р. Е. Альтмана, модель п'ятифакторна 1966 р.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що обґрунтовані пропозиції щодо фінансового аналізу малих переробних підприємств агробізнесу з метою запобігання загрози їх банкрутства в сучасних несприятливих умовах сприятимуть проведенню превентивних заходів недопущення банкрутства, стабілізації роботи і подальшому нарощуванню обсягів виробництва продуктів харчування та конкурентоспроможної продукції для забезпечення як внутрішніх потреб регіону, так і участі в зовнішній торгівлі.

Ключові слова: фінансовий аналіз, малі переробні підприємства, підприємства агробізнесу, ліквідність, прибутковість, ділова активність, загроза банкрутства.

Надійшла до редакції 11.04.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-38-47

JEL : E00, G00, L60, M2

УДК 331.101.262:330.313 (045)

Костакова Л. Д.,
старш. викладач

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна,
orcid.org/0000-0002-8720-0528
e-mail: kostakova@ donnuet.edu.ua

ВРАХУВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ ПІД ЧАС ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

UDC 331.101.262:330.313 (045)

Kostakova L. D.,
Senior Lecturer

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Krivyi Rih, Ukraine,
orcid.org/0000-0002-8720-0528
e-mail: kostakova@ donnuet.edu.ua

TAKING INTO ACCOUNT CRISIS WHEN EVALUATING THE POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Мета — побудувати алгоритм діагностики рівня кризового стану потенціалу промислових підприємств та управління ним.

Методи. У процесі підготовки основних положень статті було застосовано низку загальнонаукових і спеціальних методів, серед яких такі, як: аналогії, системний, групування та узагальнення (класифікація чинників виникнення криз, класифікація видів криз); зіставлення (методи кількісного оцінювання ймовірності загрози банкрутства); абстрактно-логічний та узагальнення (визначення проблеми, формування висновків).

Результати. Окреслено проблеми українських промислових підприємств у посткризовий період. Виявлено недоліки щодо діючої методики проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств і організацій. З урахуванням різних точок зору з'ясовано, що кризу характеризують такі параметрами, як чинники її виникнення, види криз та стадії їх розвитку. Доповнено та систематизовано чинники виникнення кризи для умов діяльності промислових підприємств. Досліджено різні підходи до класифікації ознак кризових станів та їх ви-

© Л. Д. Костакова, 2020

дів. Узагальнено існуючі класифікації видів криз на підприємстві. Окреслено взаємозв'язок між різними фазами розгортання кризи на підприємстві. На підставі проведеного аналізу виділено чотири фази кризового стану, останньою з яких визнано банкрутство. З'ясовано, що оцінювання ймовірності банкрутства слід проводити з використанням якісного і кількісного підходів, розкрито їх сутність. Досліджено методуку прогнозування банкрутства і неплатоспроможності на підставі аналізу структури балансу, методів інтегрального оцінювання кризового стану підприємства та методу, заснованому на прогнозуванні ціни підприємства. Викладено недоліки щодо методів кількісного оцінювання ймовірності загрози банкрутства. Побудовано алгоритм діагностики рівня кризового стану потенціалу промислових підприємств та управління ним.

Ключові слова: підприємство, кризовий стан, банкрутство, чинники, оцінювання, потенціал підприємства, методи, алгоритм.

Постановка проблеми. Актуальність проблеми врахування кризових явищ під час оцінювання розміру потенціалу підприємства та ефективності його використання зумовлено існуванням значної частки збиткових промислових підприємств в Україні у посткризовий період через відсутність надійних систем сучасного моніторингу стану потенціалу виживання для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на мінімізацію економічних, фінансових, соціально-демографічних та інших видів ризиків, викликаних фінансово-економічними кризами з початку нового століття. Потенціал підприємств виступає своєрідним індикатором попередження кризових явищ у їх господарській діяльності. Наразі стан потенціалу для багатьох підприємств є незадовільним. Так, частка збиткових підприємств серед великих та середніх залишається суттєвою (25 %), що вказує на суттєві проблеми, пов'язані із забезпеченням нарощування потенціалу суб'єктів господарювання, їх прибутковості та попередження банкрутства [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Класифікація криз, дослідження чинників їх виникнення на підприємстві, проблеми оцінювання кризового стану потенціалу чи ризику банкрутства підприємства, прогнозування банкрутства і неплатоспроможності на підставі аналізу структури балансу — це далеко не весь перелік питань, що знаходяться у сфері наукових інтересів багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Вагомий внесок у дослідження окремих аспектів кризи та банкрутства зробили Е. І. Альтман, І. Бланк, Є. І. Бойко, Т. В. Булович, Н. В. Зарубеєва, І. Кац, А. Колос, Г. О. Крамаренко, Л. О. Кукурудза, Л. О. Лігоненко, Н. В. Мержа, О. О. Недосекін, О. Пушкар, С. Я. Салига, К. О. Соломянова-Кирильчук, Г. Спрінгейт, О. О. Терещенко, О. Тридід, Р. Таффлер, В. О. Шамрикова, А. М. Штангрет,

І. О. Щербань та ін. Проте в сучасній вітчизняній економіці врахування кризових явищ під час оцінювання розміру потенціалу підприємства та ефективності його використання потребує нового погляду на вирішення проблеми щодо побудови адекватних сучасним умовам теоретико-методологічних засад.

Мета статті — побудувати алгоритм діагностики рівня кризового стану потенціалу промислових підприємств та управління ним.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпеченість стабільного функціонування підприємств у динамічних умовах зовнішнього середовища потребує врахування кризових явищ під час оцінювання потенціалу підприємств, проведення діагностики його неплатоспроможності та ймовірності банкрутства. У сучасних умовах господарювання однією з актуальних проблем в українській економіці залишається проблема банкрутства вітчизняних підприємств, оскільки банкрутство окремого суб'єкта господарювання має негативні наслідки як для самого підприємства, так і для галузі та економіки загалом.

Відповідно до Кодексу України з процедур банкрутства, банкрутство — визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність за допомогою процедури санації та реструктуризації і погасити встановлені в порядку, визначеному цим Кодексом, грошові вимоги кредиторів інакше, ніж через застосування ліквідаційної процедури [2].

Неплатоспроможність — неспроможність боржника виконати після настання встановленого строку грошові зобов'язання перед кредиторами не інакше, як через застосування процедур, передбачених Кодексом України з процедур банкрутства [2].

В Україні розроблено Методуку проведення поглибленого аналізу фінансово-гос-

подарського стану неплатоспроможних підприємств і організацій, провідну роль у якій відведено фінансовому аналізу. Відповідно до даної методики аналіз фінансового стану проводиться за такими етапами:

- аналіз динаміки валюти балансу і його структури;
- аналіз джерел власних коштів;
- аналіз структури кредиторської заборгованості та активів;
- аналіз витрат на виробництво;
- аналіз прибутковості підприємства і використання прибутку [3].

Наступні етапи аналітичної роботи зводяться до аналізу виробничо-господарської діяльності підприємства: загальна характеристика виробництва, аналіз стану та використання основних засобів, оборотних засобів, об'єктів незавершеного будівництва, стан охорони навколишнього середовища тощо.

Результати аналізу заносять у спеціальну таблицю «Основні фінансово-економічні показники та коефіцієнти». На основі узагальнення результатів аналізу комісією робиться висновок про доцільність занесення підприємства до Реєстру неплатоспроможних підприємств і організацій [3].

Кризу на підприємстві більшість учених-економістів [4–7] характеризують трьома параметрами: джерелами (чинниками) виникнення; видом кризи і стадією її розвитку. Інші науковці [8; 9], крім виду і фази (стадії), пропонують описувати масштаб кризи та її го-строту.

Чинники кризи науковці поділяють на екзогенні та ендогенні. Узагальнивши та доповнивши запропоновані ними чинники, систематизуємо їх відповідно до виникнення криз в умовах діяльності промислових підприємств (рис. 1).

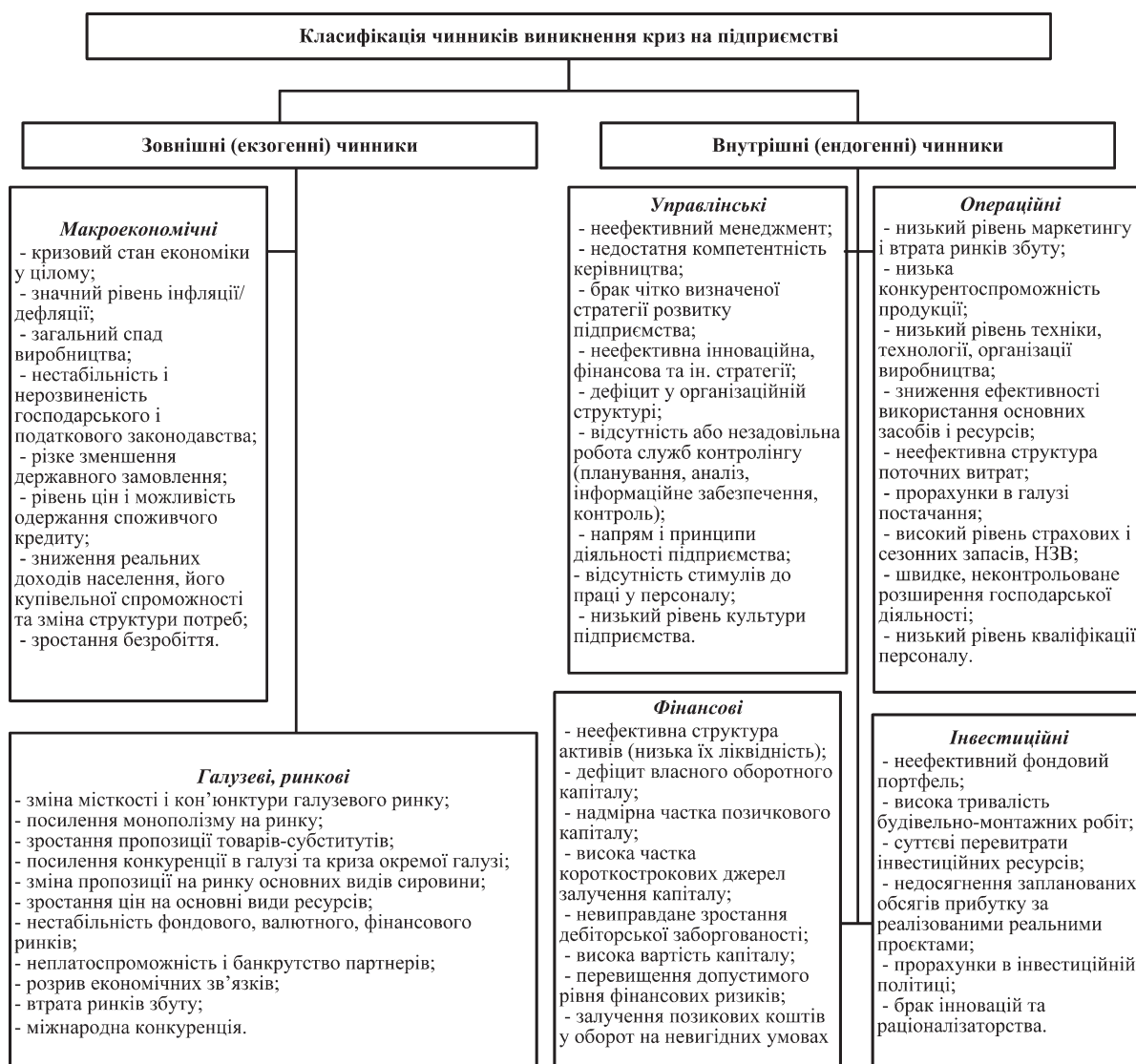


Рис. 1. Чинники виникнення криз на підприємстві (розроблено автором на основі [4–9])

Вид кризи — це показник, що характеризує вражені кризою сфери та напрями діяльності. Більшість економістів [4–6] розрізняють такі види криз, як стратегічна криза, криза прибутковості та криза ліквідності.

Іншими авторами пропонується низка підходів до класифікації видів криз [7–10]. Найчастіше вони виокремлюють такі види криз на підприємстві: 1) з позиції стратегічного розвитку: криза росту, стагнація, занепад; 2) з погляду загрози підприємству: стратегічна криза, криза результатів (прибутковості), криза ліквідності, банкрутство;

3) за ступенем виявлення: потенційна, латентна, гостра; 4) за джерелами виникнення: зумовлена внутрішніми, зовнішніми чинниками та внутрішніми і зовнішніми одночасно; 5) з позиції стадії життєвого циклу: криза зародження, криза зростання (росту), старість (занепад), ліквідації; 6) за масштабом: локальна і глобальна; 7) за тривалістю: короткострокові, середньострокові та довгострокові тощо.

Проведемо узагальнення розглянутих підходів до класифікації видів криз на підприємстві (рис. 2).

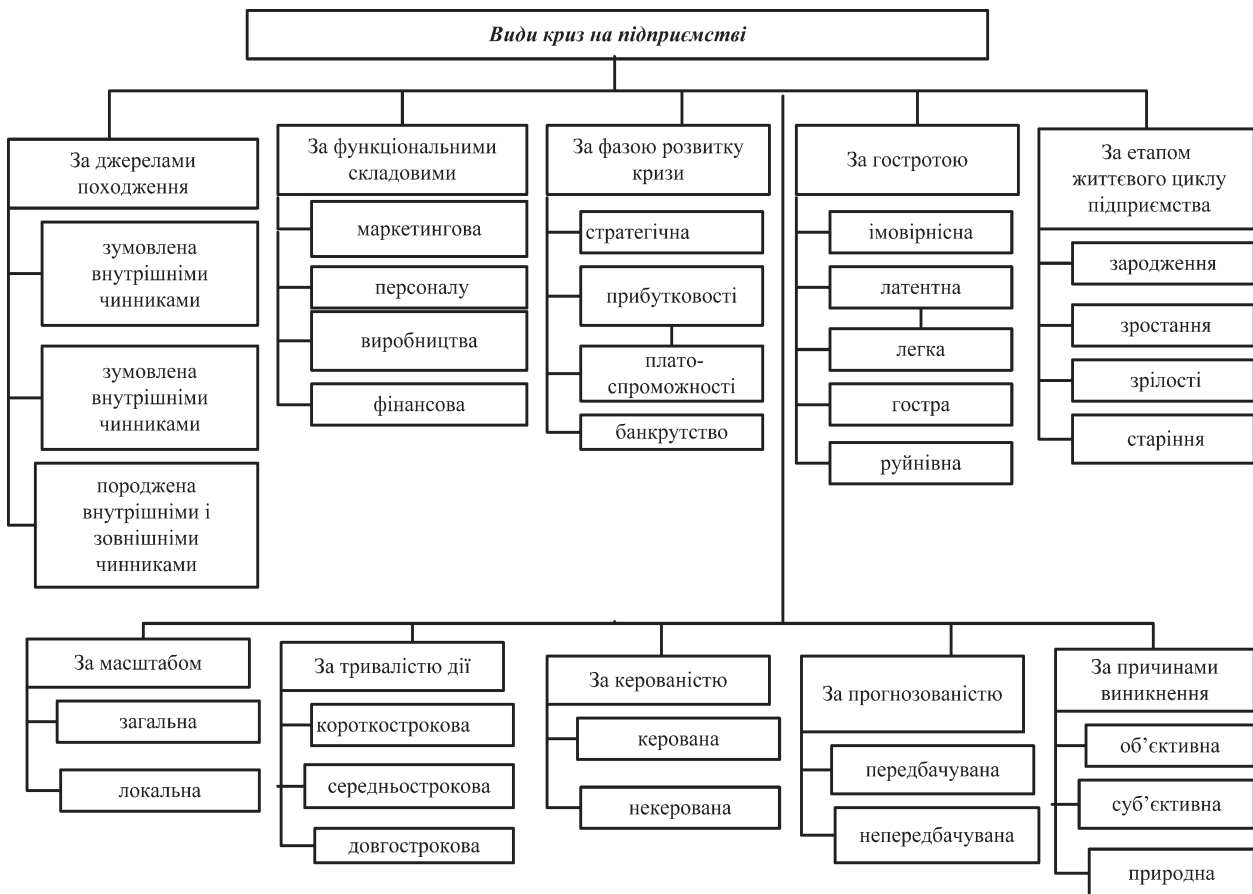


Рис. 2. Видова систематизація криз на підприємстві (розроблено автором на основі [4–10])

Фаза (стадія) розвитку кризи — це показник, що характеризує розгортання кризи в часі. Більшість науковців виділяють три фази розгортання кризи, але О. Пушкар, О. Тридід, А. Колос виокремили сім стадій. Ув'яжемо дані етапи кризового процесу між собою, побудувавши табл. 1.

На підставі здійсненого аналізу слід вважати, що поєднання і часткове перефразування фаз криз дає змогу виокремити чотири фази кризового стану: стратегічна криза, криза прибутковості, криза платоспроможності,

банкрутство. Отже, банкрутство — це остання фаза розвитку кризи на підприємстві.

Аналіз економічної літератури щодо оцінювання ймовірності банкрутства підприємства дає змогу умовно виділити два підходи: якісний і кількісний.

До якісного підходу належить широковідомий у зарубіжних наукових джерелах підхід Аргенті. Даний метод базується на трьох стадіях, які проходять збанкрутілі підприємства: недоліки, помилки, симптоми. Кожному чиннику етапів відповідає певна кількість

Таблиця 1

Взаємозв'язок різних фаз розгортання кризи на підприємстві (розроблено автором на основі [4–10])

Підходи до визначення фаз (стадій) кризи на мікрорівні				
О. Пушкар, О. Тридід, А. Колос	Л. Лігоненко, Л. О. Кукурудза	А. М. Штангрет	О. О. Терещенко, Є. І. Бойко	В. О. Шамрикова І. Кац
1. Сповільнення темпів збільшення прибутку	1. Прихована криза	1. Зниження обсягів виробництва та прибутку, погіршення фінансового стану підприємства	1. Фаза, що безпосередньо не загрожує функціонуванню підприємства	1. Рання стадія (падіння ефективності та збуту)
2. Зниження рентабельності		2. Збитковість виробництва, зростання		
3. Сповільнення темпів оборотності ресурсів				
4. Збитковість	2. Криза неплатоспроможності	дебіторської і кредиторської заборгованостей, значне погіршення фінансового стану	2. Фаза, що безпосередньо загрожує функціонуванню підприємства	2. Проміжна (нестача оборотного капіталу, припинення постачання у кредит, затримки у виплаті заробітної плати)
5. Зменшення запасів і резервних фондів				
6. Неплатоспроможність	3. Банкрутство	3. Неплатоспроможність. Підприємство має недостатньо коштів для виконання зобов'язань, фінансування заходів, існує реальна загроза банкрутства	3. Кризовий стан, не сумісний з подальшим функціонуванням підприємства	3. Пізня (хаос в управлінні, порушення виробничих планів, вимоги щодо зміни умов кредитів та передплати)
7. Банкрутство				

балів, після чого розраховується агрегований показник — А-рахунок [11].

Також одним з якісних підходів є рекомендації Комітету з узагальнення практики аудитування (Велика Британія), які містять перелік критичних показників для оцінювання ймовірності банкрутства підприємства.

Якщо в якісних методиках для їх адаптації до умов діяльності вітчизняних підприємств достатньо уточнити перелік критеріїв і відкоригувати оцінку вагомості, то в кількісних методиках існує набагато більше труднощів.

До кількісних методик умовно можна віднести:

— методику прогнозування банкрутства і неплатоспроможності на основі аналізу структури балансу;

— методи інтегрального оцінювання кризового стану підприємства;

— метод, заснований на прогнозуванні ціни підприємства.

Питання прогнозування банкрутства і неплатоспроможності на основі аналізу структури балансу розглядалися в роботах Н. В. Мержи, Г. О. Крамаренко і С. Я. Салиги [5]. Їх методологія базується на положеннях наказу «Про затвердження Методичних рекоменда-

цій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій із приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» [12], який був виданий для забезпечення однозначності підходів під час оцінювання фінансово-господарського стану підприємств і своєчасного виявлення формування незадовільної структури балансу. Методичні рекомендації визначають три стадії неплатоспроможності: поточну (відповідає визначенню неплатоспроможності, критичну і надкритичну (для їх ідентифікації використовується коефіцієнт покриття та коефіцієнт забезпечення власними коштами). З метою своєчасного виявлення незадовільної структури балансу у прибуткових підприємств розраховують коефіцієнт Бівера.

Методи інтегрального оцінювання загрози банкрутства ґрунтуються на статистичних та нечітких методах О. О. Недосекина [13]) та ін.

До статистичних методів належать багатофакторні дискримінантні моделі, які створюються на основі статистичного аналізу великого масиву даних про діяльність успішних та збанкрутілих підприємств за декілька років до їх банкрутства. Такі моделі відображають закономірності між незалеж-

ними змінними (фінансовими коефіцієнтами) та результативним показником, величиною якого визначає ймовірність банкрутства підприємства. Проте використання таких моделей у вітчизняних умовах призводить до істотно викривлених результатів. Ураховані параметри в зарубіжних дискримінантних функціях і ступінь їх впливу на ймовірність банкрутства істотно відрізняються від вітчизняних. Серед головних недоліків, які роблять застосування таких моделей непривабливим, є те, що дискримінанті моделі неадаптовані до сучасних динамічних економічних умов (за критеріями місця і часу), більшість із них не враховують специфіку діяльності конкретних підприємств, у деяких моделях між «незалежними» змінними існує щільна кореляція, яка вказує на їх неадекватність, що було доведено під час проведення низки експериментів.

Вітчизняні науковці роблять багато спроб щодо вдосконалення й адаптації існуючих дискримінантних моделей до сучасних умов української економіки [14].

Прогнозування ціни підприємства використовується для ідентифікації прихованої (початкової) стадії банкрутства, на якій починається ледь помітне зниження ціни підприємства у зв'язку з несприятливими тенденціями.

Ціна підприємства визначається капіталізацією прибутку і розраховується як відношення очікуваного прибутку до виплати податків, відсотків по кредитах і дивідендах до середньозваженої вартості пасивів підприємства. Умови майбутнього падіння ціни формуються в поточний період і можуть бути спрогнозованими. Даний показник не є ціною продажу підприємства.

Отже, недоліком методів кількісного оцінювання ймовірності загрози банкрутства є те, що за межами фінансової звітності залишаються важливі елементи потенціалу підприємства — персонал та виробничий потенціал, які мають відігравати провідну роль у виживанні підприємства.

Відсутність алгоритмів аналізу кризового стану потенціалу підприємства в економічній літературі визначає необхідність створення методики діагностики кризового стану потенціалу промислових підприємств (рис. 3).

Припускаємо, що запропонований алгоритм, який складається з дев'яти етапів, є до-

статнім для отримання необхідного уявлення про рівень кризового стану потенціалу підприємства.

Отже, на *першому етапі* визначаються мета та завдання аналізу щодо діагностики кризового стану підприємства. Під час проведення аналізу, без чітко сформульованої мети, методика не буде ефективною.

На *етапі формування інформаційної бази* відбуваються збирання, систематизування, оброблення та групування інформації для спрощення процесу аналізу рівня кризового стану потенціалу. Основними джерелами інформації під час оцінювання потенціалу виживання є планові, облікові, законодавчо-нормативні та довідкові дані.

Третій етап передбачає проведення аналізу зовнішнього середовища. При цьому здійснюються оцінювання загроз і можливостей, аналіз основних конкурентів, їх переваг, аналіз макроекономічних, ринкових, галузевих та інших чинників.

На *четвертому етапі*, що включає 12 кроків, оцінюється потенціал виживання промислових підприємств за низкою показників із застосуванням теорії нечіткої логіки. Більш детальніше розглянемо кроки 1–5.

Крок 1 передбачає введення базових множин станів потенціалу виживання промислових підприємств. Лінгвістична змінна «Потенціал виживання» може набувати таких значень: нечітка підмножина «найкращий потенціал виживання»; «гарний потенціал виживання»; «середній потенціал виживання»; «поганий потенціал виживання» (на підприємстві існують кризові явища); «найгірший потенціал виживання» (криза).

У межах *кроку 2* визначаються узагальнювальні групи показників (чинників) на основі яких може бути проведено оцінювання потенціалу виживання. Як уже відомо, до таких показників належить група показників маркетингового, виробничого, кадрового та фінансового потенціалу.

Крок 3 передбачає ранжування системи показників, причому, значущість відповідного показника (чинника) визначають за правилом Фішберна, а саме, у порядку убавання їх вагомості. Оцінюючи потенціал виживання промислового підприємства, слід вважати, що всі показники та групи показників потенціалу є рівнозначними між собою (тобто вони мають однакові вагові коефіцієнти).

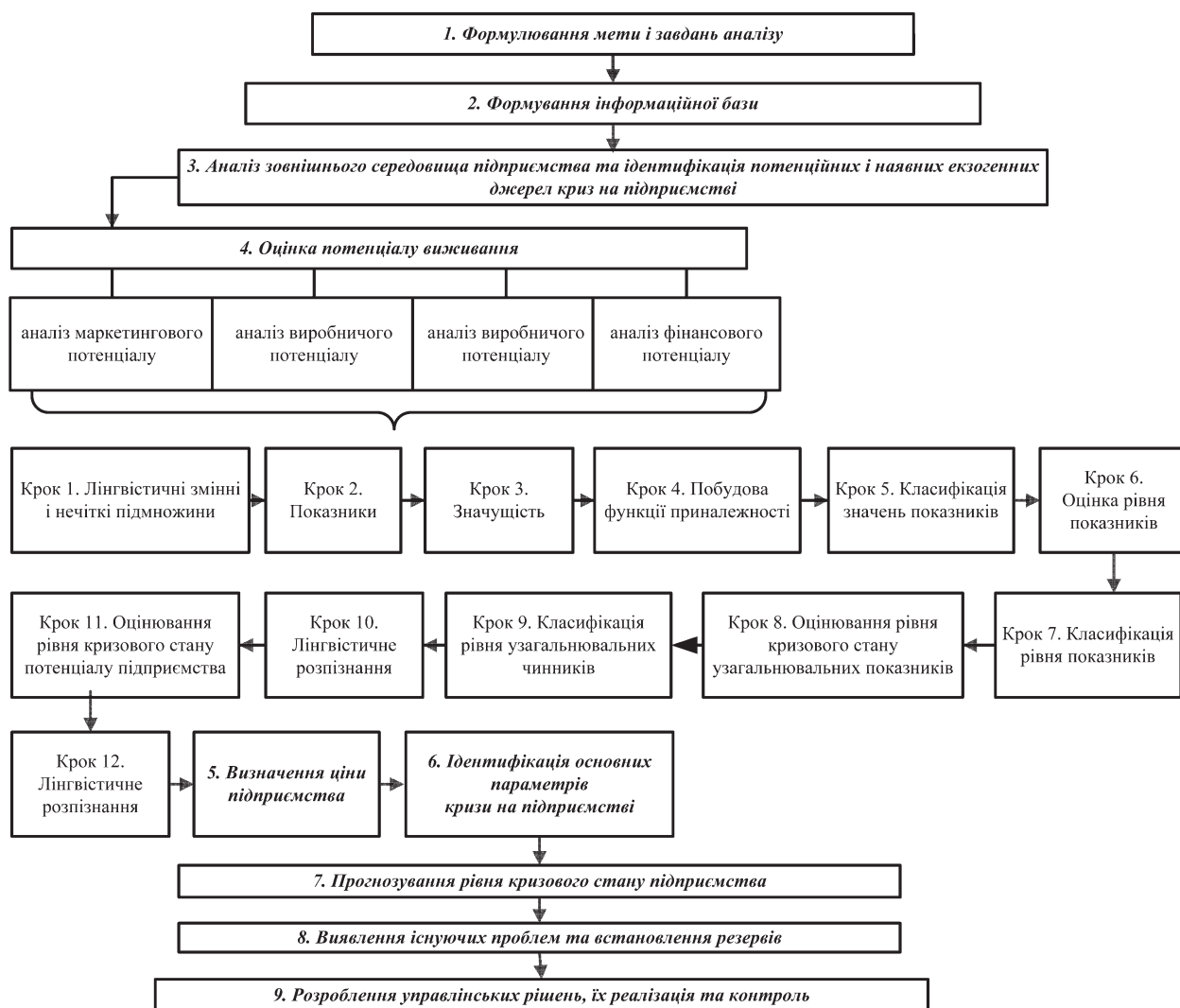


Рис. 3. Алгоритм діагностики рівня кризового стану потенціалу промислових підприємств та управління ним (розроблено автором на основі [4–14])

На кроці 4 відбувається побудова функції приналежності з використанням методу інтервальних оцінок.

На кроці 5 проводять класифікацію поточних значень показників як критерій розвитку повної множини їх значень на нечіткі підмножини виду. Визначається ціна підприємства. Аналіз проводиться у динаміці та робляться відповідні висновки.

Шостий етап — «Ідентифікація основних параметрів кризи на підприємстві» передбачає визначення джерел (чинників) кризи, її виду, стадії (фази).

На сьомому етапі, на основі прогнозування тенденцій основних чинників та визначення їх впливу на основні показники діяльності підприємства здійснюється прогнозування рівня кризового стану його потенціалу.

Сьомий етап є підставою восьмого етапу, на якому відбуваються ідентифікація

найбільш загрозливих проблем і знаходження резервів для їх усунення та розроблення заходів щодо посилення потенціалу виживання.

Дев'ятий етап передбачає реалізацію управлінських рішень, що мають супроводжуватися постійним контролем за їх виконанням. Запропоновані шляхи вирішення виявлених проблем повинні приносити економічний ефект у вигляді прибутку, зміцнення потенціалу виживання та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Висновки. Проведене дослідження показало таке:

— кризу на підприємстві можна охарактеризувати через чинники її виникнення, вид кризи та стадію її розвитку;

— для умов діяльності промислових підприємств були доповнені та систематизовані чинники виникнення кризи;

— у роботі було проведено роботу щодо узагальнення існуючих підходів до класифікації видів криз на підприємстві та встановлено взаємозв'язок між різними фазами розгортання кризи;

— було встановлено, що банкрутство є останньою фазою кризового стану підприємства;

— в основі оцінювання ймовірності банкрутства підприємства лежить використання якісного і кількісного підходів;

— для отримання необхідної інформації про рівень кризового стану потенціалу підприємства було розроблено алгоритм діагностики кризового стану потенціалу промислових підприємств.

Список літератури

1. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.02.2020).

2. Кодекс України з процедур банкрутства. *Відомості Верховної Ради України*. 2019. № 19. Ст. 5. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19> (дата звернення: 19.02.2020).

3. Про затвердження Методики проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій : Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 27.06.1997 №81. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-97> (дата звернення: 21.02.2020).

4. Бойко Є. І., Луцишин Т. Л. Фінансова криза на підприємстві та методи її оцінки. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2006. Вип. 16.6. С. 187–190. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/16_6/187_Wojko_16_6.pdf (дата звернення: 21.02.2020).

5. Салига С. Я., Ляшенко Є. І., Дачій Н. В., Корецька С. О., Нестеренко Н. В., Салига К. С. Антикризове фінансове управління підприємством : навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2005. 208 с.

6. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств : навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2000. 412 с.

7. Шаманська О. І. Загальна система формування економічного потенціалу. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №2 (92). С. 109–117.

8. Гелетій Т. Г. Антикризове управління в стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Проблеми розвитку*

внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. 2010. Ч. 1. С. 95–98. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2010_1/tom1/95.pdf (дата звернення: 22.02.2020).

9. Гончарова Н. П., Федонін О. С., Швиданенко Г. О. та ін. Управління підприємствами: сучасні тенденції розвитку : монографія. К. : КНЕУ, 2006. 288 с.

10. Штангрет А. М., Копилук О. І. Антикризове управління підприємством: оцінка : навчальний посібник. К. : Знання, 2007. — 335 с.

11. Будицький О. В. Оцінка ймовірності банкрутства підприємства як напрямок прогнозування його діяльності. *Вісник КЕІ КНЕУ*. 2005. №3. С. 12–16.

12. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства : Наказ Міністерства економіки України від 19.01.2006 № 14. Дата оновлення: 26.10.2010. URL : <https://www.zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06> (дата звернення: 20.02.2020).

13. Недосекин А. О. Финансовый менеджмент на нечетких множествах. М. : Аудит и финансовый анализ, 2003. — 335 с.

14. Ждан О. М. Економічне обґрунтування терміна «потенціал підприємства». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.3. С. 139–142. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/20_3/139_Zhdan_20_3.pdf (дата звернення: 18.02.2020).

References

1. State Statistics Service of Ukraine. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed 21 February 2020).

2. Bankruptcy Code of Ukraine. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19> (Accessed 15 February 2020).

3. Agency for Bankruptcy Prevention of Enterprises and Organizations (1997). On approval of the Methodology for conducting in-depth analysis of financial and economic status of enterprises and organizations : An order of the Agency for Confidential Bankruptcy of Enterprises and Organizations 27.06.1997 №81. Available at : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0288-97> (Accessed 28 February 2020).

4. Boyko, Ye. I., Lutsyshyn, T. L. (2006). *Finansova kryza na pidpriemstvi ta metody yii otsinky* [Financial crisis in the enterprise and methods of its estimation]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific herald of NLTU of Ukraine], no. 16.6, pp. 187–190. Available at : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/16_6/187_Bojko_16_6.pdf.
5. Saliga, S. Ya., Lyashenko, E. I., Datsiy, N. V., Koretska, S. O., Nesterenko, N. V., Saliga, K. S. (2005). *Antykryzove finansove upravlinnya pidpryyemstvom* [Crisis financial management of the enterprise]. Kiev, ZUL Publ., 335 p.
6. Tereshchenko, O. O. (2000). *Finansova sanatsiya ta bankrutstvo pidpryyemstv* [Financial rehabilitation and bankruptcy of enterprises: training aid]. Kiev, KNEU Publ., 412 p.
7. Shamanska, O. I. (2004). *Zahalna systema formuvannia ekonomichnoho potentsialu* [General system of formation of economic potential]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Actual problems of the economy], no. 2 (92), pp. 109–117.
8. Heleti, T. G. (2010). *Antykryzove upravlinnia v stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Crisis Management in the Strategy of Increasing the Competitiveness of the Enterprise]. *Problemy rozvitiya vneshneekonomicheskikh svyazey i privilecheniya inostrannykh investitsiy: regional'nyy aspekt* [Problems of development of foreign economic relations and attraction of foreign investments: regional aspect], no. 1, pp. 95–98. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2010_1/tom1/95.pdf (Accessed 28 February 2020).
9. Goncharova, N. P., Fedonin, O. S., Shvidanenko, G. O. etc. (2006). *Upravlinnya pidpryyemstvamy: suchasni tendentsiyi rozvytku* [Enterprise Management: Current Trends in Development]. Kiev, KNEU Publ., 288 p.
10. Stangret, A. M., Kopilyuk, O. I. (2007). *Antykryzove upravlinnya pidpryyemstvom: otsinka* [Crisis management of the enterprise: assessment: navchalnyy posibnyk]. Kiev, Knowledge Publ., 335 p.
11. Budko, O. V (2005). *Otsinka ymovirnosti bankrutstva pidpriemstva yak napriamok prohnozuvannia yoho diialnosti* [Estimation of bankruptcy probability of an enterprise as a direction of forecasting its activity]. *Visnyk KEI KNEU* [Bulletin of KEI KNEU], no. 3, pp. 12–16.
12. Ministry of economy of Ukraine (2006). About claim of Methodical recommendations in relation to the exposure of signs of insolvency of enterprise and signs of operating under the concealment of bankruptcy, fictitious bankruptcy or leading to, to bankruptcy: An order from 19.01.2006 №14. Date of update: 26.10.2010. Available at: <https://www.zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06> (Accessed 17 February 2020).
13. Nedosekin, A. (2003). *Finansovyy menedzhment na nechetkikh mnozhestvakh* [Fuzzy Uzzy Financial Management]. Moscow, AFA Library (in Russ.).
14. Zhdan, O. M., Duda, S. T. (2010). *Ekonomichne obgruntuvannia termina «potentsial pidpriemstva»* [Economic substantiation of the term «enterprise potential»]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific herald of NLTU of Ukraine], no. 20.3, pp. 139–142. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/20_3/139_Zhdan_20_3.pdf, p. 142. (Accessed 21 February 2020).

Objective. *The purpose of the article is to build an algorithm for diagnosing the level of crisis state potential of industrial enterprises and their management.*

Methods. *In the process of preparing the main provisions of the article, a number of general scientific and special methods were used, among which such as: analogy, abstract-logical, systemic, comparisons, groupings, generalizations, literary searches, and the like.*

Results. *In accordance with the methodology for conducting an in-depth analysis of the financial and economic status of insolvent enterprises and organizations, its main stages are determined. Taking into account various points of view, it was found that the crisis is characterized by such parameters as the factor of its occurrence, types of crisis and stages of its development. Based on the processing of information from literary sources, the factors of the crisis for the conditions of activity of industrial enterprises are supplemented and systematized. Various approaches to the classification of signs of crisis states and their types have been investigated. A generalization of the existing classifications of types of crises at the enterprise is carried out. The relationship is determined at different phases of the crisis in the enterprise. Based on the analysis, four phases of the crisis state are identified, the last of which is recognized as the bankruptcy phase. It turned out that the assessment of the probability of bankruptcy of an enterprise is carried out using qualitative and quantitative approaches, and their essence is disclosed. A methodology for predicting bankruptcy and insol-*

vency was studied based on an analysis of the balance sheet structure, methods for integrated assessment of the crisis state of an enterprise, and a method based on forecasting the price of an enterprise. Deficiencies in the methods for quantifying the probability of a bankruptcy threat have been identified. An algorithm for diagnosing the level of the crisis state of the potential of industrial enterprises and their management is built.

Keywords: enterprise, crisis state, factors, assessment, enterprise potential, methods.

Надійшла до редакції 13.04.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-47-56

JEL : C10, D24, G00, M11

УДК 330.341

Слободянюк Н. О.,
д-р екон. наук,
професор

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
Кривий Ріг, Україна,
e-mail: slobodyanyuk@donnuet.edu.ua
e-mail: shoker@donnuet.edu.ua

Шокер Р. І.,
здобувач вищої освіти

МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

UDC 330.341

Slobodyanyuk N. O.,
Grand PhD in Economic
sciences,
Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kriviy Rih, Ukraine,
e-mail: slobodyanyuk@donnuet.edu.ua
e-mail: shoker@donnuet.edu.ua

Shoker R. I.,
applicants for higher education

USING RESOURCE POTENTIAL EFFICIENCY LEVEL ASSESSING METHODS IN THE ENSURING THE ENTERPRISE FINANCIAL SECURITY PROCESS

Мета — обґрунтувати методику оцінювання рівня ефективності використання ресурсного потенціалу в процесі забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Методи. Під час дослідження використано загальнонаукові та специфічні методи пізнання, методи кількісної та якісної оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу, проведено експертне оцінювання інформаційних і нематеріальних ресурсів підприємства та застосовано інтегральне оцінювання досліджуваного показника.

Результати. Проаналізовано ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства, включно з якісною та кількісною оцінкою показників. Визначено вплив ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства на рівень його фінансової безпеки та на діяльність загалом. Підтверджено важливість своєчасного проведення оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства як індикатора фінансового стану підприємства. Проведено якісне та кількісне оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу ПП «Промресурс» та визначено вплив трудових, фінансових, матеріальних, інформаційних і нематеріальних ресурсів на інтегральний показник ефективності. Розраховано інтегральний показник ефективності управління ресурсами. Простежено динаміку фінансових результатів ПП «Промресурс» протягом 2017–2019 рр. та визначено вплив показників ефективності використання ресурсного потенціалу на виявлені зміни. Розглянуто за групами показників та окремо для кожного з них

© Н. О. Слободянюк, Р. І. Шокер, 2020

якісні та кількісні зміни, що впливають на діяльність підприємства. Визначено зміни ресурсного потенціалу, які вплинули на ефективність фінансової діяльності підприємства загалом. Доведено ефективність та необхідність запропонованого методу оцінювання. Подальшими науковими дослідженнями є діагностування механізму забезпечення ресурсного потенціалу підприємства в умовах дефіциту ресурсів та оцінювання його впливу на рівень фінансової безпеки підприємства.

Ключові слова: *ресурсний потенціал підприємства, фінансова безпека, складові ресурсного потенціалу, фінансове забезпечення, експертне оцінювання, інтегральний показник, коефіцієнт значущості, параметри ресурсного потенціалу.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах підприємства виступають важливим рушієм розвитку економіки держави. Важливого значення набуває процес забезпечення належного рівня фінансової безпеки суб'єктів підприємництва. Від ефективного розподілу та управління ресурсами залежить здатність підприємства до безперебійного функціонування та подальшого розвитку. У процесі управління ресурсним потенціалом підприємства важливим етапом є оцінювання ефективності такої діяльності, своєчасне виявлення проблем та коригування стратегії. Оцінка ефективності використання ресурсів дає змогу уникнути небажаних змін та попередити ризики, нівелювати їх негативний вплив на діяльність підприємства, налагодити ефективність діяльності, успішно управляти ресурсами та забезпечити належний рівень фінансової безпеки підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питання ресурсного потенціалу підприємства, дослідження процесу його оцінювання, використання та відтворення, а також впливу на фінансову безпеку підприємства зробили такі вчені, як: О. Г. Денисюк [1], Н. М. Богацька [2], О. М. Свіргун [3], О. В. Стащук [4], О. В. Ареф'єва [5], А. В. Колєватова [6], Н. А. Ніколаєва [7], Ю. О. Хижняк [8], Н. В. Бондарчук [9], О. М. Ковальчук [10] та ін. Незважаючи на значну кількість досліджень та різноманітність думок, актуальним залишається питання визначення ефективної методики оцінювання використання ресурсного потенціалу підприємства у процесі управління його фінансовою безпекою.

Мета статті — обґрунтування методики оцінювання рівня ефективності використання ресурсного потенціалу в процесі забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансова безпека держави посідає важливе місце з-поміж головних питань розвитку

економіки. Оскільки діяльність підприємств України значною мірою впливає на розвиток її економіки, то фінансова безпека суб'єктів підприємницької діяльності впливає на показник фінансової безпеки країни.

В основі діяльності будь-якого підприємства лежить процес управління ресурсами. Під управлінням ресурсним потенціалом зазвичай розуміють процес формування (наращення), розподілу та використання ресурсної бази, що забезпечує діяльність та отримання прибутку підприємства.

Ефективність управління ресурсним потенціалом визначає рівень фінансової безпеки підприємства. Для підвищення показника ефективності управління ресурсами необхідно використовувати сучасні методики управління ресурсним потенціалом та проводити оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. Результатом проведення такого оцінювання є своєчасне виявлення змін та негативних відхилень, визначення причин їх появи та формування стратегії подальших дій задля покращення процесу управління ресурсами.

Важливого значення в процесі управління ресурсами набуває визначення дієвої методики оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. Вибір методики оцінювання найчастіше залежить від діяльності підприємства та поставлених менеджером завдань та цілей, які необхідно вирішити в результаті такого оцінювання. Загалом оцінювання є індивідуальним для кожного підприємства, але основою аналізу ефективності управління ресурсним потенціалом у кожному із випадків виступають саме ресурси. Існує значна кількість різноманітних методів оцінювання, проте задля підвищення ефективності аналізу найкраще використовувати як якісне, так і кількісне оцінювання, що в сукупності дає найбільш повний результат. Процес аналізу ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства на осно-

ві кількісно-якісних показників можна подати так, як показано на рис. 1.

На рис. 1 зображено процес аналізу ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства, який складається з декількох послідовних етапів:

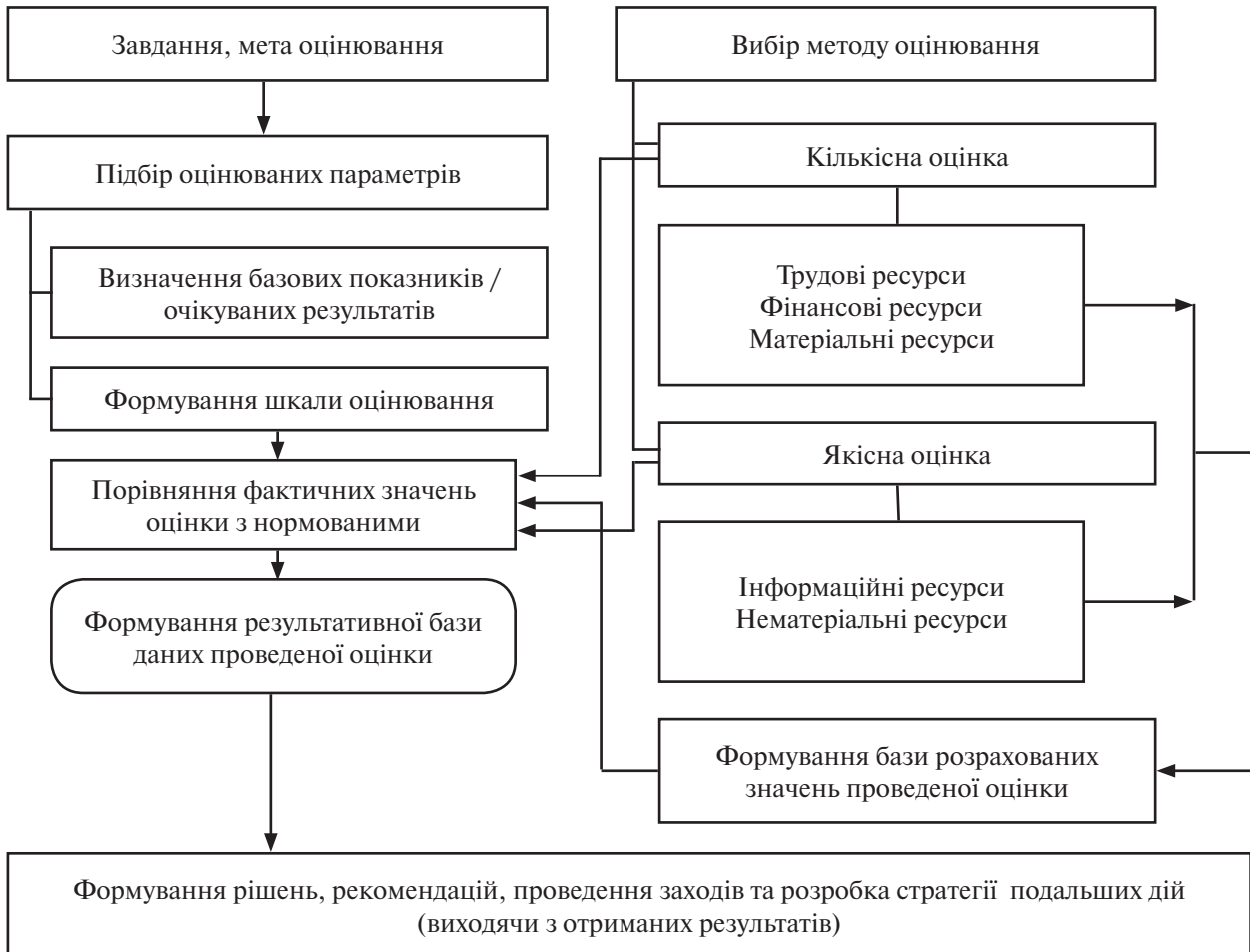


Рис. 1. Процес аналізу ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства (авторська розробка)

ня та вносити корективи в роботу); у зв'язку зі змінами пропорцій ресурсного потенціалу (для визначення змін); у зв'язку зі змінами показників діяльності підприємства (для визначення проблем та їх причин) та ін.

Етап 2. Вибір методу оцінювання.

Цей метод визначається відповідно до сформованих на першому етапі завдань. Так, можуть використовуватись методи постійної загальної перевірки або разової всебічної оцінки тощо. Саме від обраного методу залежить підбір оцінюваних параметрів, тобто визначаються показники, які необхідно проаналізувати для отримання необхідного результату. Якщо оцінювання проводиться з метою постійного контролю, то використовуються загальні показники ефективності діяльності.

Етап 1. Постановка цілей, формування мети та завдань оцінювання.

Оцінювання може здійснюватися з низки різних причин. Так, наприклад, з метою постійного контролю за використанням ресурсів (дає змогу своєчасно відстежувати відхилен-

У разі всебічного оцінювання кількість показників та критеріїв значно більша.

За необхідності на даному етапі також встановлюються базові показники або ж очікувані результати, формується шкала оцінювання, яка дасть змогу визначити всі наявні та можливі відхилення показників.

На даному етапі також здійснюється розподіл підібраних параметрів на групи: ті, що підлягають кількісному оцінюванню, та ті, що оцінюються якісно. Загалом кількісне оцінювання проводиться для трудових, фінансових та матеріальних ресурсів. Для інформаційних та нематеріальних ресурсів використовується якісна оцінка. Розподіл підібраних параметрів на групи оцінювання покращує процес аналізу та дає більш ефек-

тивнішу оцінку використання ресурсного потенціалу підприємства.

Етап 3. Проведення оцінювання та формування бази даних.

Після проведення оцінювання за обраною на попередньому етапі методикою формується база даних. База даних складається зі значень показників, які було розраховано. Така база дає загальну характеристику ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства і містить фактичні значення параметрів за результатами аналізу. Якщо на другому етапі даного процесу було встановлено бажані чи нормовані значення показників, то, відповідно, проводиться порівняння фактичних значень параметрів із попередньо встановленими. Так, простежуються всі наявні відхилення та зміни. Підсумком даного етапу є результативна база даних.

Етап 4. Прийняття рішень.

Даний етап є заключним та результативним. Виходячи із проведеного аналізу отриманої результативної бази даних, визначаються подальші дії управлінського персоналу. На даному етапі приймаються рішення, формуються стратегії, розробляються рекомендації стосовно подальшої діяльності підприємства.

Методика кількісно-якісного аналізу найчастіше визнається найбільш ефективною та дієвою для оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу. Для перевірки даної методики авторами обрано підприємство галузі будівництва ПП «Промресурс»,

показники ефективності фінансової діяльності якого зазнали значних змін за 2017–2019 рр. (рис. 2).

Із рис. 2 видно, що обране підприємство зазнало суттєвих змін за показниками ефективності фінансової діяльності. Метою аналізу є перевірка методики кількісно-якісного оцінювання для визначення змін у процесі управління ресурсним потенціалом, які вплинули на суттєве відхилення показників фінансової діяльності та на стан фінансової безпеки даного підприємства загалом.

За обраною методикою базу показників розділено на дві групи: для кількісного та для якісного оцінювання. У табл. 1 наведено результати кількісного оцінювання параметрів та їх розрахункові значення за 2017–2019 рр.

Для більш детального оцінювання показники кількісного оцінювання розподілено на три блоки за видами ресурсів: показники оцінки ефективності використання трудових ресурсів, фінансових ресурсів та матеріальних ресурсів. Такий розподіл дає змогу відстежити зміни за кожним із видів ресурсів, що впливають на показник ефективності.

За результатами кількісного оцінювання можна сказати, що за кожним із трьох блоків показників простежуються неоднозначні зміни.

Далі необхідно провести якісне оцінювання показників. Показники якісного оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу наведено в табл. 2.

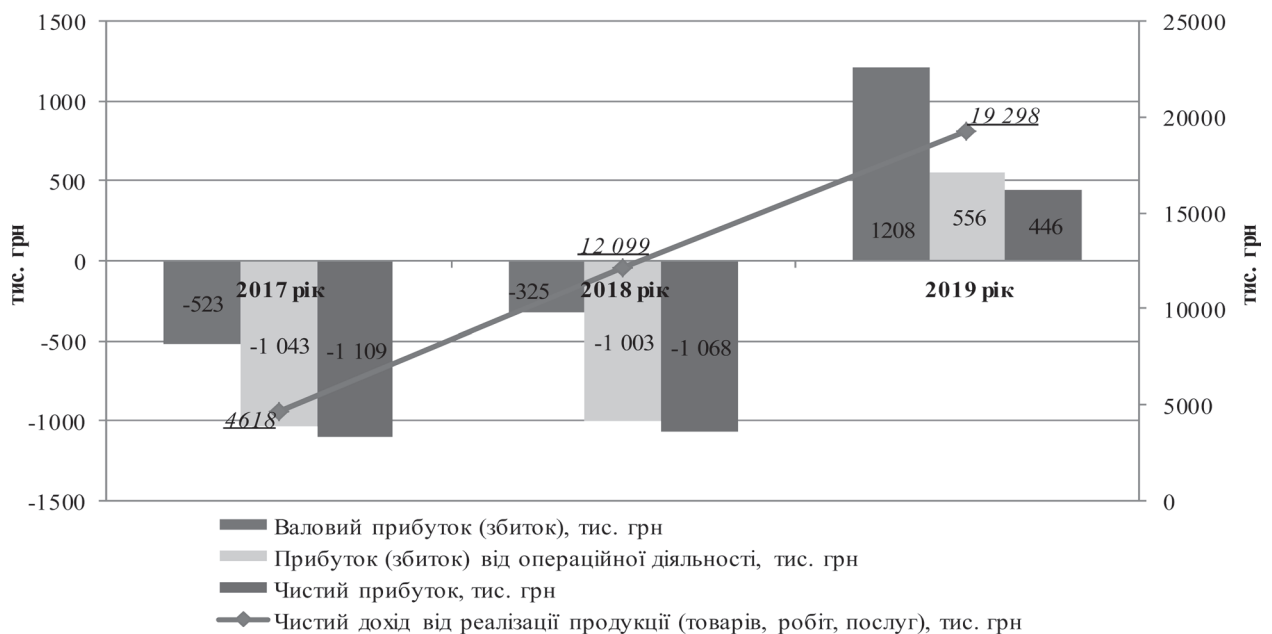


Рис. 2. Динаміка фінансових результатів ПП «Промресурс» протягом 2017–2019 рр. (складено за даними фінансової звітності підприємства)

Таблиця 1

Показники кількісного оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу ПП «Промресурс» (розраховано авторами)

Показники кількісного оцінювання ефективності використання потенціалу	Рік		
	2017	2018	2019
Трудових ресурсів			
Коефіцієнт плинності кадрів	0,067	0	0
Середньорічна продуктивність праці	114,244	276,089	341,321
Прибуток на одного працівника	-11,622	-7,222	22,792
Фінансових ресурсів			
Коефіцієнт автономії	0,914	1,031	0,523
Коефіцієнт покриття (коефіцієнт загальної ліквідності)	0,491	0,483	0,892
Коефіцієнт обіговості активів	2,501	4,387	2,9
Рентабельність активів (капіталу)	-53,953	-37,712	7,151
Матеріальних ресурсів			
Матеріаловіддача	151,206	103,533	172,286
Матеріаломісткість	0,007	0,01	0,006
Прибуток на одиницю матеріальних витрат	-15,382	-2,708	11,505
Коефіцієнт використання матеріалів	1,214	1,062	1,05
Основних фондів			
Рівень зношення ОФ	60,465	54,89	113,445
Фондомісткість	0,017	0,013	0,007
Фондовіддача	59,779	78,385	152,017
Фондорентабельність	-608,14	-205,05	1015,126

Таблиця 2

Показники якісного оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу ПП «Промресурс» протягом 2017–2019 рр. (результати експертного оцінювання)

Показник	2017			Середня оцінка експертів	2018			Середня оцінка експертів	2019			Середня оцінка експертів
	Оцінка експерта від 1 до 10				Оцінка експерта від 1 до 10				Оцінка експерта від 1 до 10			
	E1	E2	E3		E1	E2	E3		E1	E2	E3	
Знання та досвід персоналу	6	7	5	6	6	7	7	7	7	6	7	
Якісна конструкторська, технологічна, експлуатаційна, ремонтна документація	6	6	5	6	5	5	7	6	6	8	7	
Права власності на патенти, товарні знаки та ін.	1	1	1	1	2	3	2	3	3	3	2	
Наявність сертифікатів відповідності стандартам якості	7	7	6	7	7	7	7	7	6	7	8	
Рівень оснащення сучасними засобами комунікації та зв'язку	7	8	5	7	8	8	6	7	7	7	6	
Рівень використання інформаційних систем і технологій	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
Рівень інформаційного, програмного, технічного та ін. забезпечення інформаційних систем	4	4	6	5	4	5	6	5	5	6	6	

Продовження таблиці 2

Показник	2017			Середня оцінка експертів	2018			Середня оцінка експертів	2019			Середня оцінка експертів
	Оцінка експерта від 1 до 10				Оцінка експерта від 1 до 10				Оцінка експерта від 1 до 10			
	E1	E2	E3		E1	E2	E3		E1	E2	E3	
Забезпеченість економічною інформацією	9	8	9	9	9	7	8	8	9	8	9	9
Частка наукоємних виробів, послуг та технологій у їх загальній кількості	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2
Наявність сталих налагоджених зв'язків з економічними контрагентами підприємства, представниками контактних аудиторій	8	8	8	8	7	8	9	8	8	9	9	9
Імідж підприємства у споживачів і ділових партнерів, його ділова репутація	5	8	7	7	5	7	6	6	5	7	7	6
Соціально-психологічний клімат у колективі	8	7	8	8	8	6	7	7	7	7	7	7
Корпоративна культура	7	6	6	6	5	6	5	5	7	8	5	7

У даному випадку для здійснення якісного аналізу було використано експертний метод оцінювання (за участю трьох експертів). Експертне оцінювання проведено за бальною системою від 1 до 10 балів (1 — низька ефективність використання потенціалу, а 10 — високий показник ефективності). Експертний метод включав попереднє оцінювання діяльності досліджуваного підприємства та оцінювання наданих показників. Підсумком оцінювання є середнє ціле за кожним показником у кожному періоді.

Щодо якісного оцінювання, то ситуація хоч і є неоднозначною, проте суттєвих змін протягом 2017–2019 рр. не відбулося, а значення показників є більш сталими.

За підсумками кількісного та якісного оцінювання можна зробити попередні висновки та відмітити, що найбільше на зміну ефективності управління ресурсами ПП «Промресурс» вплинули параметри, що піддавалися кількісному оцінюванню.

Для підвищення ефективності даного аналізу та формування інформативної результативної бази даних необхідно розраховувати інтегральний показник ефективності використання ресурсного потенціалу ($I_{\text{ЕВРП}}$). Саме визначення такого показника дає найбільш точний результат проведеного оцінювання.

Для розрахунку даного показника необхідно досліджувані параметри прорангувати в кожній із груп, де показник з порядковим значенням 1 матиме найважливіше значення. Далі необхідно розрахувати коефіцієнти значущості для кожного параметра групи (табл. 3).

Для розрахунку коефіцієнтів значущості використано формулу

$$k_i = \frac{(m \times n) - R_i}{0,5 \times m \times n \times (n - 1)}, \quad (1)$$

де k_i — коефіцієнт значущості параметру; m — кількість експертів; n — кількість параметрів; R_{ij} — значення ранга, який присвоєний експертом i -му параметру.

Наступним етапом є розрахунок сукупних значень показників за кожною групою: трудові ресурси, фінансові ресурси, матеріальні ресурси, інформаційні ресурси та нематеріальні ресурси (ТР, ФР, МР, ІР) з 2017 по 2019 роки

$$PP = (k_1 + K_1) + /- (k_2 + K_2) + /- \dots + /- (k_n + K_n); \quad (2)$$

$$PP = (k_1 \times K_1) + /- (k_2 \times K_2) + /- \dots + /- (k_3 \times K_3) + /- (k_n \times K_n),$$

де PP — параметр ресурсу (ТР, ФР, МР, ІР); k_i — коефіцієнт значущості параметру PP ; K_i — коефіцієнт параметру PP .

Коефіцієнти значущості за параметрами ресурсного потенціалу (розраховано авторами)

Параметри за групами, K_i	Ранг у групі	Коефіцієнти значущості K_i
1. Трудові ресурси (ТР)		
1) Коефіцієнт плинності кадрів	3	0,67
2) Середньорічна продуктивність праці	1	0,89
3) Прибуток на одного працівника	2	0,78
2. Фінансові ресурси (ФР)		
1) Коефіцієнт автономії	4	0,44
2) Коефіцієнт покриття (коефіцієнт загальної ліквідності)	2	0,56
3) Коефіцієнт обіговості активів	3	0,50
4) Рентабельність активів (капіталу)	1	0,61
3. Матеріальні ресурси (МР)		
1) Матеріаловіддача	1	0,27
2) Матеріаломісткість	8	0,19
3) Прибуток на одиницю матеріальних витрат	2	0,26
4) Коефіцієнт використання матеріалів	3	0,25
5) Рівень зношення ОФ	4	0,24
6) Фондомісткість	5	0,23
7) Фондовіддача	6	0,21
8) Фондорентабельність	7	0,20
4. Інформаційні ресурси та нематеріальні ресурси (ІР)		
1) Знання та досвід персоналу	1	0,16
2) Якісна конструкторська, технологічна, експлуатаційна, ремонтна та ін. документація	12	0,12
3) Права власності на патенти, товарні знаки та ін.	9	0,13
4) Наявність сертифікатів відповідності стандартам якості	13	0,11
5) Рівень оснащення сучасними засобами комунікації та зв'язку	2	0,16
6) Рівень використання інформаційних систем і технологій	3	0,15
7) Рівень інформаційного, програмного, технічного та ін. забезпечення інформаційних систем	4	0,15
8) Забезпеченість економічною інформацією	5	0,15
9) Частка наукоємних виробів, послуг та технологій у їх загальній кількості	6	0,14
10) Наявність сталих налагоджених зв'язків з економічними контрагентами підприємства, представниками контактних аудиторій	8	0,13
11) Імідж підприємства у споживачів і ділових партнерів, його ділова репутація	7	0,14
12) Соціально-психологічний клімат у колективі	11	0,12
13) Корпоративна культура	13	0,11

За допомогою отриманих за допомогою у формулах (1), (2) значень розраховується інтегральний показник ефективності використання ресурсного потенціалу,

$$I_{\text{ЕВВР}} = (k_{\text{ТР}} \times \text{ТР}) + (k_{\text{ФР}} \times \text{ФР}) + (k_{\text{МР}} \times \text{МР}) + (k_{\text{ІР}} \times \text{ІР}), \quad (3)$$

де $I_{\text{ЕВВР}}$ — інтегральний показник ефективності використання ресурсного потенціалу; $k_{\text{ТР}}$ — коефіцієнт значущості ТР; $k_{\text{ФР}}$ — коефі-

цієнт значущості ФР; $k_{\text{МР}}$ — коефіцієнт значущості МР; $k_{\text{ІР}}$ — коефіцієнт значущості ІР.

Отримані в результаті розрахунку значення подано в таблиці 4.

У таблиці подано основні зміни за сукупними значеннями показників ефективності ТР, ФР, МР, ІР та $I_{\text{ЕВВР}}$ протягом 2017–2019 рр. Згрупована таким чином база даних показників дає змогу відстежити зміни за періодами та причину їх появи. Так, у 2017 р. інтегральний

Таблиця 4

Сукупні значення показників ефективності ТР, ФР, МР, ІР та інтегральний показник ЕВРП підприємства ПП «Промресурс» за 2017–2019 рр. (розраховано авторами)

Значення показників ЕВРП	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	2018/2017	2019/2018	2018/2017	2019/2018
ТР	92,47	239,80	321,12	147,33	81,33	159,33	33,92
ФР	-31,04	-20,13	6,55	10,92	26,67	35,16	132,54
МР	-132,81	-51,44	175,26	81,37	226,70	61,27	440,69
ІР	10,13	10,33	11,10	0,20	0,76	1,98	7,40
$I_{\text{ЕВРП}}$	-29,50	99,80	274,97	129,29	175,18	438,25	175,54

показник ефективності використання ресурсного потенціалу характеризувався від'ємним значенням показника. Причиною цього слугувала низька ефективність управління фінансовими та матеріальними ресурсами, за якими теж спостерігається негативна тенденція. Тобто, у цьому році значна збитковість підприємства, яка простежувалася на рис. 2, виникла через неефективність управління ресурсним потенціалом.

У наступному періоді значення інтегрального показника значно зросло і збитковість ПП «Промресурс» теж знизилась. Причиною стали покращення за всіма групами ресурсів, особливо трудових (на 159,33 %). Загалом зростання $I_{\text{ЕВРП}}$ становило 438,25 % у 2018 р. Так, видно, що ефективність використання ресурсів даного підприємства значно покращилась, а використовувана у цьому періоді стратегія розвитку підприємства виявилась дієвою та ефективною.

Найбільші зміни спостерігалися у 2019 р. Так, $I_{\text{ЕВРП}}$ склав 274,97, що є найбільшим значенням за весь аналізований період. Можна спостерігати позитивні зміни за всіма групами показників. Значний вплив на зростання значення досліджуваного показника мало підвищення ефективності управління трудовими та матеріальними ресурсами. З таблиці видно, що показники управління фінансовими та матеріальними ресурсами з від'ємних змінилися на позитивні значення, що свідчить про ефективність обраної стратегії управління даними групами ресурсної бази. Щодо трудових та інформаційних ресурсів, то їх показники постійно зростали з 2017 по 2019 р., тобто управління цими ресурсами було ефективним.

Попередньо розглянутий рис. 2 показує, що всі виявлені зміни відобразились на результатах фінансової діяльності підприємства, та, загалом, вплинули на рівень його

фінансової безпеки. Можна сказати, що обрана підприємством стратегія була стратегічно правильною і показала позитивний результат. Методика управління ресурсним потенціалом даного підприємства, обрана у 2018 р. та покращена надалі, є дієвою та ефективною.

Задля підвищення значення інтегрального показника ефективності використання ресурсного потенціалу ПП «Промресурс» може використати результативну базу даного аналізу та розробити (чи покращити) існуючу стратегію з метою підвищення рівня фінансової безпеки. Підприємству рекомендується покращення методики управління фінансовими та матеріальними ресурсами.

Висновки. На практичному прикладі авторами доведено, що кількісно-якісний аналіз ефективності управління ресурсним потенціалом підприємства є ефективним під час оцінювання рівня ефективності використання такого ресурсного потенціалу в процесі забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Підтверджено, що за допомогою запропонованого методу оцінювання можна визначити зміни, що впливають на діяльність та рівень фінансової безпеки підприємства. Кількісно-якісний аналіз допомагає відстежувати зміни за періодами, групами показників та кожним показником окремо. Розрахунок інтегрального показника ефективності використання ресурсного потенціалу є важливим показником оцінювання, який дає змогу приймати подальші рішення, розробляти рекомендації та вводити зміни в процес управління ресурсною базою підприємства. Визначено, що процес оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства є важливим та невід'ємним етапом його діяльності. За допомогою оцінювання можна відстежувати, контролювати та попереджувати всі небажані відхилення та зміни, що можуть вплинути

на рівень фінансової безпеки підприємства. У результаті оцінювання можна сформуванати ефективну стратегію використання ресурсного потенціалу даного підприємства. Подальшими науковими дослідженнями є діагностування механізму забезпечення ресурсного потенціалу підприємства в умовах дефіциту ресурсів та оцінювання його впливу на рівень фінансової безпеки підприємства.

Список літератури

1. Денисюк О. Г. Використання ресурсного потенціалу підприємства та його фінансової складової. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. С. 55–67.
2. Богацька Н. М., Хачатрян В. В. Сучасний підхід до оцінки сутності ресурсного потенціалу підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 3. С. 113–121.
3. Свіргун О. М., Соколовська В. В. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні аспекти. URL : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/69284.doc.htm (дата звернення: 13.04.2020).
4. Стащук О. В. Фінансова безпека акціонерних товариств: історико-аналітичний аспект. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. № 1. С. 134–141.
5. Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №1 (91). С. 98–103.
6. Колеватова А. В. Основні пріоритетні напрями та механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. №10. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_10_22 (дата звернення: 13.04.2020).
7. Ніколаєва Н. А., Панькевич І. М. Фінансова безпека підприємства та механізм її забезпечення. *Глобальні проблеми економіки та фінансів : збірник тез наукових робіт VIII Міжнародної науково-практичної конференції (Київ–Прага–Відень, «28» лютого 2017 року)*. 2017. С. 81–83. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/6561> (дата звернення: 15.04.2020).
8. Хижняк Ю. О. Методичний підхід до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 23. С. 305–312.
9. Бондарчук Н. В., Фесенко А. В. Управління системою фінансової безпеки під-

приємства. *Молодий вчений*. 2018. № 9 (61). С. 237–240.

10. Богацька Н., Ковальчук О. Ресурсний потенціал підприємства: сутність та стратегія використання. URL : http://rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/10_98032.doc.htm (дата звернення: 17.04.2020).

References

1. Denysiuk, O. H. (2018). *Vykorystannia resursnoho potentsialu pidpriemstva ta yoho finansovoi skladovo* [Utilization of the enterprise resource potential and its financial component] *Efektivna ekonomika* [Effective economics], no. 2, pp. 55–67.
2. Bohatska, N. M., Khachatrian, V. V. (2016). *Suchasnyi pidkhid do otsinky sutnosti resursnoho potentsialu pidpriemstva* [Modern approach to assessing the essence of the enterprise resource potential]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economics and Society], no. 3, pp. 113–121.
3. Svirhun, O. M., Sokolovska, V. V. (2010). *Resursnyi potentsial pidpriemstva: teoretychni aspekty* [Resource potential of the enterprise: theoretical aspects]. Available at : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/69284.doc.htm.
4. Stashchuk, O. V. *Finansova bezpeka aktsionernykh tovarystv: istoryko-analitychnyi aspekt* [Financial security of joint stock companies historical and analytical aspect]. Available at : <http://nbuv.gov.ua/UJRN>.
5. Arefieva, O. V., Kuzenko, T. B. *Ekonomichni osnovy formuvannia finansovoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky* [Economic bases of formation of financial component of economic security]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Economics actual issues], no. 1 (91), pp. 98–103.
6. Kolevatova, A. V. (2016). *Osnovni priorytetni napriamy ta mekhanizm zabezpechennia finansovoi bezpeky pidpriemstva* [Basic priority directions and mechanism of financial security of the enterprise]. *Efektivna ekonomika* [Effective economics], no. 10. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_10_22 (дата звернення: 13.04.2020).
7. Nikolaieva, N. A., Pankevych, I. M. *Finansova bezpeka pidpriemstva ta mekhanizm yii zabezpechennia* [Financial security of the enterprise and mechanism of financial security]. Available at : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6561/1/20170607_Nikolaieva_P081-083.pdf.

8. Khyzhniak, Yu. O. (2018). *Metodychnyi pidkhid do otsinky rivnia finansovoi bezpeky pidpriemstva* [Methodical approach to assessing the level of financial security of the enterprise] *Infrastruktura rynku* [Market infrastructure], no. 23, pp. 305–312.

9. Bondarchuk, N. V. (2018). *Upravlinnia systemoiu finansovoi bezpeky pidpriemstva* [Manage-

ment of financial security system]. *Molodyi vchenyi* [Young Scientific], uss. 9 (61), pp. 237–240.

10. Bohatska, N., Kovalchuk, O. (2012). *Resursnyi potentsial pidpriemstva: sutnist ta stratehiia vykorystannia* [Enterprise resource potential: essence and strategy of use]. Available at : http://rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/10_98032.doc.htm.

Objective. *The purpose of this article is to substantiate the methodology for assessing the level of efficiency of using resource potential in the process of ensuring the financial security of an enterprise.*

Methods. *In the process of the study, general scientific and specific methods of cognition, methods of quantitative and qualitative assessment of the efficiency of using the resource potential were used, an expert assessment of the information and intangible resources of the enterprise was carried out, and an integral assessment of the indicator under study was applied.*

Results. *The process of analyzing the efficiency of using the resource potential of an enterprise, including a qualitative and quantitative assessment of indicators, is presented. The influence of the efficiency of using the resource potential of the enterprise on the level of its financial security and on the activity as a whole is determined. The importance of timely assessment of the effectiveness of using the resource potential of the enterprise as an indicator of the financial condition of the enterprise is confirmed. A qualitative and quantitative assessment of the efficiency of using the resource potential of LLC Promresurs was carried out and the influence of labor, financial, material, informational and intangible resources on the integral efficiency indicator was determined. The integral indicator of the effectiveness of resource management is calculated. The dynamics of the financial results of Promresurs LLC during 2017–2019 was tracked and the influence of indicators of the efficiency of using the resource potential on the identified changes was determined. Traced by groups of indicators and separately for each of them, qualitative and quantitative changes affecting the activities of the enterprise. Changes in the resource potential that influenced the efficiency of the financial activities of the enterprise as a whole are determined. The effectiveness and necessity of the proposed evaluation method is proved. Subsequent scientific research is the diagnosis of the mechanism for ensuring the resource potential of the enterprise in conditions of a shortage of resources and an assessment of its impact on the level of financial security of the enterprise.*

Keywords: *enterprise resource potential, financial security, resource potential components, financial support, expert assessment, integral indicator, significance coefficient, resource potential parameters.*

Надійшла до редакції 25.04.2020

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-57-65

JEL : M31, R10, Z33, M29

УДК 338.48-611: 339.138 (045)

Барабанова В. В.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: barabanova@donnuet.edu.ua
e-mail: bohatyryova@gmail.com

Богатирьова Г. А.,
канд. пед. наук,
доцент

ТЕХНОЛОГІЇ ЛАТЕРАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

UDC 338.48-611: 339.138 (045)

Barabanova V. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: barabanova@donnuet.edu.ua
e-mail: bohatyryova@gmail.com

Bohatyryova G. A.,
PhD in Pedagogic sciences,
Associate Professor

LATERAL MARKETING TECHNOLOGIES IN THE TOURIST SERVICES REGIONAL MARKET

Мета — пошук креативних підходів до формування пропозицій на ринку туристичних послуг, які дають змогу подолати одноманітність товарів; створення інноваційного туристичного продукту, що вимагає творчого імпульсу й використання можливостей латерального маркетингу.

Методи. Основними методами дослідження під час вивчення можливостей реалізації технологій латерального маркетингу на регіональному рівні є використання методу наукової індукції та дедукції — для розроблення наукових підходів до визначення основних категорій даного виду маркетингу, абстрактно-логічного — при визначенні основних проблем розвитку регіонального туризму, метод моделювання — під час розроблення концептуальних засад реалізації можливостей технологій латерального маркетингу, зокрема на територіях, можливості яких недостатньо вивчені та не охоплені пропозицією.

Результати. Авторами вивчені можливості латерального маркетингового інструментарію як інноваційного підходу до створення нових властивостей товарів та послуг на туристичному ринку; досліджені регіональні особливості впровадження технологій латерального маркетингу на ринку туристичних послуг.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, інноваційний маркетинг, інноваційні підходи, технології маркетингу, латеральний маркетинг.

Постановка проблеми. Сьогодні актуальним є використання туристського потенціалу регіону, що може вплинути на його економіку й життя населення загалом. Зауважимо, що в цьому контексті зростає роль маркетингу як інструментарію розроблення стратегії й тактики розвитку сучасного міста. Без розроблення

нових маркетингових підходів вивчення програм туризму буде неефективним. У даному контексті актуалізується поняття «маркетинг території», під яким Ф. Котлер мав на увазі «маркетинг місць», маркетинг землі й інвестицій інтегруються в поняття маркетингу інвестицій у земельну власність, а туристичний

маркетинг відображається поняттям «маркетинг місць відпочинку». За його словами, маркетинг місць — це діяльність, що здійснюється з метою створення, підтримки або зміни відносин і/або поведінки щодо конкретних місць [12]. Маркетинг території — це цілеспрямована діяльність в інтересах регіонів, міст, їх внутрішніх суб'єктів щодо залучення інвестицій, туристів, трудових ресурсів, у яких зацікавлена територія для забезпечення розвитку [20]. Дана діяльність здійснюється з метою створення, підтримки або зміни престижу території на зовнішньому й внутрішньому ринках; підвищення привабливості зосереджених природних, матеріально-технічних, фінансових, трудових, організаційних, соціальних та інших ресурсів, а також можливостей для реалізації й відтворення таких ресурсів.

З нашої точки зору, будь-який регіон має певну інфраструктуру, яка певним чином впливає на утворення та споживання туристичного продукту. Зауважимо, що основними ознаками її в сучасних економічних умовах є складність спілкування й співробітництва між виробниками та споживачами туристичних послуг, а також багатовимірність і суперечливість [17]. У даному контексті набувають актуальності технології латерального маркетингу як ефективного інструменту розвитку регіонального туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні категорії латерального маркетингу визначені концептуально Ф. Котлером і Ф. Тріас де Без. Саме ці вчені обґрунтували основні положення теорії латерального маркетингу. Вони стверджували, що маркетингове мислення є більш широким й дозволяє доповнити й вийти за межі усталеного процесу формування ринку туристичних послуг, який повинен спиратися на потреби цільових груп споживачів, здійснювати інноваційний прорив, використовувати різноманітні способи та ситуації використання туристичного продукту [12]. Дослідниками було оновлено й удосконалено маркетинговий інструментарій, обґрунтовано й розроблено схему процесу застосування латерального маркетингу. На думку вчених, саме практичний аспект даного виду маркетингових рішень дозволяє виробнику орієнтуватися на досягнення принципово нової цінності туристичного продукту, задовольняти потреби споживача на висококонкурентному ринку.

У працях учених І. Гелюти, Н. Помірко, О. Самойленко, О. Хоцевич, В. Шукліної та ін. окреслені теоретичні аспекти проблеми досліджувалися відмінності латерального маркетингу, особливості його впровадження та практичного застосування. Водночас на сьогодні недостатньо вивчено проблему інновацій латерального маркетингу, алгоритму їх реалізації, зокрема на регіональному рівні.

Мета статті — пошук креативних підходів до формування пропозицій на ринку туристичних послуг, які дають змогу подолати одноманітність товарів; створення інноваційного туристичного продукту, що вимагає творчого імпульсу й використання можливостей латерального маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальним сьогодні на ринку туристичних послуг є не лише виявлення потреб споживачів, але й пошук товарів, які могли б їх задовольнити. Ідеться про створення нетрадиційного туристичного продукту, основною ознакою якого буде креативний підхід до його характеристики та атрибутів, певна модифікованість. Саме за допомогою розроблення такого продукту відбувається розширення існуючих сегментів ринку туристичних послуг, виявляються додаткові потреби в існуючих та потенційних споживачів.

Отже, товари чи послуги задовольняють, у першу чергу, людську потребу. Визначаючи маркетинговий підхід як креативну технологію, потрібно зауважити, що набуває актуальності не лише інформація про властивості туристичного продукту, а й про користь для споживача та клієнта.

Саме тому, набуває значущості вивчення потреб покупців туристичного продукту, вплив на формування їх потреб. При цьому головним завданням стає задоволення цих потреб ефективними методами, що робить латеральний маркетинговий підхід більш конкурентоспроможним [5].

Вирішення вищезазначених завдань вимагає від туристичної галузі створення такого середовища, яке буде стимулювати до генерації ідей, створення різних креативних ситуацій використання туристичної послуги чи товару, що призведе до його модифікації. При цьому маркетингова діяльність повинна бути спрямована на вивчення психології споживачів, їх мотивації. При цьому важливим є урахування психології інших учасників ринку

туристичних послуг з метою виявлення можливостей впливу на них. Така діяльність приведе до створення нових видів туристичного продукту з використанням інноваційних технологій, розроблення нових й удосконалення традиційних форм реалізації продукції, каналів розподілу і методів виходу на нові ринки.

Важливою особливістю латерального маркетингу є його орієнтація на модель ринку, не фіксовану стандартно, а здатну до модифікації та реструктуризації (ідеться про створення такого бізнес-середовища, яке перебувало тривалий час поза увагою туристичних підприємств). Саме такий підхід дозволить створити нові можливості для розвитку ринку туристичних послуг з використанням нешаблонних, креативних стратегічних підходів до формування ринкової пропозиції.

Латеральний маркетинг створює нове середовище, нову платформу для маркетингових ідей, що дозволить вирішити проблеми конкуренції на ринку туристичних послуг. Такий підхід дасть змогу подолати одноманітність товарів і послуг на ринку й сприятиме формуванню нестандартного мислення працівників туристичної галузі («сукупність процесів, призначених для такого використання інформації, за якого творчі ідеї генеруються за допомогою проникливого реструктурування концепцій, накопичених у пам'яті») [16].

Отже, визначені основні складові комплексу маркетингу для розвитку регіонального туризму (зокрема у Дніпропетровській області) (рис. 1).

Ми виходили з положення про те, що складовою соціально-економічного розвит-



Рис. 1. Комплекс регіонального маркетингу для розвитку туризму у Дніпропетровській області (складено авторами)

ку міста повинен стати маркетинг територій, який вважається як новим креативним підходом до процесу соціальних змін, так і креативною індустрією. Зміна маркетингової стратегії дасть змогу формувати новий імідж регіону за допомогою різних видів туризму як потужної соціальної сили, що впливає на досягнення в соціально-культурній сфері.

Пошук та формування інноваційного туристичного продукту відбуваються в умовах віртуалізації соціального життя суспільства, зокрема активізації використання електронних інструментів маркетингу й реклами туристичного продукту й послуг в Інтернеті.

Ідеться про доведення туристичного продукту до споживача шляхом створення туристичного порталу в мережі Інтернет через створення й функціонування туристично-інформаційного центру й регіональної логістичної системи рекреаційної сфери регіону. Ми вважаємо важливим надання туристичної інформації споживачам, забезпечення їх зручними інструментами пошуку (картосхеми турів), зокрема для маломобільних громадян.

Важливим було визначення туристичної послуги як «сукупності дій у сфері обслуговування, спрямованих на забезпечення і задоволення потреб туриста, що відповідає цілям

туризму, характеру і спрямованості турпродукту і не суперечить принципам моралі» [3]. Організація системи взаємодії між виробниками і споживачами на регіональному ринку туристичних послуг повинна будуватися за вищезазначеними принципами. Зауважимо, що латеральний маркетинг повною мірою відповідає цим вимогам.

Також важлива думка «туру» маркетингу Філіпа Котлера, який стверджував, що більшість нових цікавих продуктів (туристичний продукт не є винятком) народжуються саме «на перетині ідей» [12]. Ідеться про поєднання непоєднаних речей, які й дають творчий імпульс для створення інноваційних продуктів. Такий підхід став основою концепції латерального маркетингу, використання якого дає змогу створити нові ринки, нові категорії та сформувані новий попит. Латеральний маркетинг базується на пошуку нових можли-

востей шляхом звернення до одного або кількох бажань споживача, які були відкинуті при попередньому визначенні товару чи послуги і сприяли розумінню того, що необхідно змінювати сам товар.

Основними напрямками розвитку інновацій у туризмі на регіональному рівні визначені управлінські інновації, сервісні інновації та технологічні інновації (рис. 2). Так, сервісні інновації передбачають врахування особливостей культури та звичаїв туристично-рекреаційних зон регіону, які виступають стимулом для активних ціннісних змін і умов для підтримки і розвитку творчого, духовного, культурного та мистецького потенціалу регіонів. Технології латерального маркетингу сприяють культурному розвитку регіону, що зрештою покращує інвестиційний клімат, стимулює процес отримання додаткових ресурсів для розвитку регіональної економіки та інфраструктури.

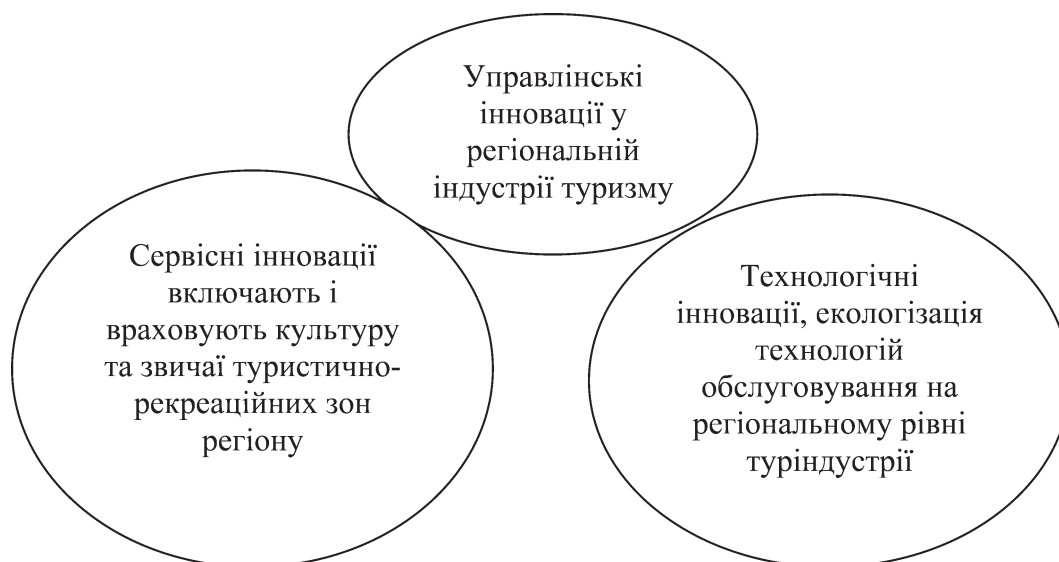


Рис. 2. Напрямки розвитку інновацій у туризмі на регіональному рівні (складено авторами)

Як показало наше дослідження, Україна має можливості й ресурси для підвищення конкурентоспроможності у сфері надання туристичних послуг й обслуговування споживачів на регіональному рівні туріндустрії (вигідне географічне положення; розвинута транспортна інфраструктура; науково-технічний потенціал; наявність висококваліфікованих кадрів тощо). Три складові: виїзний (зарубіжний) туризм; внутрішній туризм та в'їзний (іноземний) туризм сприяють розвитку туристичної галузі України. Про привабливість України як стратегічного партнера Євросоюзу щодо розбудови світового інтегрованого рин-

ку туристичних послуг свідчать дані, наведені на рис. 3.

Важливим етапом розвитку ринку туристичних послуг є прийняття «Стратегії сталого розвитку України на період до 2020 р.», яка базується на принципах латерального маркетингу, які пропонується реалізовувати для просування бренду «Україна — країна, приваблива для туризму» як візитівки національного туристичного продукту. Реалізація стратегії потребує інноваційних технологій популяризації регіональних туристичних ринків у світовому інформаційному просторі; удосконалення правових засад регулювання туристичних відносин тощо.

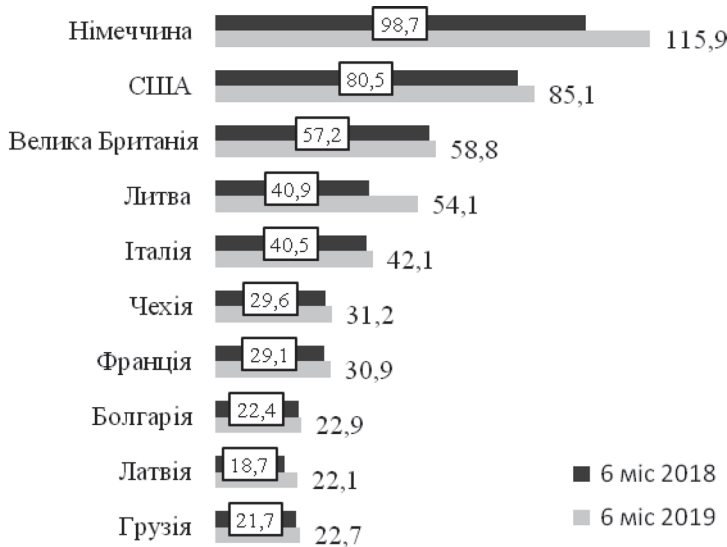


Рис. 3. В'їзд іноземців в Україну із не прикордонних територій порівняно, тис. осіб за шість місяців 2018–2019 рр. (складено авторами на основі [15, 16])

Отримані відомості щодо в'їзду іноземних громадян в Україну за країнами, з яких вони прибули у 2018 р., демонструють популярність України серед інших держав. Ці дані дозволяють більш ретельно розвивати й планувати діяльність туроператорів та туристичних агентств і передбачають зміни в інституційно-правових засадах розвитку ринку туристичних послуг (рис. 4).

Регіональний підхід передбачає усвідомлення певного регіону як самостійної системи, яка має сукупність елементів та зовнішніх зв'язків, тобто його можна вважати багатовимірною структурою. Така структура виникає на основі взаємодії виробничих, демографіч-

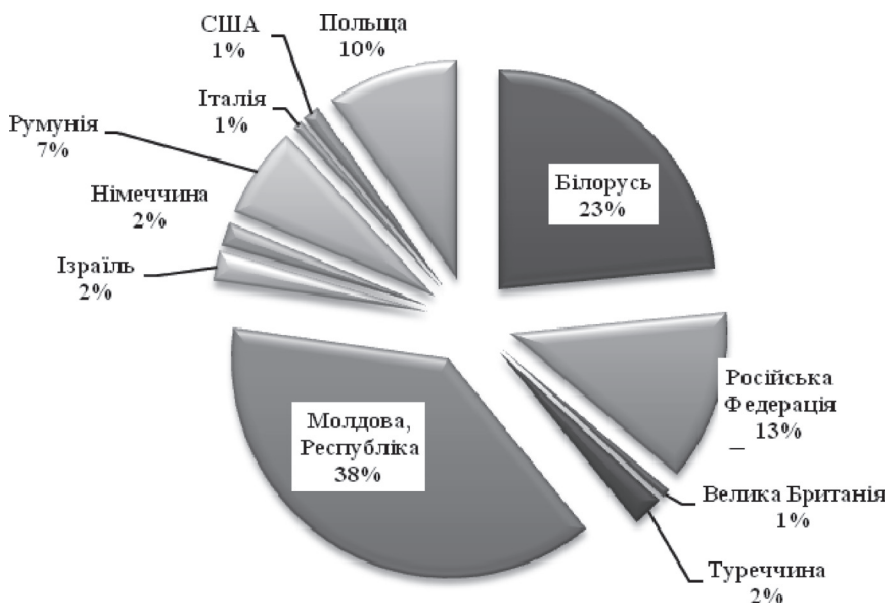


Рис. 4. Прибуття іноземних громадян в Україну у 2018 році (складено авторами на основі [11, 14–15])

них та інших ресурсних складових економіки територіального утворення. Водночас регіон виступає як просторова система, яка має багато структурних частин і яка гармонійно взаємодіє із зовнішнім середовищем. Нині туризм суттєво впливає на економіку регіонів, характер туристської діяльності, яка містить у собі багато елементів. До основних складових елементів туризму як великої економічної регіональної системи можна зарахувати виробництво туристичних послуг, формування, реалізацію та споживання туристичного продукту.

На думку багатьох учених такий підхід сьогодні є найбільш прогресивним та ефективним способом досягнути креативності процесу створення туристичного продукту та надання йому нового творчого імпульсу. Головним завданням латерального маркетингу стає його відхід від традиційних способів конкуренції, адже для нього характерні поєднання властивостей декількох складових на основі асоціативної логіки, інсайту, раптового розуміння того, як можна вирішити проблему чи завдання [2].

Сьогодні традиційні канали комунікації та рекламні повідомлення не завжди ефективно спрацьовують і досягають мети. Споживач часто сприймає ринок туристичних послуг як певну фіксовану модель, яка не викликає інтересу. Саме тому пріоритетним завданням при створенні туристичного продукту повинно стати

надання йому інноваційних якостей, які утворюють нестандартну композицію певних елементів [1]. Відбувається «латеральний зсув», коли завдяки креативному рішенням можна отримати продукт, який буде творчим рішенням, з характерним розривом логічних зв'язків. Своєю чергою це буде слугувати змінам сутності туристичного продукту в бік нової нестандартної комбінації його якостей, а отже, сприятиме появі нових комбінацій існуючих ресурсів.

Сьогодні набуває популярності субкультурний вид туризму, який отримав назву «сталкінг» (самовільне дослідження промислових об'єктів) [5]. Зауважимо, що постіндустріальне суспільство сформувало освіченого, незалежно мислячого туриста, який шукає нових вражень та досвіду, прагне досліджувати технічні артефакти як важливий сегмент регіонального індустріально-туристичного комплексу. Формування мотивації до ознайомлення з об'єктами промислового туризму потребує динамічних змін на ринку туристичних послуг у напрямку творчих підходів до створення нестандартного туристичного продукту. Естетика депресивного ландшафту вимагає креативних підходів до функціонування туристичних атракцій та їх використання як об'єктів промислового туризму. У даному контексті важливим є перенесення акцентів з вивчення потреб цільової аудиторії на сам процес створення нетрадиційного туристичного продукту, який характеризується новими функціями і креативними властивостями. Сприятимуть популяризації таких об'єктів технології латерального маркетингу, який демонструє нові модифіковані зв'язки та нестандартну комбінованість елементів. Зокрема, шахтний туризм можна розглядати як пізнавальний, розважальний, пригодницький, лікувальний тощо. У сегментах промислового комплексу ці вияви поєднуються здебільшого в нових нестандартних комбінаціях, логічний зв'язок яких піддається сумніву, а отже, вимагає змін у творчості й креативному підході.

Основним напрямом діяльності туристської організації є процес розроблення і просування туристського продукту на ринок. Розроблення нового туристського продукту є найвідповідальнішим, тому саме цей етап потребує створення програмного продукту, що забезпечує інформаційну підтримку процесу ухвалення рішення. Для ухвалення рішення найважливішим є, по-перше, швидкість процесу ухвалення рішення, по-друге, обґрунтованість вибору маршруту, транспортних засобів, місця мешкання тощо. Для цього необхідне створення моделі, що дозволяє варіювати можливі варіанти маршрутів, прораховувати найвигідніші; здійснювати цінове опрацювання; прогнозувати попит і популярність нових турів; проводити модельний експеримент, імітуючий «експериментальний заїзд».

Успішне функціонування фірми на ринку туристського бізнесу практично неможливо без використання сучасних інформаційних технологій. Специфіка технології розроблення і реалізації турпродукту вимагає таких систем, які в найкоротші терміни надавали б відомості про доступність транспортних засобів і можливості розміщення туристів, забезпечували б швидке резервування і бронювання місць, а також автоматизацію вирішення допоміжних завдань під час надання турпослуг (паралельне оформлення таких документів, як квитки, рахунки і путівники, забезпечення розрахунковою і довідковою інформацією тощо). Це можливо за умови широкого використання в туризмі сучасних комп'ютерних технологій оброблення і передавання інформації.

Засоби автоматизації роботи туроператорів і турагентів на ринку представлені продуктами, наведеними в праці [3]. Розроблення спеціалізованих програмних продуктів для туристського бізнесу нині ведуть декілька фірм: «Мегатек» (програма «Майстер-тур», «Арім-Софт» (програми «TurWin», «Чартер», «Овір»), «Само-Софт» (програма «Само-тур»), «Туристські технології» (програма комплексної автоматизації «Туристський офіс»), «Інтур-Софт» (програма «Інтур-Софт»), ANT-Group (система ANT-Group), «Рек-Софт» (комплекс «Едельвейс», «Барсум», «Реконлайн») та ін.

Висновки. Отже, головним завданням латерального маркетингу є відхід від традиційних способів конкуренції і надання процесу створення туристичного продукту нового креативного імпульсу. Система генерування ідей сприятиме формуванню латерального (нешаблонного) мислення як творців, так і споживачів, а отже, виступатиме ефективним інструментом просування туристичного продукту на ринку послуг.

Список літератури

1. Антипцева О. Ю. Латеральний маркетинг в контексті стратегії блакитного океану. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 18, ч. 1. С. 17–20.
2. Бартошук О. В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2011. № 2. С. 62–68.

3. Біла С. О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку. *Стратегія розвитку України*. 2016. № 1. С. 17–23.
4. Голубков Е. П. Основы маркетинга. М. : Финпресс, 1999. 656 с.
5. Gorina G. O. Activities of the international the travel&industry. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 10 (172). С. 13–18.
6. Децентралізація: результати, виклики та перспективи. Результати соціологічного дослідження. URL : <http://dif.org.ua/article/detsentralizatsiya-rezulbtati-vikliki-i-perspektivi> (дата звернення: 28 квітня 2020).
7. Землянская Н. Б., Казакова Н. В., Черкасов М. Н. Латеральный маркетинг как инструмент создания новой товарной категории. *Экономика: проблемы, решения и перспективы. Вестник университета*. 2016. № 4. С. 58–60.
8. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб. : Питер, 2009. 448 с.
9. Ілляшенко Н. С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія. Суми: СумДУ, 2011. 192 с.
10. Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. / укл. А. Гуцол. Северодонецьк : Поліграф-Сервіс, 2015. 343 с.
11. Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України : інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань. URL : http://www.rada.gov.ua/news/Novyny/Parlamentski_slukhannya/127696.html (дата звернення: 24 январа 2020).
12. Котлер Ф., Триас де Бе Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей. М. : Альпина Паблицерз, 2010. 206 с.
13. Леонт'єва Ю. Ю. Використання туристичного потенціалу міста на основі маркетингу території. *Тенденції та напрямки розвитку тур індустрії України: монографія* / за заг. ред. І. М. Писаревського. Х. : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2014. С. 173–180.
14. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO. URL : <http://www2.unwto.org/ru> (дата звернення: 20 січня 2020).
15. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC. URL : <http://www.wttc.org> (дата звернення: 23 січня 2020).
16. Офіційний сайт Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=6fd1e22b-73fb-44a2-94de-0edccc32edeb> (дата звернення: 23 січня 2020).
17. Помірко Н. Латеральний маркетинг як ефективний засіб лідирування підприємства на висококонкурентному ринку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5. Т. 3. С. 106–109.
18. Регіональні стратегії розвитку. URL: <http://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/regional-dev/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvitku> (дата звернення 20 січня 2020).
19. Рекреаційно-туристичний комплекс України : монографія / за ред. М. І. Долішного. Львів, 1997. 259 с.
20. Хоцевич О., Самойленко О. Механізм латерального маркетингу у процесі створення інноваційного продукту. URL : <http:// nauka.kushnir.mk.ua/p=20485> (дата звернення: 22 січня 2020).
21. Шукліна В. Латеральний маркетинг як стратегічний інструмент підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 1 (48). С. 176–180.

References

1. Antypceva, O. Yu. (2018). *Lateralnyi marketing v konteksti stratehii blakytneho okeanu* [Lateral marketing in the context of the blue ocean strategy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [International economic relations and the world economy], vol. 18, iss. 1, pp. 17–20.
2. Bartoshuk, O. V. (2011). *Modeli rozvytku industriji turizmu (zarubizhnyj dosvid)* [Models of tourism industry development (foreign experience)] *Derzhava i reghiony. Serija: Ekonomika ta pidpryemnyctvo* [State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship], vol. 2, pp. 62–68.
3. Bila, S. O. (2016). *Stratehichni priorytety rozvytku turystychnykh posluh v Ukraini ta perspektyvy pidvyshchennia yikh konkurentosprotnozhnosti na svitovomu rynku* [Strategic priorities for the development of tourist services in Ukraine and prospects for enhancing their competitiveness in the world market]. *Stratehija rozvytku*

Ukrainy [Development strategy of Ukraine], vol. 1, pp. 17–23.

4. Holubkov, E. P. (1999). *Osnovy marketynha* [Fundamentals of Marketing]. Moscow, Fynpress Publ., 656 p.

5. Gorina, G. O. (2015). Activities of the international the travel&industry. *Aktualjni problemy ekonomiky* [Current economic problems], vol. 10, pp. 13–18.

6. Decentralization: results, challenges and perspectives. Results of a sociological survey. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_8_12 (accessed 28 April 2019).

7. Zemljanskaja, N. B., Kazakova, N. V., Cherkasov, M. N. (2016). *Lateralnyj marketyngh kak ynstrument sozdanyja novej tovarnoj kateghoryy* [Lateral marketing as a tool for creating a new product category] *Ekonomika: problemy, reshennyja y perspektyvy. Vestnyk unyversyteta* [Economics: problems, solutions and prospects. University newspaper], vol. 4, pp. 58–60.

8. Yl'yn, E. P. (2009). *Psikhologiya tvorchestva, kreativnosti, odarennosti* [Psychology of creativity, creativity, talent]. St. Petersburg, Pyter Publ., 448 p.

9. Illjashenko, N. S. (2011). *Orghanizacijno-ekonomichni zasady innovacijnogho marketynghu promyslovykh pidpryemstv* [Organizational and economic principles of innovative marketing of industrial enterprises]. Sumy, Sumy State University Publishing House, 192 p.

10. Hucol, A. (2015). *Innovacijni texnologiji v turyzmi* [Innovative technologies in tourism]. Severodoneck, Polihraf-Servis, 343 p.

11. Development of the tourism industry as a tool for economic development and investment attractiveness of Ukraine. URL : http://www.rada.gov.ua/news/Novyny/Parlamentski_slukhannya/127696.html. (Accessed 24 January 2020).

12. Kotler, F., Tryasde Bes F. (2010). *Lateral nyj marketynh: texnologija poyska revoljucyonnyx ydej* [Lateral marketing: a technology for finding revolutionary ideas]. Moscow, Alpyna Pablyerz, 206 p.

13. Leontieva, Yu. Iu. (2014). *Vykorystannja turystychnogho potencialu mista na osnovi marke-*

tynghu terytoriji [Utilization of tourism potential of the city on the basis of territory marketing]. *Tendenciji ta naprjamky rozvytku tur industriji Ukrainy* [Trends and directions of development of the tour industry of Ukraine]. Kharkiv, KhNUMH Publ., pp. 173–180.

14. Official site World Tourism Organization. UNWTO. Available at : <http://www2.unwto.org/ru>. (Accessed 20 January 2020)

15. The official site of the World Travel and Tourism Council. World Travel and Tourism Council WTTC. Available at : <http://www.wttc.org>. (Accessed 23 January 2020)

16. Official site of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture. Available at : www.me.gov.ua/Documents/Download?id=6fd1e22b-73fb-44a2-94de-0edccc32edeb.pdf. (Accessed 23 January 2020)

17. Pomirko N. (2009) *Lateralnyi marketynh yak efektyvnyi zasib lidyruvannia pidpryemstva na vysokokonkurentnomu rynku*. [Lateral marketing as an effective means of leading an enterprise in a highly competitive market]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University], vol. 5, pp. 106–109.

18. Regional development strategies. Available at : minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/regional-dev/derzhavna-rehional-napolityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvitku. (Accessed 20 January 2020)

19. Dolishnoho, M. I. (1997). *Rekreatsiino-turystychnyi kompleks Ukrainy* [Recreational and tourist complex of Ukraine]. Lviv, 259 p.

20. Khocevyh, O., Samoilenko, O. (2020). *Mekhanizm lateraljnogho marketynghu u procesi stvorennja innovacijnogho produktu*. Available at : nauka.kushnir.mk.ua/p=20485. (Accessed 22 January 2020).

21. Shuklina, V. (2013). *Lateralnyi marketynh yak stratehichnyi instrument pidpryemstva* [Lateral marketing as a strategic tool of the enterprise]. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen* [Bulletin of socio-economic research], iss. 1 (48), pp. 176–180.

Objective. *The multidimensionality of the modern market of tourist services requires innovative approaches to the creation of new types of tourist product, innovative technologies, improvement of forms of product promotion. Today, the need to achieve a systematic and continuous development of the market of tourist services through marketing activities, which will contribute to a positive result in the development of the tourism industry. The choice of development strategy is a priority, it defines the marketing of services as a specific and special type of activity that affects the formation of the social environment and living conditions of society and the region. We are talking about non-standard approaches to creating a new market for travel*

services, which involves the introduction of lateral marketing technologies, the implementation of which is insufficiently studied.

Methods. The main methods of research in studying the possibilities of implementation of technologies of lateral marketing at the regional level are the method of scientific induction and deduction — for the development of scientific approaches to the definition of the main categories of this type of marketing, abstract-logical — when identifying the main problems of development of regional tourism, the method of modeling — in the development of conceptual basics of realizing the possibilities of lateral marketing technologies, in particular in territories, the possibilities of which are insufficiently studied and not covered by the proposals.

Results. The authors examined the possibilities of lateral marketing tools as an innovative approach to the creation of new properties of goods and services in the tourism market; regional peculiarities of the introduction of lateral marketing technologies in the tourist services market are investigated.

Keywords: tourist services market, innovative marketing, innovative approaches, marketing technologies, lateral marketing.

Надійшла до редакції 05.03.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-65-71

JEL : M31, M20, D10, F16

УДК 339.372.2

Данкеєва О. М.,
канд. екон. наук,
старш. викладач

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: dankeieva@donnuet.edu.ua

ВПЛИВ АРОМАМАРКЕТИНГУ НА СПОЖИВАЧІВ У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

UDC 339.372.2

Dankeieva O. M.,
PhD in Economic sciences,
Senior Lecturer

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: dankeieva@donnuet.edu.ua

FLAVOR MARKETING INFLUENCE ON CONSUMERS IN THE COMMERCIAL SPACE

Мета — визначити роль аромаркетингу в торгівлі, охарактеризувати особливості використання ароматів під час продажу товарів, а також сформувані визначальні результати впливу аромаркетингу на споживачів у торговельному просторі.

Методи. Теоретичною базою дослідження виступають роботи закордонних та вітчизняних учених щодо дослідження емоційного впливу на споживача через органи нюху в торговельному просторі. Для досягнення поставленої мети в процесі дослідження використано загальнонаукові методи та прийоми пізнання: абстрактно-логічний, теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, групування.

Результати. У статті визначено роль аромаркетингу як ефективного інструменту впливу на споживацьку поведінку. Визначено, що аромати мають значний вплив на свідомість людини та на її вчинки. Запропоновано розглядати аромаркетинг у торгівлі як збудження емоцій споживачів відповідним ароматом у торговельному просторі для заохочення здійснення купівлі, що забезпечить ритейлу отримання прибутку та конкурентні переваги на ринку. З'ясовано, що метою аромаркетингу є залучення уваги споживачів до товарів та торговельного об'єкта відповідним ароматом, що спонукатиме їх до здійснення купівель. Досліджено вплив ароматів на підсвідомість споживача та його емоції. Наведено спектр дії аромаркетингу в торговельному просторі.

© О. М. Данкеєва, 2020

рі. Сформульовано можливості, які надає застосування аромаркетингу сучасним торговельним підприємствам. З'ясовано, що аромаркетинг базується на здатності ароматів провокувати певні емоції, реакції, спогади й асоціації. Досліджено вплив ароматів на підсвідомість і емоційну поведінку споживача в торговельному просторі. Визначено, як ароматизація приміщень здатна викликати відповідну реакцію людини на певні аромати в торговельному просторі. Запропоновано послідовність впливу ароматів на споживачів під час вибору товарів у торговельному просторі. Встановлено основні визначальні результати впливу на споживачів у торговельному просторі при здійсненні купівлі.

Ключові слова: аромаркетинг, споживацька поведінка, емоції, вплив ароматів, асоціації, емоційний зв'язок, торговельний простір.

Постановка проблеми. Нині, під час продажу товарів дедалі частіше підприємства торгівлі застосовують емоційну складову впливу на споживачів. Це пояснюється тим, що сучасний споживач вже не є раціональним, для якого характерним було задоволення потреби в одержанні корисності при купівлі та споживанні певного товару. Сучасні технології досліджень поведінки споживачів змістилися в бік вивчення підсвідомих процесів: емоцій, мислення, пізнання, які відбуваються у головному мозку при оцінюванні інформації про товари, торговельні підприємства тощо. Це стало причиною постійного пошуку підприємствами так званих емоційних споживацьких тригерів. Тому у своїй активній збутовій діяльності підприємства торгівлі використовують різноманітні засоби емоційного впливу для привертання уваги споживачів. Одним з ефективних засобів емоційного стимулятора, який здатен збільшити зацікавленість людини до торговельного об'єкта та встановити сильний зв'язок між підприємством та споживчою аудиторією, і, таким чином, збільшувати продаж, вважають аромаркетинг. Його прийоми та межі застосування постійно розширюються і стають популярнішими в практичній діяльності.

Питання аромаркетингу також актуально в умовах перенасиченості товарних пропозицій, зниження споживчої активності, звиклості покупців до комунікаційних заходів маркетингу: реклами, стимулювання продажу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Слід зазначити, що в загальному розумінні аромаркетинг є предметом досліджень й об'єктом постійного спостереження впродовж останніх 30 років з-поміж фахівців різних царин: маркетингу, біології, хімії, медицини, психології. Низка дослідників, таких як: Д. Залтман [1], В. Вудвуд [2], М. Линстром [3], А. Трайндл, О. Босак [4], О. Гу-

гол, Д. Зінчук, М. Окландер, Т. Окландер [5], Л. Пашук — вважають його інструментом нейромаркетингу, який вивчає емоційні, когнітивні та сенсорні реакції людини на певні подразники: кольори, звуки, запахи. Як метод впливу на споживачів у торговельному просторі, аромаркетинг почали досліджувати на початку нинішнього століття такі закордонні вчені, як: Е. Райс, Дж. Траут [6], М. Линстром [3], Д. Залтман [1], Роджер Дули, А. Хірш та ін. Серед вітчизняних дослідників, які своїми опрацюваннями доводять перспективність розвитку напряду аромаркетингу, виділяються роботи: М. Окландера, Т. Окландер [5], А. Дериколенко [7], А. Зумбарехи [8], Н. Бородкіної, І. Царук [9], Н. Скригун [10] та ін. Але незважаючи на значні наукові експерименти, присвячені проблемам аромаркетингу, його вплив на споживачів у торговельному просторі потребує постійних спостережень та аналізу.

Мета статті — визначити роль аромаркетингу в торгівлі, охарактеризувати особливості використання ароматів під час продажу товарів, а також сформулювати визначальні результати впливу аромаркетингу на споживачів у торговельному просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Нюх є одним із базових чуттів людини і єдиним органом чуття, який неможливо ігнорувати. Він є найбільш ефективним способом пізнання людиною навколишнього світу, адже він прямо передає сигнали в ту частину мозку, що відповідає за людські емоції. Інформація, одержувана органами нюху людини, впливає на прийняття того або іншого рішення. Також нюх на 75 % випереджає інші органи чуття по силі емоційного впливу на людину, що значно підвищує запам'ятовуваність подій, речей, людей. Встановлено, що мозок порівнює знайомі аромати, які зберігаються в пам'яті. Через це людина може згадати аромат, який викликав у неї певні емоції, із точністю 65 %

через рік, тоді як точність зорової пам'яті — 50 % вже через чотири місяці.

Отже, аромати мають значний вплив на свідомість людини та на її вчинки. Такі висновки надали підставу науковцям досліджувати вплив ароматів на емоції споживачів при відвідуванні торговельного простору та виборі товарів.

Згідно з дослідженням Н. Скригун, завдяки ароматам можна керувати підсвідомістю людей, адже запахи сприяють відродженню спогадів. Різні аромати можуть провокувати певні емоції, реакції, спогади й асоціації. На цьому принципі й ґрунтується механізм аромаркетингу [10, с. 106].

Аналіз наукової літератури щодо визначення поняття «аромаркетинг» показав, що особливо точно його сутність розкрито у авторів: О. Босак, яка визначає аромаркетинг, як вплив на споживача через органи нюху [4, с. 78]; Т. Окландер — характеризує аромаркетинг нематеріальним методом стимулювання збуту, в основі якого лежить вплив на емоційний стан людини за допомогою ароматизаторів й ароматизації повітря природного та штучного походження [5, с. 99]; Н. Скригун, яка зазначає, що аромаркетинг — потужний та ефективний інструмент сучасних продажів [10, с. 107], та В. Вудвуд — вважає аромаркетинг підвидом нейромаркетингу, який впливає на підсвідомість споживачів за допомогою аромату [2, с. 211].

Отже, спираючись на наведені визначення, запропоновано поняття аромаркетингу в торгівлі, — це збудження емоцій споживачів відповідним ароматом у торговельному просторі для заохочення здійснення купівлі, що забезпечує ритейлу отримання прибутку та конкурентні переваги на ринку.

Застосування аромаркетингу під час продажу товарів має широкий спектр дії. У торговельному просторі найбільш використовуються:

— ароматизація приміщень будь-якої площі — простір приміщення наповнюється ароматом, який налаштовує споживача на позитивне сприйняття запропонованого асортименту, та, як наслідок, здійснення купівлі;

— ароматизація — нейтралізація небажаних або неприємних запахів у торговельному просторі;

— ароматизація поліграфії — ароматизація друкованої продукції, найчастіше — стимулююча реклама товару;

— ароматизація бренду — навмисне створення асоціативного емоційного зв'язку певного аромату з конкретною торговою маркою, окремим товаром; використовується як відмінна ознака з-поміж конкурентних торгових марок, товарів.

Технологія аромаркетингу [9, с. 50] використовується для досягнення двох цілей: збільшити обсяги продажів продукту та привернути увагу, створити відповідний настрій, адже через аромат можна передати безліч емоцій — радість, смуток, ностальгію, романтику, захоплення. І. Рюмшина визначає мету аромаркетингу в торговельній залі, як активізацію купівельної поведінки споживачів за допомогою запахів, що сприятиме позитивному настрою [11, с. 42]. Т. Окландер бачить мету у: залученні клієнтів та їхнє втримання у торговельній залі магазину; спонуканні до здійснення покупок і збільшення обсягів продажів; створенні розслаблюючої обстановки для клієнтів; гармонізації відносин у трудовому колективі [5, с. 99]. І. Гаврилова додає до переліченого досягнення мети аромаркетингу у: підкресленні стилю, тематики і статусу закладу; створенні для покупців святкової і приємної атмосфери; виділенні певного сегменту товарів; стимулюванні повторного відвідання торгових об'єктів; підвищенні продуктивності праці й просто вирішення проблеми неприємних запахів [12, с. 7].

Підсумовуючи наведені дослідниками цілі аромаркетингу, можна визначити, що впровадження в діяльність аромаркетингу надає сучасним підприємствам торгівлі можливість:

— викликати позитивні емоції при знаходженні в торговельному приміщенні;

— стати найсильнішим засобом комунікації з відвідувачем і нагадуванням про окреме торговельне підприємство;

— зробити час перебування в торговельному приміщенні більш ефективним (спричинить збільшення середнього чеку);

— стимулювати імпульсні покупки;

— заохотити повторне відвідування;

— покращити орієнтацію у просторі магазину;

— поліпшити настрій покупця;

— подовжити час знаходження в торговельному просторі;

— надати інформацію про якість товару: його свіжість, вишуканість, потужність та ін.

Усі перелічені вище чинники впливу на споживачів ароматизованими допоможуть стати торговельному підприємству конкурентоспроможним на рику та отримувати більший прибуток.

Проте вплив на людські емоції за допомогою різних подразників, у тому числі й ароматів, завжди викликало у скептиків багато суперечок, сумнівів, негативу. Упродовж останніх десятиліть численні дослідження, описані авторами у працях [1; 3; 6; 13], були проведені всесвітньо відомими провідними компаніями, такими як: Coca-Cola, Pepsi, General Motors, Nestle, Proctor&Gamble, Samsung, SCHWARZKOPF&HENKEL та ін., намагалися дати відповідь на ключове запитання: чого очікує сучасний споживач? Отримані результати експериментів дали можливість обґрунтувати необхідність застосування емоційного впливу на споживачів, а також дозволили встановити, як саме аромаркетинг впливає на споживацьку поведінку при відвідуванні магазину і здійсненні купівлі. Виявилось, що:

— покупці охоче купують товари в ароматизованих відділах, порівняно з не ароматизованими;

— 80 % потенційних покупців, заходячи в приміщення торгівлі з приємним запахом, го-

тові здійснювати покупки навіть, якщо вони спочатку не хотіли нічого купувати;

— кількість покупців збільшується щонайменше вдвічі в магазинах із правильно підібраним ароматом;

— люди проводять на 20 % більше часу в ароматизованих магазинах, ніж у не ароматизованих;

— покупці роблять на 40 % більше покупок на підприємствах торгівлі з приємним запахом всередині;

— самі покупці відзначають зниження рівня стресу і дратівливості у магазинах із розслаблюючими ароматами;

— більш, ніж на 10 % збільшується кількість імпульсних покупок в магазинах, які використовують аромати, загальна відвідуваність таких магазинів залишається стабільно високою.

Також за допомогою зазначених досліджень було встановлено: які запахи викликають емоції збудження, спокою, дратівливості тощо, а також, які саме асоціації викликає певний аромат у людини. Таким чином було визначено, як ароматизація приміщень здатна викликати відповідну реакцію людини на певні аромати в торговельному просторі. У табл. 1 наведено аромати, які асоціюються з окремим товаром. Асоціації, своєю чергою, виклика-

Таблиця 1

**Особливості використання ароматів під час продажу товарів
(розроблено автором на основі [3; 4; 6; 9; 11–13])**

Аромат впливу	Асоціації	Реакція	Рекомендовані товари для продажу
Лаванда	Порядок, простір	Розслаблення	Одяг, текстиль для дому, прикраси, косметичні товари
Жасмин	Витонченість, вишуканість	Розслаблення	Посуд, подарунки, прикраси, тканина
Троянда	Свіжість, молодість	Концентрація уваги	Товари для жінок, подарунки, іграшки, прикраси
Ромашка	Свіжість молодості і краса	Розслаблення	Косметичні та лікарські засоби, товари для побуту
Лимон	Чистота, свіжість	Концентрація уваги	Товари для дому, побутова хімія, сантехніка, матеріали для обробки, видалення неприємних запахів
Цитрус (мандарин, апельсин)	Свято, надія	Концентрація уваги	Овочі, новорічні подарунки, одяг, білизна, видалення неприємних запахів
Екзотичні фрукти	Бадьорість, чистота	Зняття стресу	Продовольчі, книжні, одягу, білизни, взуття
Груша	Десерт, відпочинок	Збудження апетиту	Безалкогольні напої, кулінарія

Продовження таблиці 1

Аромат впливу	Асоціації	Реакція	Рекомендовані товари для продажу
Полуниця	Солодке життя	Розслаблення, відчуття свята	Жіноча білизна, подарунки
Огірок	Свіжість, апетит	Збудження фантазії	Посуд, кришталь, продукти харчування
Кавун	Свіжість, відпочинок, десерт	Оживляє	Продукти харчування, напої, іграшки
Кава	Вишуканість, благополуччя, бадьорість	Концентрація уваги	Кава, шоколад, сигари, солодощі, східні товари
Шоколад	Радість, насолода	Концентрація уваги	Кулінарія, кондитерські вироби
Спеції	Апетит	Збудження апетиту	М'ясо, бакалія
Випічка	Апетит, затишок, безпека	Збудження апетиту	Випічка, хліб, продукти харчування, товари для дому
М'ята	Спокій, затишок	Зниження дратівливості	Інтер'єри, меблі
Ваніль	Тепло, безпека, розслаблення	Зниження дратівливості	Побутова техніка, інтер'єри, меблі, кондитерські вироби
Гриль	Смачно, підбадьорливо, заманливо	Збудження апетиту	Продукти харчування
Шкіра	Дорого, вишукано, елітно	Кураж	Автомобілі, взуття, верхній одяг, подарунки
Папір	Надійно, перевірено часом	Спокій	Книжки, антикваріат, подарунки
Морське повітря	Розслаблення, заманливо	Зняття стресу	Товари для спорту, туризму
Дерево	Якість, стабільність, затишок	Зниження дратівливості	Меблі, інтер'єри, подарунки, товари для дому, вина
Якісний тютюн	Мужність, сила, вишуканість	Кураж	Вина, сигарети, товари для спорту, туризму, рибальства, книжки

ють певну реакцію у покупців і, таким чином, впливають на їх вибір товарів та здійснення купівлі.

Досвід попередніх досліджень, а також узагальнені дані табл. 1 надали підставу встановити послідовність впливу аромату на споживачів під час вибору товарів у торговельному просторі:

1. Аромат впливу — органи нюху збуджуються відповідним ароматом.

2. Емоції — аромат збуджує підсвідомість, що викликає певні емоції.

3. Пам'ять — емоційне збудження викликає згадування події, міста, товари тощо.

4. Асоціації — згадування події, міста, товару викликають асоціації.

5. Реакція — відповідь мозку на викликану асоціацію.

6. Мотивація до купівлі — при позитивних емоціях, асоціаціях — реакція мозку швидше викликає мотивацію до купівлі товару.

Таким чином, аромамаркетинг має такі визначальні результати впливу на споживачів у торговельному просторі:

— аромати тісно пов'язані з пам'яттю і швидше за все інше збуджують пам'ять. Отже, знайомий аромат матиме результат впливу: певний аромат — певний товар;

— аромати впливають на психоемоційний стан людини. Правильно обраний аромат може створювати емоційно-позитивне ставлення до торговельного об'єкта, товару. Отже, за рахунок емоційної складової — результат впливу: аромат — позитивні емоції;

— аромат має сильний вплив на підсвідомість і тим самим викликає певну реакцію та спонукає до дії. Отже, за рахунок впливу на підсвідомість — результат впливу: аромат — мотивація до купівлі.

Підсумовуючи, хочемо ще раз наголосити, що аромамаркетинг заснований передусім на чуттях, що виникають у споживача до то-

варів, торговельних підприємств тощо завдяки впливу аромату на емоції, які похитнути складніше, ніж раціональне обґрунтування. Тому, що більша емоційна складова впливу, то ймовірність, що споживачі здійснять купівлю — вища.

Висновки. З огляду на те, що в сучасному світі у людей перевантажені зорові та слухові аналізатори, використання нюхового аналізатора має великі перспективи і дозволяє досягти необхідного ефекту в торговельному просторі: аромати, впливаючи на підкорку мозку, викликають у людини стан ейфорії, коли розумний підхід до купівель відходить на другий план. Аромамаркетинг допомагає не тільки привернути увагу споживачів до торговельного простору, але і сприяє тому, що покупці затримуються в ньому, де потім, за допомогою запахів, асоціацій і емоцій буде встановлений міцний емоційний зв'язок. Це пояснює необхідність використання ароматів при продажу товарів, які посилюють його вплив на споживачів, підштовхне до здійснення купівлі, та, тим самим, забезпечать торговельному об'єкту підвищення ефективності діяльності, а також посилять його конкурентне становище на ринку.

Напрями подальших наукових опрацювань будуть скеровані на дослідження впливу аромамаркетингу залежно від вікової та гендерної приналежності.

Список літератури

1. Залтман Д. Как мыслят потребители. То, о чем не скажет потребитель, то, чего не знает ваш конкурент. Москва: Прайм-Еврознак, 2007. 384 с.
2. Вудвуд В. В., Білоус А. Я. Нейромаркетинг — новітній інструмент впливу на поведінку споживачів у недосконалих умовах ринкової економіки України. *Інноваційна економіка*. №7 (45). 2013. С. 210–212.
3. Линдстром М. BRAND Sense. Чувство БРЕНДА. Воздействие на п'ять органов чувств для создания выдающихся брендов. Москва : Эскмо, 2006. 272 с.
4. Босак О. В. Дослідження впливу інструментів нейромаркетингу на поведінку. *Фінансовий простір*. 2013. № 4 (12). С. 76–80.
5. Окландер Т. О. Інноваційні методи впливу на споживачів: аромамаркетинг. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3. Т. 2. С. 97–101.

6. Райс Е., Траут Дж. *Позиционирование. Битва за умы*. СПб. : Питер, 2012. 336 с.

7. Дериколенко А. А., Мицура А. А. Аромамаркетинг — как средство создания неповторимого имиджа торговых комплексов и сетей. *Экономические проблемы устойчивого развития: тезисы докладов*. Сумы : СумГУ, 2010. Т. 3.

8. Забурмеха Є. М. Аромамаркетинг як засіб впливу на споживачів у підприємствах торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. № 5. Т. 3. С. 39–43.

9. Бородкіна Н. О., Царук І. М. Психоемоційні методи впливу на поведінку споживачів: узагальнення досвіду. *Вісник ЖДТУ*. 2015. №3 (75). С. 45–53.

10. Скригун Н. П., Наумко Т. А. Аромамаркетинг: сутність, інструменти та механізм дії. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. №28 (2). С. 106–110.

11. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе : учеб. пособ. Ростов-на-Дону : Изд. Центр «МарТ», 2004. С. 42.

12. Гаврилова И. Новые технологии: аромамаркетинг. *Маркетинг газета*. 2008. № 10. С. 7.

13. Ньюстром Д. Организационное поведение: поведение человека в процессе труда / пер. с англ.; под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2000. 447 с.

References

1. Zaltman, D. (2007). *Kak mysljat potrebiteli. To, o chem ne skazhet potrebitel', To, chego ne znaet vash konkurent* [How do customers think. Things consumer wouldn't say, and competitor doesn't know] Moscow, Prajm-Evroznak Publ., 384 p.
2. Vydvyd, V. (2013). *Neiromarketynh — novitnii instrument vplyvu na povedinku spozhyvachiv u nedoskonalykh umovakh rynkovoi ekonomiky Ukrainy* [Neuromarketing is the newest tool for influencing consumer behavior in the imperfect market economy of Ukraine] *Innovaciina ekonomika*, no. 7 (45), pp. 210–212.
3. Lindstrom, M. (2010). *Buyology: Uvlekatel'noe puteshestvie v mozg sovremennogo potrebitelja* [Buyology: truth and lies about Why We Buy]. Moscow, Eksmo Publ., 240 p.
4. Bosak, O. (2013). *Doslidzhennia vplyvu instrumentiv neiromarketynhu na povedinku spozhyvachiv* [Exploring influence of neuromarketing tools for consumer behavior]. *Finansoviy prostir* [Financial space], no. 4, pp. 76–80.

5. Oklander, T. (2011). *Innovaciini metody vplyvu na spozhyvachiv: aromamarketyng* [Innovative methods of influence on consumers: aromamarketing]. *Marketyng i menedzhment innovacij* [Marketing and innovation management], no. 3 (2), pp. 97–101.
6. Trout, J., Ries, Al. (2012). *Pozicionirovanie: Bitva za umy* [Positioning: The Battle for Your Mind]. St. Petersburg, Piter Publ., 336 p.
7. Derikolenko, A. A, Mitsura, A. A. (2010). *Aromamarketing — kak sredstvo sozdaniya nepovtorimogo imidzha torgovyh kompleksov i setej* [Aromamarketing as a means of creating a unique image of shopping complexes and networks]. In : *Ekonomicheskie problemy ustojchivogo razvitiya* [Economic problems of sustainable development]. Sumy, SumGU Publ., no. 3.
8. Zaburmekha, E. M. (2012). *Aromamarketynh yak zasib vplyvu na spozhyvachiv u pidpriemstvakh torhivli* [Aroma marketing as a means of influencing consumers in trade enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University]. no. 5 (3), pp. 39–43.
9. Borodkina, N. O, Tsaruk, I. M. (2015). *Psykhoiemotsiini metody vplyvu na povedinku spozhyvachiv: uzahalnennia dosvidu* [Psycho-emotional methods of influencing consumer behavior: generalization of experience]. *Visnyk ZhDTU* [Bulletin of ZhSTU], no. 3 (75), pp. 45–53.
10. Skryhun, N., Naumko, T. (2019). *Aromamarketynh: sutnist, instrumenty ta mekhanizm dii* [Aroma marketing: essence, instruments and mechanism of action]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University], no. 28 (2), pp. 106–110.
11. Ryumshina, L. I. (2004). *Manipulyativnye priemy v reklame* [Manipulative techniques in advertising]. Rostov-na-Donu: Izd. Centr «MarT», pp. 42–46 p.
12. Gavrilova, I. (2008). *Novye tekhnologii: aromamarketing* [New technologies: aromatic marketing]. *Marketing gazeta*, no. 10, pp. 7.
13. Newstrom, D. (2000). *Organizacionnoe povedenie: povedenie cheloveka v processe truda* [Organizational Behavior: Human Behavior in the Process of Labor]. St. Petersburg, Piter Publ., 447 p.

Objective. *The goal is to determine the purpose of aromatic marketing in trade, to characterize the features of the use of aromas in the sale of goods, as well as to form the decisive results of the influence of aromatic marketing on consumers in the retail space.*

Methods. *The theoretical basis of the research is the work of foreign and domestic scientists on the study of the emotional impact on the consumer through the sense of smell in the trading space. To achieve this goal in the research process, general scientific methods and cognition methods were used: abstract-logical, theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping.*

Results. *The article defines the purpose of aromatic marketing as an effective tool for influencing consumer behavior. It is determined that aromas have a special effect on the consciousness of a person and on his actions. It is proposed to consider aromatherapy marketing in trade as the stimulation of consumer emotions by the corresponding aroma in the trading space for making a purchase, which ensures retail profit making and competitive advantages in the market. It has been established that the goal of aromamarketing is to attract the attention of consumers to goods and a retail object with an appropriate aroma, encourages them to make purchases. The effect of aromas on the consumer's subconscious and his emotions is investigated. The spectrum of aromatherapy marketing in the retail space is given. The possibilities that aromatherapy marketing provides to modern trading enterprises are formulated. It is disclosed that aromatic marketing is based on the ability of aromas to provoke certain emotions, reactions, memories and associations. The influence of aromas on the subconscious and emotional behavior of consumers in the retail space is investigated. It is determined how the aromatization of premises can cause a person to respond to aromas in the retail space. The sequence of the influence of aromas on consumers when choosing products in the retail space is proposed. The main determining results of the impact on consumers in the retail space when making a purchase are established.*

Key words: *aroma marketing, consumer behavior, emotions, the influence of aromas, associations, emotional connection, retail space.*

Надійшла до редакції 18.03.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-72-77

JEL : G40, L10, L66, M30

УДК 339

Карабаза І. А.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: karabaza@donnuet.edu.ua
e-mail: bondarenko@donnuet.edu.ua

Бондаренко К. В.,
студентка 3-го курсу

КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМПАНІЙ НА КОСМЕТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

UDC 339

Karabaza I. A.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: karabaza@donnuet.edu.ua

Bondarenko K. V.,
3 year student

e-mail: bondarenko@donnuet.edu.ua

DOMESTIC COMPANIES IN THE COSMETICS MARKET OF UKRAINE COMPETITIVE POSITIONS: MARKETING ASPECT

***Мета** — визначити конкурентні позиції вітчизняних компаній на косметичному ринку України.*

***Методи.** Використано методи аналізу та синтезу (під час вивчення та узагальнення чинників, які впливають на розвиток світового та вітчизняного косметичного ринку), метод експертних оцінок (для виокремлення головних чинників успіху косметичних компаній), матричний метод (під час побудови й аналізу матриці конкурентного профілю косметичних компаній на вітчизняному ринку косметики).*

***Результати.** У статті проаналізовано конкурентні позиції вітчизняних компаній на косметичному ринку України. Встановлено, що тенденції розвитку українського ринку косметики упродовж останніх років відповідають тенденціям світового ринку, галузь активно розвивається, попит на косметичну продукцію зростає. У процесі дослідження визначено чинники, які впливають на розвиток світового та вітчизняного косметичного ринку, та виокремлено основні з них: старіння населення, доходи населення, розвиток соціальних мереж, пришвидшення урбанізації, зростання потреб у нових продуктах. Також у статті виділено основні чинники успіху косметичних компаній: різноманітність асортименту, помірні ціни; якість продукції, висока швидкість доставки в разі замовлення в Інтернеті; дизайн продукції, відомість торговельної марки, наявність чоловічих косметичних засобів, наявність знижок, склад продукції, тестування косметичних засобів на тваринах. Побудова матриці конкурентного профілю косметичних компаній на вітчизняному ринку косметики дала змогу встановити, що на українському ринку лідером є L’Oreal. Челенджерами при цьому виступають Procter&Gamble та Oriflame, конкурентами-послідовниками на ринку Unilever Group та українська компанія Біокон, український виробник косметики — «Ельф» — виявився аутсайдером ринку. Запропоновано маркетингові кроки щодо зміцнення позицій та завоювання більшої частки ринку вітчизняних конкурентів на ринку косметичних засобів України.*

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості розроблення пропозицій щодо формування ефективних маркетингових стратегій вітчизняних виробників косметичної продукції на ринку України.

***Ключові слова:** косметичний ринок, конкуренція, конкурентоспроможність, маркетинг, просування, конкурентна позиція.*

Постановка проблеми. На українському ринку косметичної продукції тривалий час панує стереотип щодо поганої якості вітчизняної продукції та переваг закордонних аналогів, а це гальмує розвиток української косметичної галузі, адже попит на продукцію низький. При цьому ринок заповнений продукцією закордонного виробництва, а українські виробники косметики не є лідерами навіть на вітчизняному ринку косметичної продукції, їх вихід на зарубіжні ринки також залишається проблематичним. Водночас, зважаючи на темпи нарощення популярності засобів для догляду за шкірою, тенденції популяризації anti-age косметики на тлі старіння населення в Україні та цивілізованому світі, косметична галузь продовжуватиме розвиватись швидкими темпами і надалі. Тому вітчизняним виробникам важливо зайняти свої конкурентні позиції на українському косметичному ринку та вийти зі своєю продукцією на світові сегменти косметичного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням тенденцій косметичного ринку України присвячено статті вітчизняних учених: Р. І. Байцар, Ю. М. Кордіяка [5], Н. В. Чмихало, А. С. Маслова [5], які проаналізували стан косметичної галузі України у розрізі основних економічних показників і торговельної інфраструктури, виявили роль косметично-парфумерних товарів та їх вплив на конкурентоспроможність національного косметичного продукту, при цьому авторами було встановлено, що зміцнення позицій вітчизняних виробників косметики на ринку України можливе за умов підвищення національного конкурентоспроможного косметичного продукту [5]. Голова правління Асоціації «Парфумерія та Косметика України» В. Філатова зазначає, що українське косметичне виробництво, яке отримало шанси у 2017 р. на розширення експорту, сприятиме покращенню ситуації на українському ринку та буде хорошим стартом для виходу української косметичної продукції на ринки ЄС [6].

Проте визначення конкурентних позицій вітчизняних компаній на косметичному ринку України є недостатньо дослідженим у вітчизняній економічній літературі й потребує подальшого вивчення.

Мета статті — визначення конкурентних позицій вітчизняних компаній на косметичному ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними статистики косметичний ринок світу щороку з 2014 р. зростає. Аналогічну тенденцію зростання демонструє і український косметичний ринок протягом 2009–2018 рр. Український косметичний ринок упродовж 2009–2018 рр. має тенденцію до зростання, протягом цих років темп зростання ринку в Україні коливався від 2,0 (найнижче значення спостерігається у 2011 р.) до 3,6 % (у 2018 р.). Але темп зростання українського ринку, який збільшився на 1,1 % за дев'ять років, скромніший за темп зростання світового ринку, який збільшився за цей час на 3,9 %. Це свідчить про те, що галузь розвивається, ринок активний, попит на косметичну продукцію зростає. Ринок України є привабливим для іноземних компаній. Зараз в Україні вживаються заходи щодо збільшення обсягів експорту косметичних засобів українського виробництва, для того аби покращити економічний стан ринку та створити баланс між імпортом та внутрішнім виробництвом, адже нині внутрішній виробник потребує захисту та підтримки, тому що імпорт займає більше ніж 90 % ринку [1, 2].

Слід зазначити, що чинники, які впливають на розвиток світового та вітчизняного косметичних ринків, подібні, з-поміж них можна виділити такі:

1. Старіння населення. Згідно з національним демографічним прогнозом до 2025 р. частка осіб віком понад 60 років становитиме 25 % загальної кількості населення (тобто зросте на 3,2 %), віком 65 років і старше — 18,4 % (збільшиться на 2,9 %), у 2030 р. — понад 24,9 % (збільшиться ще на 6,5 %) [7]. Старіння населення призводить до того, що частка потенційних клієнтів косметичних продуктів зростає, хоча з віком люди більш похилого віку переходять із декоративної косметики на косметичні засоби для догляду за собою.

2. Доходи населення. Упродовж 2016–2019 рр., після падіння у 2014–2015 рр., спостерігається стабільна тенденція зростання реальних доходів населення. Мінімальна заробітна плата з 2016 р. підвищилася втричі — з 1378 до 4137 грн [7]. Зростання доходів населення приводить до збільшення купівельної спроможності, що дає можливість споживачам витратити більше коштів на покупку більш дорогих товарів.

3. Розвиток соціальних мереж (більшість косметичних компаній намагаються «просу-

вати» свій товар соціальними мережами, адже більшість людей проводить у них багато часу, реклама надходить саме до цільового споживача, адресність реклами збільшує її ефективність, реклама в Instagram та Facebook особливо популярна у малих українських виробників косметичних засобів).

4. Пришвидшення урбанізації у світі та Україні. За даними перепису населення 2001 р., урбанізація в Україні характеризувалася такими даними: міське населення 32574 тис. осіб, або 67,2 % та сільське населення 15883 тис., або 32,8 %. У 2013 р. частка сіль-

ського населення склала 14174,4 тис. (31,1 %), а міського населення — 31378,6 тис. (68,9 %) [2]. Тобто протягом досліджуваного періоду частка міського населення збільшувалась, що свідчить про збільшення потенційних споживачів косметики, адже люди у місті ведуть більш активний спосіб життя та більше витрачають на косметику.

Для аналізу конкурентних позицій українських компаній на внутрішньому косметичному ринку доцільно виокремити головні чинники успіху косметичних компаній (табл. 1).

Таблиця 1

**Склад та вага головних чинників успіху косметичних компаній
(складено авторами)**

Найважливіші головні чинники успіху	Вага головного чинника успіху, коефіцієнт
1. Різноманітність асортименту	0,15
2. Рівень цін	0,15
3. Якість продукції	0,15
4. Швидкість доставки в разі замовлення в Інтернеті	0,1
5. Дизайн продукції	0,05
6. Відомість торговельної марки	0,1
7. Наявність чоловічих косметичних засобів	0,05
8. Наявність знижок	0,05
9. Склад продукції	0,1
10. Тестування косметичних засобів на тваринах	0,1
Разом	1

Використовуючи вагу головних чинників успіху косметичних компаній, доцільно побудувати матрицю конкурентного профілю косметичних компаній на вітчизняному ринку косметики (табл. 2)

Отже, за результатами аналізу конкурентного профілю вітчизняних компаній можна зробити висновок, що на українському ринку лідером ринку є L’Oreal, компанія отримала 4,15 балів. Челенджерами при цьому

Таблиця 2

**Матриця конкурентного профілю компаній на вітчизняному косметичному ринку
(складено авторами на основі [8, 9, 10, 11, 12, 13])**

Головні чинники успіху	Питома вага	Procter & Gamble		Oriflame		Unilever Group		L’Oreal		Біокон		Ельфа	
		рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка
1. Різноманітність асортименту	0,15	5	0,75	4	0,6	4	0,6	4	0,6	5	0,75	4	0,6
2. Рівень цін	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6	5	0,75	4	0,6	4	0,6
3. Якість продукції	0,15	5	0,75	4	0,6	4	0,6	4	0,6	4	0,6	4	0,6
4. Швидкість доставки у разі замовлення в Інтернеті	0,1	3	0,3	4	0,4	3	0,3	3	0,3	2	0,2	1	0,1
5. Дизайн продукції	0,05	4	0,2	3	0,15	4	0,2	4	0,2	3	0,15	3	0,15

Головні чинники успіху	Питома вага	Procter & Gamble		Oriflame		Unilever Group		L'Oreal		Біокон		Ельфа	
		рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка	рейтинг	Загальна оцінка
6. Відомість торговельної марки	0,1	5	0,5	5	0,5	4	0,4	5	0,5	4	0,4	3	0,3
7. Наявність чоловічих косметичних засобів	0,05	5	0,25	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15
8. Наявність знижок	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1	3	0,15	3	0,15	3	0,15
9. Склад продукції	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3	4	0,4	3	0,3	3	0,3
10. Тестування косметичних засобів на тваринах	0,1	1	0,1	3	0,3	4	0,4	5	0,5	4	0,4	4	0,4
Разом	1	-	3,95	-	3,75	-	3,65	-	4,15	-	3,7	-	3,35

виступають Procter&Gamble (результат якої нижче за лідера на 0,2) та Oriflame (результат якої нижче за лідера 0,4), послідовниками на ринку виступають Unilever Group та українська компанія Біокон. Український виробник косметики — «Ельф» — виявився аутсайдером ринку, компанія має найнижчий бал у матриці конкурентного профілю — 3,35, підприємства поступаються конкурентам у швидкості доставки продукції, дизайні, популярності торговельної марки, складом продукції та наявності знижок.

Українська компанія «Біокон», яка виявилася конкурентом-послідовником, має близько 100 найменувань продукції в більш ніж 10 серіях для догляду за шкірою обличчя, тіла і порожниною рота. Нині компанія найбільш стрімко розвивається та об'єднує медично-наукові принципи з традиціями натуральної косметики.

Компанія «Ельф» з-поміж усіх компаній посіла останнє місце. Це свідчить про те, що попри те, що вона є одним з провідних вітчизняних косметичних підприємств, не витримує конкуренції з іноземними компаніями, які завоювали прихильність споживачів через більшу різноманітність асортименту, втілення нових технологій та всесвітню популярність.

На сьогодні в Україні переважну частку ринку займають іноземні компанії, адже їх технології виробництва більш розвинені, тому для вітчизняних виробників ця перевага становить велику конкуренцію. Також розвитку вітчизняного косметичного бізнесу в Україні

заважає наявність проблем у сфері державного регулювання під час розроблення, виробництва та реалізації косметичних виробів; невизначеність правил контролю (нагляду) за обігом косметичної продукції на внутрішньому ринку, а також відсутність основних суттєвих вимог щодо безпечності косметичної продукції. Істотною проблемою на ринку косметичних засобів в Україні є фальсифікація продукції. Ринок косметичної продукції в Україні непрозорий через дії дистриб'юторів. Також розвиток малого бізнесу в косметичній галузі України гальмує нестабільність економічної та політичної ситуації у країні, адже ризики неповернення інвестицій у бізнес за таких умов суттєво підвищуються. На сучасному етапі для вітчизняних виробників косметики головними завданнями є зміцнення позицій на вітчизняному ринку косметичних засобів та завоювання більшої частини ринку, це можливо за рахунок таких маркетингових кроків: покращення конкурентоспроможності, зокрема використання брендингу (так компанія «Ельфа» не є відомою на ринку своєї країни, а отже, їй доцільно переглянути бренд та вжити заходів щодо його покращення), орієнтування на соціальні мережі (більшість іноземних компаній перейшли на «просування» своєї продукції соціальними мережами, а це дозволяє покращити не тільки продажі продукції, а й збільшити цільову аудиторію, такий спосіб може допомогти українським виробникам, особливо інтернет-просування виявилось у пригоді компаніям під час вимушеного

карантину протягом березня-квітня 2020 р., діяло правило: «якщо вас немає в Інтернеті — вашого бізнесу не існує»), покращення рекламної компанії (за допомогою реклами відомих блогерів можна збільшити популярність бренду та продажі).

Висновки. Проведене дослідження стану косметичного ринку України дало змогу:

— встановити, що тенденції розвитку українського косметичного ринку протягом останніх років відповідають тенденціям світового ринку, галузь активно розвивається, попит на косметичну продукцію зростає;

— визначити чинники, які впливають на розвиток світового та вітчизняного косметичних ринків, та виокремити основні з них: старіння населення, доходи населення, розвиток соціальних мереж, пришвидшення урбанізації, зростання потреб у нових продуктах;

— виділити головні чинники успіху косметичних компаній: різноманітність асортименту, помірні ціни; якість продукції, висока швидкість доставки при замовленні в Інтернеті; дизайн продукції, відомість торговельної марки, наявність чоловічих косметичних засобів, наявність знижок, склад продукції, тестування косметичних засобів на тваринах;

— використовуючи вагу ключових факторів успіху косметичних компаній, побудувати матрицю конкурентного профілю косметичних компаній на вітчизняному косметичному ринку;

— встановити, що на українському ринку лідером ринку є L’Oreal. Члендзерами при цьому виступають Procter&Gamble та Oriflame, конкурентами-послідовниками на ринку виступають Unilever Group та українська компанія Біокон. Український виробник косметики — «Ельф» — виявився аутсайдером ринку;

— запропонувати маркетингові кроки щодо зміцнення позицій та завоювання більшої частки ринку вітчизняних конкурентів на ринку косметичних засобів України.

У подальших дослідженнях доцільно розробити пропозиції щодо формування ефективних маркетингових стратегій вітчизняних виробників косметичної продукції на ринку України.

Список літератури

1. L’oreal. Ринок косметики. URL : <https://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel-2018/marche-cosmetique-2-1>.

2. Державна служба статистики України. URL : https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2016/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm.

3. Вітчизняна парфумерно-косметична продукція підвищить конкурентноспроможність на світових ринках. URL : <https://ucci.org.ua/press-center/ucci-news/vitchizniana-parfumerno-kosmetichna-produktsiia-pidvishchit-konkurentospromozhnist-na-svitovikh-rinkakh>.

4. Байцар Р. І., Кордіяка Ю. М. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі. URL : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/31203/1/09-44-49.pdf>.

5. Маслова А. С., Чмихало Н. В. Маркетингові дослідження косметичного ринку. *Соціальна фармація : стан, проблеми та перспективи : матеріали II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, м. Харків, 27–30 квіт. 2015 р. X., 2015. С. 192–195. URL : <http://dSPACE.nuph.edu.ua/handle/123456789/9952>.

6. Українська косметична продукція виїде на міжнародні ринки. URL : <https://ckp.in.ua/events/18639>.

7. Міністерство соціальної політики України. URL : <https://www.msp.gov.ua>.

8. Procter & Gamble. URL : <https://www.pg.com.ua>.

9. ORIFLAME Україна. URL : <https://ua.oriflame.com>.

10. Unilever. URL : <https://www.unilever.com>.

11. БІОКОН. URL : <http://www.biokon.com.ua>.

12. Ельфа. URL : <http://www.elfa.ua>.

13. L’ORÉAL Україна. URL : <https://loreal-paris.ua/ru>.

References

1. L’Oréal 2018 Annual Report (2019), Cosmetics market. Available at : <https://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel-2018/marche-cosmetique-2-1>. [Accessed 20 March 2020].

2. State Statistics Service of Ukraine. [Available at : https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2016/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm. [Accessed 20 March 2020].

3. Ukrainian cosmetic products will be available in the international markets (2017). Checkpoint Business Media. Available at : <https://ckp.in.ua/events/18639>. [Accessed 20 March 2020].

4. Baitsar, R. I. & Kordiiaka, Yu. M. (2015). *Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku kos-*

metychnoi haluzi [Current problems and prospects for the cosmetics industry development]. [Available at : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/31203/1/09-44-49.pdf>. [Accessed 20 March 2020].

5. Maslova, A. S. & Chmykhalo, N. V. (2015). *Marketynhovi doslidzhennia kosmetychnoho rynku* [Marketing research of the cosmetics market]. Available at : <http://dspace.nuph.edu.ua/handle/123456789/9952>. [Accessed 20 March 2020].

6. Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (2017). The competitiveness of domestic perfume and cosmetic products on world markets will boost. Available at : <https://ckp.in.ua/events/18639>. [Accessed 20 March 2020].

7. Ministry of Social Policy of Ukraine (2020). Available at : <https://www.msp.gov.ua>. [Accessed 20 March 2020].

8. Procter & Gamble (2020). Available at : <https://www.pg.com.ua>. [Accessed 20 March 2020].

9. Oriflame Cosmetics Global AG (2020). ORIFLAME Ukraine. Available at : <https://ua.oriflame.com>. [Accessed 20 March 2020].

10. Unilever (2020). Available at : <https://www.unilever.com>. [Accessed 20 March 2020].

11. BIOKON (2020). Available at : <http://www.biokon.com.ua> [Accessed 20 March 2020].

12. Elfa Laboratory (2020). Available at : <http://www.elfa.ua>. [Accessed 20 March 2020].

13. L'ORÉAL Ukraine. Available at : <https://loreal-paris.ua/ru>. [Accessed 20 March 2020].

Objective. *The article purpose is the identification of domestic companies in the cosmetics market of Ukraine competitive positions.*

Methods. *The following methods have been used: methods of analysis and synthesis (while studying and generalizing factors influencing the global and domestic cosmetics market development), the method of expert assessment (to identify key success factors of beauty companies), matrix method (while constructing and analyzing the Competitive Profile Matrix of beauty companies in the domestic cosmetics market).*

Results. *In this article, competitive positions of domestic companies in the cosmetics market of Ukraine have been analyzed.*

It has been established that the Ukrainian cosmetics market development trends in recent years have corresponded to the global trends, the industry has been actively developing, the demand for cosmetic products has been growing. As a result of the study the factors influencing the global and domestic cosmetics market development have been determined and the following key factors have been identified: population aging, population income, social networks development, acceleration of urbanization, growing demand for the new products. In this article, the following key success factors of beauty companies have been highlighted: variety of assortment, reasonable prices; product quality, fast delivery when ordering online; product design, brand awareness, availability of men's cosmetics, availability of discounts, product contents, using animals for cosmetics testing. While constructing the Competitive Profile Matrix of beauty companies in the domestic cosmetics market, it has been established that L'Oreal is the market leader in the Ukrainian market. Challenger brands are Procter & Gamble and Oriflame, competitors (followers) in this market are Unilever Group and the Ukrainian company Biokon. The Ukrainian cosmetics manufacturer «Elfa» has become an outsider of the market. The marketing steps to strengthen the domestic competitors position in the cosmetics market of Ukraine and win a larger market share have been suggested.

The practical importance of the results obtained lies in the possibility of developing suggestions for the effective marketing strategies formation for domestic manufacturers of cosmetic products in the Ukrainian market.

Keywords: *cosmetics market, competition, competitiveness, marketing, promotion, competitive position.*

Надійшла до редакції 31.03.2020

ФІНАНСИ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ І АУДИТ

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-78-87

JEL : O21, D20, M10, M21

УДК 005.21:330.142.26 (045)

Волошина С. В.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: voloshyna@donnuet.edu.ua
e-mail: kostakova@donnuet.edu.ua

Костакова Л. Д.,
старший викладач

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ
ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

UDC 005.21:330.142.26 (045)

Voloshyna S. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: voloshyna@donnuet.edu.ua
e-mail: kostakova@donnuet.edu.ua

Kostakova L. D.,
Senior Lecturer

**METHODOLOGICAL ASSESSMENT APPROACHES OF THE ENTERPRISE
CURRENT ASSETS MANAGEMENT STRATEGY**

***Мета** — дослідити науково-методичні підходи до формування стратегії управління оборотними активами на основі оцінювання відповідності її типу базовій стратегії розвитку підприємства.*

***Методи.** Статтю підготовлено з використанням сукупності загальнонаукових і спеціальних методів економічного дослідження, зокрема: системно-генетичного підходу, методів типології, термінологічного аналізу, деталізації, узагальнення — для контент-аналізу поняття стратегії управління оборотними активами підприємства, методів аналізу і синтезу — для визначення цілей і завдань стратегічного управління оборотними активами, системно-діяльнісного підходу — для порівняльної характеристики типів стратегій управління оборотними активами підприємства, табличного і графічного способів подання інформації — для візуалізації результатів дослідження.*

***Результати.** Визначено проблематику в дослідженні стратегії управління оборотних активів, яка має прояв у неузгодженості її змісту, цілей і завдань, підходів до формування. Набуло подальшого розвитку поняття «стратегія управління оборотними активами підприємства». У ньому враховано стратегічний аспект управління, концептуальність управлінських рішень, їх характер і спрямованість. Базування стратегії на цілях і завданнях потребувало їх уточнення і структуризації для даного процесу. Проведено аналіз типології стратегій управління оборотними активами. Розширено характеристики основних типів стратегій. Встановлено, що вибір типу стратегії управління оборотними активами здійснюється за вузьким колом показників, що обмежує тактичні дії керівництва при реалізації стратегічних напрямів через малу кількість контрольних індикаторів. Для вибору типу стратегії управління оборотними активами запропоновано науково-методичний підхід, який передбачає оцінювання його відповідності типам базової стратегії розвитку підприємства. Для оцінювання стратегії обґрунтовано систему критеріальних показників, які відображають цілі стратегічного розвитку підприємства і завдання певного типу стратегії управління оборотними активами підприємства. Формалізацію критеріальних показників представлено як закономірно очікувану тенденцію їх зміни. Для підвищення надійності управлінських рішень, які приймаються в галузі управління оборотними активами, запропоновано додавання результатів конкурентного аналізу з визначенням бази порівняння. Як альтернативний підхід до оцінювання діючої стратегії управління оборотними активами запропоновано коефіцієнти еластичності фінан-*

© С. В. Волошина, Л. Д. Костакова, 2020

сових результатів підприємства за показниками оборотності і рентабельності поточних активів. Розглянуті потенційні варіанти управлінських рішень, з огляду на сучасні проблеми формування і використання оборотних активів на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: оборотні активи, стратегія управління, цілі управління, типологія стратегій, критеріальні показники, оцінювання.

Постановка проблеми. Оборотні активи, виступаючи мобільною частиною сукупного капіталу суб'єктів господарювання, призначені для забезпечення безперервності їхньої операційної діяльності. Їх достатність, швидкість обертання та прибутковість є ключовими критеріями ефективності такої діяльності.

Однак довготривалі фінансові проблеми розвитку вітчизняних підприємств, серед яких збитковість, хронічна нестача оборотних активів, їх викривлена структура з переважанням частки дебіторської заборгованості, значна залежність у їх формуванні від позичкових коштів, уповільнення обертання, свідчать про використання менеджментом неефективних інструментів управління, які неспроможні швидко показати прогалини відповідного характеру і врахувати причини їх утворення в стратегічному управлінні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Довгий час триває наукова дискусія стосовно розуміння стратегії управління оборотними активами підприємства, її цілей і завдань, методів і моделей формування. Активними її учасниками є зарубіжні і вітчизняні вчені, серед них І. Бланк, Ю. Брігхем, Дж. М. Вахович, Л. Гапенські, М. Дядюк, О. Кірдіна, В. Ковальов, К. Колодяжна, Л. Омельченко, С. Рилєєв, А. Садеков, Дж. К. Ван Хорн, Л. Чалапко, О. Царенко та ін. Між тим науковці у своїх пропозиціях застосовують вузьке коло традиційних інструментів управління оборотними активами. Питання, які стосуються розроблення стратегії управління оборотними активами, переважно торкаються підходів до аналізу їх формування та ефективності використання, побудови оптимальної структури цих активів, вибору джерел фінансування тощо. При цьому увага науковців часто фокусується на управлінні окремими елементами оборотних активів. Переважання локального бачення вирішення проблем у галузі управління оборотними активами при відірваності його завдань від стратегічних цілей вважаємо закономірним результатом сучасного економічного розвитку вітчизняного бізнесу.

Мета статті — дослідити науково-методичні підходи до формування стратегії управління оборотними активами на основі оцінювання відповідності її типу базовій стратегії розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досягнення підприємством у довгостроковому періоді поставлених цілей, розширення ринкових позицій, задоволення потреб усіх його контрагентів забезпечується шляхом розроблення і реалізації стратегічного набору. У його складі важливе і недооцінене місце відводиться стратегії, яка відображає підходи до управління формуванням і використанням оборотних активів підприємства.

Загалом стратегія управління оборотними активами, яка об'єднує вищезазначені напрями, є частиною фінансової стратегії, яка за своїм характером має забезпечити реалізацію базової стратегії і досягнення ним довгострокових цілей розвитку.

Узагальнення наукових поглядів на сутність стратегії управління оборотними активами підприємства здійснено в табл. 1. Порівняння наведених у табл. 1 думок свідчить, що науковці з різною деталізацією розглядають зміст цієї стратегії. З огляду на стратегічний аспект даного процесу можна стверджувати, що стратегія управління оборотними активами — це окремий напрям в управлінні підприємством, який полягає в розробленні і реалізації концептуальних рішень щодо формування і використання оборотних активів у контексті досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.

Оскільки будь-яка стратегія базується на цілях і завданнях певного процесу в довгостроковому періоді, проведемо критичний аналіз стосовно постановки науковцями цілей і завдань стратегії управління оборотними активами підприємства (табл. 2).

Із даних табл. 2 видно, що переважно науковці як основоположні цілі стратегічного характеру розглядають цілі щодо забезпечення цілкового формування та ефективного використання оборотних активів, а також мінімізацію ризиків.

Таблиця 1

Систематизація наукових поглядів на сутність стратегії (політики) управління оборотними активами підприємства (побудовано авторами на основі [1–5])

Науковці	Зміст стратегії управління оборотними активами підприємства
О. Царенко	«...передбачає певну комбінацію підходів до формування та підходів до фінансування оборотних активів» [1, с. 48].
Л. Омельченко, І. Піскульова	«...являє собою сукупність умов і норм управління оборотними активами, які встановлюються власниками підприємства з метою досягнення оптимального рівня рентабельності при мінімізації ризику» [2, с. 179].
С. Рилєєв, С. Юрій	«...взаємопов'язана та взаємообумовлена система елементів, що реагує та усуває (нейтралізує) проблеми управління оборотним капіталом з метою максимізації позитивного ефекту виробничо-господарської діяльності та пристосування її до умов, що постійно змінюються» [3, с. 319].
О. Кірдіна	«...є системою обґрунтованих заходів, направлених на зміну величини і структури його оборотних активів» [4, с. 134]. «...управління оборотними активами підприємств ... відповідно до принципів програмно-цільового управління (орієнтація на кінцевий результат, наскрізне планування об'єкту управління, принцип безперервності)» [4, с. 137].
В. Стратійчук	«...складова процесу стратегічного управління підприємством, що містить систему принципів, методів розробки та реалізації управлінських рішень щодо формування та використання оборотних активів у процесі досягнення поставлених стратегічних цілей з метою одержання синергетичного ефекту та ефективного функціонування в майбутньому» [5, с. 62].

Таблиця 2

Цілі і завдання стратегічного управління оборотними активами підприємства (побудовано авторами [1; 2; 4–12])

Науковці	Цілі і завдання стратегічного управління
В. Ковальов	«визначення обсягу і структури оборотних активів, джерел їх фінансування, співвідношення між ними, забезпечення довгострокової виробничої і ефективної фінансової діяльності» [6].
Дж. К. Ван Хорн, Дж. М. Вахович	«пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності та рентабельністю. Досягнення цього компромісу зводиться до вирішення ... завдань: 1) забезпечення платоспроможності; 2) забезпечення прийнятної обсягу, структури і рентабельності активів» [7]
І. Бланк	«Головне завдання цього управління полягає у формуванні необхідного обсягу, оптимізації складу і забезпеченні ефективного використання оборотних активів підприємства» [8, с. 84]
О. Царенко	«визначення достатнього рівня і раціональної структури оборотних активів (підходи до формування оборотних активів), ...визначення величини і структури джерел їх фінансування (підходи до фінансування оборотних активів)» [1, с. 51].
Л. Омельченко, І. Піскульова	«досягнення оптимального рівня рентабельності при мінімізації ризику» [2, с. 179].
Я. Квачук	«визначення оптимального рівня інвестицій в оборотні активи. Співвідношення джерел коротко- і довгострокового фінансування для підтримання даного рівня оборотних активів» [9, с. 233].
Л. Соляник	«оптимізація обсягу оборотних активів; оптимізація структури оборотних активів; оптимізація пропорцій між структурними елементами повного циклу обігу оборотних активів; оптимізація джерел формування оборотних активів» [10, с. 66].
О. Бондаренко	«Головна мета управління оборотними активами ... полягає в забезпеченні їх достатності для нормального функціонування підприємства, а також в найефективнішому їх використуванні у виробничо-господарській діяльності... Завдання: 1) формування оптимального складу і структури оборотних засобів; 2) обґрунтоване визначення потреби підприємства в оборотних коштах; 3) формування складу і раціоналізація структури джерел фінансування оборотних коштів; 4) максимізація ефективності використання оборотного капіталу в діяльності підприємства [11, с. 53].

Науковці	Цілі і завдання стратегічного управління
О. Кірдіна	«орієнтована на формування необхідного обсягу і складу оборотних активів, раціоналізацію і оптимізацію структури джерел їх фінансування» [4, с. 134].
Н. Проскуріна, Н. Романюк	«1) визначення обґрунтованої потреби в оборотних активах, необхідної для здійснення безперебійності процесів постачання, виробництва і реалізації продукції; 2) оптимізація обсягу і структури оборотних активів; 3) забезпечення оборотних активів джерелами фінансування; 4) визначення оптимального співвідношення між різними джерелами фінансування оборотних активів; 5) організація поточного і перспективного управління оборотними активами, що забезпечує заданий рівень платоспроможності та фінансової стійкості; 6) використання можливих низько затратних способів поповнення оборотних активів в процесі господарської діяльності підприємства; 7) підвищення ефективності використання оборотних активів» [12, с. 56].
В. Стратійчук	мета стратегічного управління оборотними активами — «забезпечення зростання ринкової вартості підприємства ... шляхом формування та реалізації стратегії підвищення ефективності використання оборотних активів та оптимізації їх загального обсягу і структури» [5, с. 64].

Для уточнення результативності даного процесу вважаємо доцільним структурувати цілі стратегічного управління оборотними активами так:

— цілковите задоволення потреби в усіх їх видах за одночасного створення достатнього розміру резервів на випадок погіршення умов забезпечення операційної діяльності і мінімізації на цій основі операційних ризиків;

— достатність джерел фінансування оборотних активів і підтримання їхньої оптимальної структури при мінімізації фінансових ризиків;

— досягнення конкурентного рівня використання оборотних активів на основі високих рівнів їх оборотності і прибутковості.

Різноманіття поведінки підприємства у сфері управління оборотними активами відображається типологією відповідних стратегій, тобто їх класифікацією за найбільш суттєви-

ми ознаками. Типології відповідних стратегій присвячені праці І. Бланка, Ю. Брігхем, Є. Доніна, М. Дядюк, В. Ковальова, К. Колодзяної, Л. Омельченко, І. Піскульової, С. Рилеева, А. Садекова, Л. Чалапко, С. Юрій, О. Чорної, О. Царенко та інших науковців, що підкреслює значущість такого дослідження.

За ознакою необхідного для забезпечення заданого обсягу реалізації продукції рівня оборотних активів зазвичай виокремлюють такі стратегії (рис. 1):

1. *Обережна стратегія*, яка передбачає великий обсяг оборотних активів, передусім за рахунок утворення страхових запасів грошових коштів і товарно-матеріальних цінностей. Зростання обсягу реалізації продукції досягається за рахунок залучення короткострокових кредитів на створення додаткового розміру оборотних активів і кредитною політикою підприємства, яка побудована під різні групи

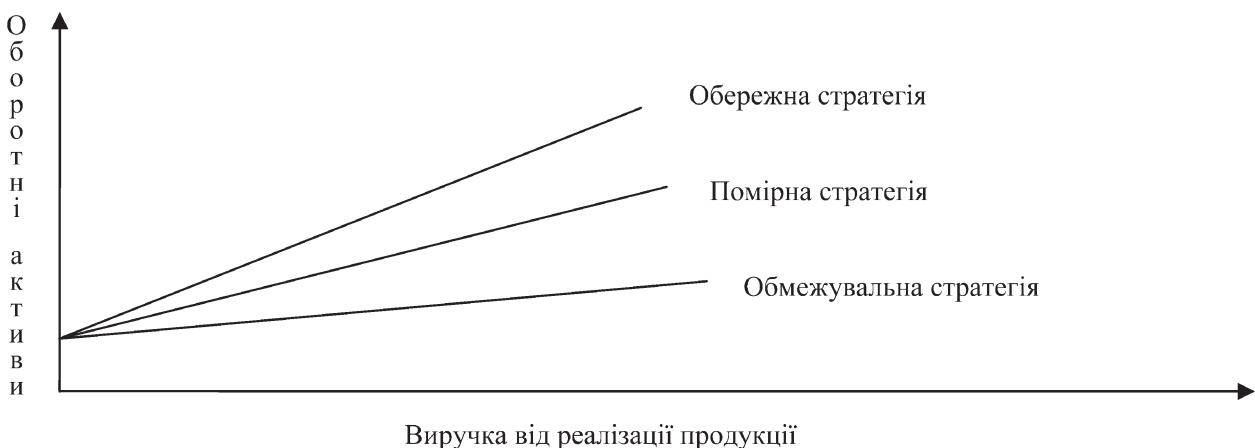


Рис. 1. Типи стратегій управління оборотними активами підприємства за ознакою необхідного для забезпечення заданого обсягу реалізації продукції рівня оборотних активів (побудовано авторами на основі [3; 6; 9; 13])

споживачів і тим самим збільшує рівень дебіторської заборгованості. Цей варіант стратегії характеризується найменшими рівнями оборотності, рентабельності, ліквідності і ризику.

2. *Обмежувальна стратегія*, яка передбачає мінімальний обсяг оборотних активів і таким чином зумовлює найбільші рівні ризику, швидкості обороту і рентабельності цих активів.

3. *Помірна стратегія*, яка орієнтує підприємство на оптимальний рівень оборотних активів, що є нижчим, ніж при обережній стратегії і вищим, ніж при обмежувальному типі. При цьому в разі цілковитої визначеності умов реалізації підприємство буде прагнути

мінімізувати обсяг оборотних активів. В умовах невизначеності потреба в оборотних активах буде зростати, що пояснюється необхідністю створення страхових запасів за різними елементами, передусім у частині виробничих запасів і грошових коштів. За такої стратегії забезпечується середнє для реальних господарських умов співвідношення між рівнем ризику і рівнем ефективності використання фінансових ресурсів.

За часткою оборотних активів у майні підприємства прийнято розрізняти такі типи стратегій управління оборотними активами (рис. 2):



Рис. 2. Типи стратегій управління оборотними активами за часткою оборотних активів у майні підприємства (побудовано авторами на основі [1; 2; 6; 9; 12])

1. *Агресивна стратегія*, яка характеризується високою часткою оборотних активів, що зумовлює високу мобільність майна підприємства, мінімальний ризик операційної діяльності в результаті створення значного розміру страхових і резервних запасів, але низьку оборотність і рентабельність поточних активів.

2. *Консервативна стратегія*, якій притаманно мінімальний розмір оборотних активів унаслідок скорочення потреби в них, що об'єктивно призводить до низької частки поточних активів у майні підприємства.

3. *Компромісна стратегія*, за якої оборотні активи становлять близько половини майна підприємства, а оборотність і рентабельність мають середні значення. За такої стратегії забезпечується середнє для реальних господарських умов значення частки оборотних активів у майні і на цій основі — середнє значення співвідношення між рівнем ризику і рівнем ефективності використання фінансових ресурсів.

Порівняння двох підходів до класифікації типів стратегій управління оборотними активами показало ідентичність їх характеристик.

Подальше дослідження застосування результатів типології стратегій управління оборотними активами в роботах [2; 3; 13; 14] вказало на побудову на їх основі варіантів політики управління короткостроковими пасивами. Для вибору типу такої політики традиційно використовується матричний підхід, який систематизує типи стратегій за різними ознаками, що можна вважати загальним підходом до управління, з одного боку, складом і структурою оборотних активів, а з іншого боку — джерелами їх фінансування.

Однак у зазначеному вигляді вибір типу стратегії здійснюється за вузьким колом показників (розмір оборотних активів, їх оборотність і рентабельність), що, своєю чергою, обмежує тактичні дії керівництва під час реалізації стратегічних напрямів через малу кількість контрольних індикаторів.

Аналіз наукової літератури за [8; 15; 16] вказав також на те, що результати типології не включаються в алгоритм розроблення стратегії управління оборотними активами, основу якого традиційно становить вивчення і детальний аналіз окремих елементів оборотних активів, розроблення відповідної поведінки підприємства, формування єдиної стратегії формування і використання оборотних активів. Вважаємо такий підхід більш придатним для тактичного планування, тоді як при стратегічному плануванні важливим є власне не точність обчислень, а бачення концептуальних варіантів перспективного розвитку.

На підставі такого висновку пропонується науково-методичний підхід до формування стратегії управління оборотними активами на основі оцінювання відповідності її типу базовій стратегії розвитку підприємства з використанням розгорнутої системи критеріальних показників (табл. 3). Як базові (головні) стра-

тегії розвитку підприємства розглядаються стратегії зростання, стабілізації, скорочення, які у вузькому форматі відповідають перебігу життєвого циклу підприємства (за винятком стадій виникнення і ліквідації підприємства).

Своєю чергою, перелік критеріальних показників визначено відповідно до вище зазначених цілей стратегічного управління оборотними активами. До складу таких показників запропоновано віднести: обсяг оборотних активів (OA), частку оборотних активів у майні ($Ч_{oa}$), коефіцієнт забезпеченості власними оборотними активами ($K_{заб}$), розмір резервів (P), коефіцієнт фінансового ризику ($K_{фін. риз}$), загальний коефіцієнт ліквідності ($K_{лікв}$), коефіцієнт оборотності оборотних активів (K_{oa}), рентабельність оборотних активів (P_{oa}). Формалізацію критеріальних показників здійснено з огляду на поставлені завдання для кожного типу стратегії управління оборотними активами і наведено в табл. 3 як закономірно очікувану тенденцію їх зміни.

Таблиця 3

Концепція оцінювання відповідності типу стратегії управління оборотними активами типу базової стратегії розвитку підприємства (побудовано авторами)

Тип базової стратегії підприємства та його характеристика	Тип стратегії управління оборотними активами	Завдання стратегії управління оборотними активами і її можливі негативні результати	Тенденція зміни критеріальних показників оцінювання стратегії управління оборотними активами
<i>Стратегія зростання</i> характеризує нарощування обсягів виробництва і реалізації продукції завдяки роботі у галузях, які динамічно розвиваються, проникненню на нові ринки і їх захоплення	Обережна (агресивна) стратегія	Завдання: збільшення обсягу оборотних активів для забезпечення безперервності операційної діяльності у більших масштабах; забезпечення мобільної структури майна; повне фінансування оборотних активів за рахунок альтернативних джерел; створення максимальних резервів; мінімізація фінансового ризику. Негативні результати: низька ліквідність та ефективність використання оборотних активів.	$OA \rightarrow \max$ (зростають); $Ч_{oa} \rightarrow \max$ (зростає); $K_{заб} \rightarrow \min$ (знижується); $P_{\max} \rightarrow$ (зростають); $K_{фін. риз}$ — в межах нормативу; $K_{лікв} \rightarrow \min$ (знижується); $K_{об. \min} \rightarrow \min$ (знижується); $P_{oa \min} \rightarrow \min$ (знижується).
<i>Стратегія стабілізації</i> застосовується в умовах незмінності обсягів реалізації продукції і прибутків	Помірна (компромісна) стратегія	Завдання: стабілізація обсягу оборотних активів; забезпечення мобільної структури майна; повне фінансування оборотних активів за рахунок альтернативних джерел; створення оптимального рівня резервів; забезпечення оптимального рівня ризику, ліквідності, оборотності і рентабельності оборотних активів. Негативні результати: потенційно ними вважаються гірші порівняно з іншими стратегіями рівні критеріальних показників.	OA стабілізація; $Ч_{oa} \gg 50\%$ $K_{заб}$ зростає; $K_{фін. риз}$ — на рівні нормативу; $K_{лікв}$, середній (вище ніж при агресивній стратегії, але більше ніж при консервативній стратегії) P , $K_{об}$, P_{oa} середні (менше ніж при агресивній стратегії, але менше ніж при консервативній стратегії)

Продовження таблиці 3

Тип базової стратегії підприємства та його характеристика	Тип стратегії управління оборотними активами	Завдання стратегії управління оборотними активами і її можливі негативні результати	Тенденція зміни критеріальних показників оцінювання стратегії управління оборотними активами
<i>Стратегія скорочення</i> реалізується на етапі спаду життєвого циклу підприємства, в умовах економічної кризи і полягає в спробах пристосуватися до нової ситуації і за необхідності — скоротити масштаби діяльності	Консервативна (обмежувальна) стратегія	Завдання: мінімальний рівень резервів; висока ефективність використання оборотних активів у разі роботи без збоїв. Негативні результати: зменшення обсягу оборотних активів; можлива втрата мобільності структури майна; можлива нестача ВОА, високий фінансовий ризик.	ОА зменшення; $Ч_{oa} \rightarrow \min$ (знижується); $K_{заб} \leq 1$; $P \rightarrow \min$ (зменшуються); $K_{фін риз}$ — за межами нормативу; $K_{лікв} \rightarrow \max$ (зростає); $K_{об} \rightarrow \max$ (зростає); $P_{oa} \rightarrow \max$ (зростає)

Відповідність типу стратегії управління оборотними активами типу базової стратегії можливо визначити за кількістю оціночних показників, що перебувають на необхідному рівні або ж зміна яких відповідає бажаній тенденції. Додатково можна встановити вагомість окремих оціночних показників в їх сукупності, що підвищить точність загальної оцінки.

Загалом на основі запропонованого науково-методичного підходу стає можливим як ідентифікувати тип діючої стратегії управління оборотними активами, так і визначити її відповідність цілям стратегічного розвитку підприємства у майбутньому періоді.

Підвищення надійності управлінських рішень, які приймаються в галузі управління оборотними активами, може бути забезпечено додаванням результатів конкурентного аналізу. У такому разі базами порівняння виступатимуть як значення лідера ринку, так і середньоринкові значення відповідних показників.

Альтернативним підходом до оцінювання діючої стратегії управління оборотними активами можна вважати використання таких показників:

- 1) еластичність рентабельності активів за рентабельністю оборотних активів;
- 2) еластичність оборотності активів за оборотністю оборотних активів.

Однак дані показники не відображають повною мірою характер стратегії, що реалізуються і тому даний підхід доцільно застосовувати як допоміжний.

За результатами аналітичного оцінювання діючої стратегії управління оборотними активами підприємства визначається необхідність її подальшої трансформації та обираються адекватні рішення, відносно яких забезпечується контроль.

Для досягнення стратегічних цілей управління оборотними активами вітчизняних підприємств загалом слід звернути увагу на: доцільність перегляду складу і структури оборотних активів, зокрема виробничих запасів щодо виявлення і реалізації непотрібних і «залежалих» запасів; скорочення запасів товарно-матеріальних цінностей шляхом оптимізації розмірів їх партій на етапі закупівлі; запровадження концепції «ощадливого виробництва» на основі удосконалення технологічних процесів задля створення умов для скорочення операційного циклу, потреби у виробничих запасах, зниження собівартості продукції і на цій основі обсягу оборотних активів; розроблення диференційованої кредитної політики і створення умов дотримання платіжної дисципліни при розрахунках із контрагентами тощо.

Висновки. Для комплексного вирішення сукупності наявних проблем у сфері формування і використання оборотних активів підприємства необхідним є розроблення відповідної стратегії управління ними. Остання є частиною загальної фінансової стратегії підприємства, яка має бути відповідальною за цілковите формування обсягу і складу оборотних активів, оптимізацію структури джерел їх

фінансування, мінімізацію ризику втрати ліквідності і забезпечення їх швидкого обертання та прибутковості.

Різноманіття умов господарювання і відповідно завдань розвитку підприємств зумовлює існування різних типів стратегії управління оборотними активами, які зазвичай поділяють за такими ознаками: необхідним для забезпечення заданого обсягу реалізації продукції рівня оборотних активів і часткою оборотних активів у майні.

Для вибору типу стратегії оборотних активів запропоновано науково-методичний підхід, який передбачає оцінювання його відповідності типам базової стратегії розвитку підприємства. Для оцінювання обґрунтовано систему критеріальних показників, які відображають цілі стратегічного розвитку підприємства і завдання певного типу стратегії управління оборотними активами підприємства.

Подальші дослідження автори пов'язують з апробацією розробленого методичного підходу і формуванням на основі її результатів адекватних науково-практичних рекомендацій.

Список літератури

1. Царенко О. В. Формування політики управління оборотними активами. *Науковий вісник Академії муніципального управління*. Серія: Економіка. 2013. Вип. 1. С. 41–51.
2. Омельченко Л. С., Піскульова І. В. Аналіз стратегій управління оборотними активами промислових підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3. С. 178–183.
3. Рилєєв С. В., Юрій С. М. Роль політики управління оборотними активами в системі фінансового менеджменту підприємства. *Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. Серія «Економічні науки»*. 2009. № 4 (36). С. 311–319.
4. Кірдіна О. Г. Управління оборотними активами підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 43. С. 133–137.
5. Стратійчук В. Стратегічне управління оборотними активами підприємств торгівлі. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. № 5. С. 59–74.
6. Ковалёв В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. Москва : Велби ; Проспект, 2007. 1024 с.

7. Ван Хорн Дж. К., Вахович Дж. М. (мл.) Основы финансового менеджмента. Москва : Вильямс, 2008. 1232 с.

8. Бланк И. А. Управление активами и капиталом предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2003. 448 с.

9. Квачук Я. О. Стратегії управління оборотними активами в ТНК. *Економічний простір*. 2013. № 76. С. 230–242.

10. Соляник Л. Г. Эффективное управление оборотными активами — ключевой финансовый важиль улучшения результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2003. № 3. С. 64–70.

11. Бондаренко О. С. Управління поточними активами: теоретичні основи та практичне застосування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2005. № 3 (66). С. 51–56.

12. Проскуріна Н. М., Романюк Н. С. Управління оборотними активами в умовах кризового стану підприємства. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2009. № 3. С. 55–63.

13. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: в 2 т. Т. 1. СПб. : Экономическая школа, 1998. 497 с.

14. Дядюк М. А., Михайлова О. В. Типи політики управління оборотними активами підприємств торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2013. Вип. 1 (1). С. 120–129.

15. Геращенко И. П. Построение оптимальной стратегии управления оборотными активами компании. *Актуальные вопросы современной экономики*. 2009. №7-2. С. 120–127.

16. Жамбалов Ж. Ч., Головецкий Н. Я. Оборотный капитал на производстве: анализ и эффективное использование. *Вестник евразийской науки*. 2019. № 2. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/oborotnyy-kapital-na-proizvodstve-analiz-i-effektivnoe-ispolzovanie/viewer>.

References

1. Tsarenko, O. V. (2013). *Formuvannia polityky upravlinnia oborotnyu aktyvamy* [Current assets management policy formation]. *Naukovyi visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia. Seriya: Ekonomika* [Scientific Bulletin of the Academy of Municipal Administration. Series: Economics], iss. 1, pp. 41–51.

2. Omelchenko, L. S., Piskulova, I. V. (2015). *Analiz stratehii upravlinnia oborotnyy aktivamy promyslovykh pidpriemstv* [Analysis of strategies of current assets management of industrial companies]. *Ekonomika: realii chasu* [Economy: the realities of time], no. 3, pp. 178–183.
3. Rylieiev, S. V., Yurii, S. M. (2009). *Rol polityky upravlinnia oborotnyy aktivamy v systemi finansovoho menedzhmentu pidpriemstva* [The role of the current assets management policy in the system of the enterprise's financial management]. *Naukovyi visnyk ChTEI KNTEU. Seriiia «Ekonomichni nauky»* [Scientific Bulletin of CHTEI KNTEU. Economic Sciences Series], no. 4 (36), pp. 311–319.
4. Kirdina, O. H. (2013). *Upravlinnia oborotnyy aktivamy pidpriemstv* [Working assets management of the enterprises]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Bulletin of Transport Economics and Industry], iss. 43, pp. 133–137.
5. Stratiichuk, V. (2019). *Stratehichne upravlinnia oborotnyy aktivamy pidpriemstv torhivli* [Strategic management of current assets of trade enterprises]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu* [Bulletin of Kyiv National University of Trade and Economics], no. 5, pp. 59–74.
6. Kovalev, V. V. (2007). *Finansovyy menedzhment: teoriya i praktika* [Financial management: theory and practice]. Moscow, Velbi Publ., 1024 p.
7. Van Khorn, Dzh. K., Vakhovich, Dzh. M. (jun.) (2008). *Osnovy finansovogo menedzhmenta* [Fundamentals of Financial Management]. Moscow, Viliams Publ., 1232 p.
8. Blank, I. A. (2003). *Upravleniye aktivami i kapitalom predpriyatiya* [Asset and capital management]. Kyiv, Nika-Tsentr, Elga, 448 p.
9. Kvachuk, Ya. O. (2013). *Stratehii upravlinnia oborotnyy aktivamy v TNK* [Current assets management strategies within transnational corporations]. *Ekonomichniy prostir* [Economic space], no. 76, pp. 230–242.
10. Solianyk, L. H. (2003). *Efektivne upravlinnia oborotnyy aktivamy — kliuchovyi finansovyi vazhil polipshennia rezultativ finansovohospodarskoi diialnosti pidpriemstv* [The effective current assets management is a key figure in the improvement of the financial results at the enterprise]. *Ekonomichniy visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu* [Economic Bulletin of the National Mining University], no. 3, pp. 64–70.
11. Bondarenko, O. S. (2005). *Upravlinnia potochnyy aktivamy: teoretychni osnovy ta praktychne zastosuvannia* [Current assets management: theoretical basis and practical usage]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University], no. 3 (66), pp. 51–56.
12. Proskurina, N. M., Romaniuk, N. S. (2009). *Upravlinnia oborotnyy aktivamy v umovakh kryzovoho stanu pidpriemstva* [Current assets management in crisis conditions on an enterprise]. *Ekonomichniy visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu* [Economic Bulletin of the National Mining University], no. 3, pp. 55–63.
13. Brighkem, Yu., Gapenski, L. (1998). *Finansovyy menedzhment: in 2 vol. Vol. 1* [Financial management]. St. Peterburg, Ekonomicheskaya shkola Publ., 497 p.
14. Diadiuk, M. A., Mykhailova, O. V. (2013). *Typy polityky upravlinnia oborotnyy aktivamy pidpriemstv torhivli* [The types of current assets management strategy within trade enterprises]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh* [Economic strategy and prospects for trade and services], iss. 1 (1), pp. 120–129.
15. Gerashchenko, I. P. (2009). *Postroyeniye optimalnoy strategii upravleniya oborotnyy aktivami kompanii* [Building the optimal current assets management strategy of a company]. *Aktualnyye voprosy sovremennoy ekonomiki* [Актуальные вопросы современной экономики], no. 7-2, pp. 120–127.
16. Zhambalov, Zh. Ch. (2019). *Golovetskiy N. Ya. Oborotnyy kapital na proizvodstve: analiz i effektivnoye ispolzovaniye* [Working capital at work: analysis and effective use]. *Vestnik evraziyskoy nauki* [Bulletin of Eurasian Science], no. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oborotnyy-kapital-na-proizvodstve-analiz-i-effektivnoe-ispolzovanie/viewer>.

Objective. *The objective of the article is the development of the scientific and methodological approaches to the current assets management strategy in terms of its type correspondence with the basic development strategy of an enterprise.*

Methods. *The article is prepared with the usage of some general and special methods of scientific research of economic processes, such as: system-genetic approach, methods of typology, terminological analysis, detalization and generalization — for content analysis of the definition of current assets management strategy of an enterprise, analysis and synthesis method — to determine the goals and tasks of the current as-*

sets management strategy, system — activity approach — for comparative analysis of the current assets management strategy types, graphical method of presentation — for visualisation of the results of the research.

Results. The problematic regarding the research of current assets management strategy that displays itself in lack of co-ordination of the content, goals and forming approaches is defined. The definition “current assets management strategy of an enterprise” is further developed. The strategic management aspect, conceptual importance of management decision, its nature and focus are taken into consideration. Keeping in mind that the strategy is based on some goals and tasks, it required for their specification and structuring for this process. The analysis of the current assets management strategy typology is conducted. The characteristics of the basic strategy types are expanded. It is defined that choosing the type of current assets management strategy is determined with the help of limited number of figures that limits the tactical actions of the management while strategy implementation on account of small quantity of check indicators. For the purpose of choosing the current assets strategy type the scientific and methodological approach is proposed. It includes the conformity assessment of the strategy type and the basic development strategy of an enterprise. For the strategy evaluation the system of criteria figures that display the goals of strategic development of the enterprise and the tasks of the specific current assets management strategy type is substantiated. Formalisation of the criteria figures is described as naturally expected tendency of their change. In order to improve the reliability of management decisions made in regard to current assets management, it is proposed to add the results of the competitive analysis along with defining the basis of comparison. As an alternative approach to the operational current assets management strategy evaluation the elasticity coefficients of the financial results regarding the indicators of current asset turnover and return on current assets are proposed. The potential options of management decisions in the context of the current problems of forming and utilizing the current assets within domestic enterprises are considered.

Key words: current assets, management strategy, management goals, strategy typology, criteria figures, evaluation.

Надійшла до редакції 30.03.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-88-96

JEL : M20, M40, D00, G00

УДК 658.274

Гейер Е. С.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: geyer@donnuet.edu.ua
e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

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

Шевченко Л. Я.,
канд. екон. наук,
доцент

e-mail: shevchenko@donnuet.edu.ua

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

UDC 658.274

Geyer E. S.,
Grand PhD
in Economic sciences,
Associate professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: geyer@donnuet.edu.ua
e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

Shendryhorenko M. T.,
PhD in economic sciences,
Associate professor

Shevhenko L. Ya.,
PhD in economic sciences,
Associate professor

e-mail: shevchenko@donnuet.edu.ua

COMPANY'S FUND INTERNAL CONTROL ACTUAL ISSUES AND DIRECTIONS FOR THEIR SOLUTION

Мета — визначити актуальні питання внутрішнього контролю власного капіталу підприємства та напрями їх вирішення.

Методи. У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення, аналіз і синтез, індукція та дедуція, групування та класифікація, логічного узагальнення й порівняльного зіставлення.

Для уточнення економічної сутності власного капіталу як об'єкта внутрішнього контролю (аудиту) використано методи теоретичного узагальнення, групування та порівняння. Для дослідження методики внутрішньої перевірки власного капіталу працівниками відділку внутрішнього аудиту використано метод спостереження і конкретизації. Пропозиції з удосконалення робочих документів внутрішнього перевіряючого розроблено із застосуванням методу систематизації.

Результати. Проаналізовано варіативні авторські підходи до розуміння сутності поняття «власний капітал» та надано узагальнене його визначення. Доповнено перелік характеристик, притаманних власному капіталу як індикатору відносин власності. Обґрунтовано, що внутрішньогосподарський контроль, який здійснює керівник підприємства безпосередньо або через уповноважені ним органи, відповідно до статуту передбачає дотримання відповідних контрольних заходів, які було систематизовано з дотриманням відповідної послідовності. Узагальнено і схематично наведено перелік інформаційного забезпечення процесу перевірки власного капіталу підприємства (товариства). Під час проведення внутрішньої перевірки складових власного капіталу виокремлено основні її напрями із зазначенням процедур контролю, які необхідно використовувати внутрішньому перевіряючому на підприємстві.

© Е. С. Гейер, М. Т. Шендригоренко, Л. Я. Шевченко, 2020

Розроблено макети робочих документів внутрішнього перевіряючого за результатами перевірки правильності формування, зміни та відображення у бухгалтерському обліку і фінансовій звітності власного капіталу підприємства. Практичне використання результатів проведеного дослідження дозволить підвищити ефективність внутрішнього контролю та запобігти виникненню порушень.

Ключові слова: власний капітал, внутрішній контроль (аудит), звіт внутрішнього аудитора, перевірка, підприємство, робочий документ аудитора.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України супроводжується пошуком шляхів для подолання соціально-економічної кризи, яка спровокувала уповільнення суспільного розвитку. Комплекс проблем, які потребують вирішення на законодавчому рівні Урядом, підсилюється такими економічними явищами, як дефіцит державного бюджету, наявність безробіття та падіння рівня життя населення. Негативні економічні явища набули значного масштабу у зв'язку з відсутністю науково обґрунтованої стратегії національного розвитку, в основі якої повинні бути економічні орієнтири відновлення та розвитку всіх галузей економіки та соціальні гарантії для населення України.

Однією з найуразливіших галузей економіки є промисловість. На діяльність промислових підприємств негативно впливають такі фактори, як обмеження реальних фінансових інвестицій від іноземних інвесторів, які не зацікавлені у вкладанні активів при нестабільній економічній політиці, значний знос основних засобів та відсутність фінансування на їх оновлення, недосконалі податкова політика, яка підтверджується змінами до Податкового кодексу України. Для підтримки стійкого фінансового стану і платоспроможності промислових підприємств, поряд з подоланням перерахованих факторів, необхідно приділяти увагу питанням організації обліку, контролю (зовнішнього і внутрішнього) у сфері ефективного управління структурою й вартістю власного капіталу.

Наразі діяльність промислових підприємств потребує удосконалення системи обліку, контролю та управління фінансовими активами, зокрема власним капіталом, яка повинна створити передумови для стабільного процесу виробництва та його постійного зростання, що визначатиме конкурентоспроможність підприємства у ринковому середовищі. Керівництво підприємства (товариства відкритого чи закритого типу) повинно забезпечити ефективний облік господарських опе-

рацій і явищ, розробити заходи для залучення інвесторів, визначити оптимальну структуру власного капіталу і організувати контроль-аналітичний процес для управління ним, щоб забезпечити стабільність виробництва та запобігання банкрутству в умовах конкуренції.

Необхідно вказати, що актуальними питаннями організації і методики внутрішнього контролю (аудиту) власного капіталу підприємства є:

1) підвищення ефективності планування внутрішньої перевірки складових власного капіталу працівниками відділку внутрішнього аудиту на підставі конкретизації завдань і методів, прийомів організації контроль-аудиторського процесу;

2) визначення послідовності дій внутрішнього перевіряючого (аудитора, ревізора чи інспектора) для оперативного отримання і систематизації доказів за результатами перевірки власного капіталу;

3) удосконалення форм робочої документації внутрішнього перевіряючого для підвищення інформативності аудиторського звіту (акту перевірки);

4) оперативне розроблення обґрунтованого, а не формального переліку заходів для ліквідації виявлених порушень та запобігання їх виникненню у майбутньому і прийняття його керівництвом підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми обліку, внутрішнього контролю формування та змін власного капіталу залишаються у центрі уваги науковців: Ф. Ф. Бутинця [1], М. О. Виноградової [2], С. І. Дерев'янка [3], Л. П. Кулаковської [4], М. Ф. Огійчук, Л. К. Сук, [5] Н. М. Ткаченко [6] та ін.

Однак серед них немає єдності щодо визначення поняття «власний капітал». У Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013 р. (із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів України № 564 від 20.06.2018 р.) надається визначення: «власний капітал — різниця

між активами і зобов'язаннями підприємства» [7]. Вказане тлумачення власного капіталу є найпоширенішим і його дотримуються більшість науковців і практиків. Проте у авторів опублікованих наукових монографій, статей не простежується єдиної думки щодо природи поняття «власний капітал», особливо — у обліковому аспекті.

Вищезазначені автори змістовно опрацювали та детально відобразили основні завдання, проблеми та напрями удосконалення обліку на підприємствах, зокрема, й власного капіталу. Але проблематика ефективної організації планування і методики проведення внутрішнього контролю (аудиту) власного капіталу узагальнення його результатів є надзвичайно актуальною, що створює об'єктивну необхідність поглиблення наукових досліджень.

Мета статті — визначення актуальних питань внутрішнього контролю власного капіталу підприємства та напрямів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головним інформативним показником економічного суб'єкта вважається показник величини його власного капіталу.

Власний капітал, як облікова категорія, поєднує в собі доволі різноманітну кількість ключових показників. Організація достовірного обліку та дієвого контролю (аудиту) власного капіталу є запорукою успішного та довгострокового функціонування підприємства.

Важливим є те, що в традиційній теорії бухгалтерського обліку капітал підприємства розглядається швидше як пасив, а не актив, що засвідчує балансове рівняння (облікова модель): активи дорівнюють сумі власного капіталу та зобов'язань. Звідси, величина власного капіталу підприємства визначається як різниця між його активами та зобов'язаннями.

Науковці залежно від об'єкта і предмета дослідження наводять різні трактування власного капіталу, яке з розвитком економічної системи постійно доповнюється та трансформується.

Науковці А. В. Хмелевська та Г. М. Незборецька наголошують, що «власний капітал — це модифікована величина заборгованості підприємства його засновникам у розмірі вартості активів, які ним забезпечуються» [8, с. 193].

Твердження авторів, що власний капітал за економічним змістом є заборгованіс-

тю товариства його засновникам базується на тому, що основним і єдиним елементом власного капіталу на момент заснування товариства є статутний капітал. Він втілює заборгованість товариства його засновникам у сумі, що відповідає вартості внесеного ними майна (активів). Модифікація заборгованості підприємства його засновникам здійснюється шляхом реінвестування прибутку, отриманого у результаті діяльності підприємства на основі сформованого статутного капіталу; за переоцінкою необоротних активів, що призводить до наявності інших складових власного капіталу, якими є елементи додаткового капіталу.

Науковець О. Й. Вівчар зазначає, що «власний капітал підприємства — це фінансові ресурси, які воно вкладає для організації та фінансування господарської діяльності» [9, с. 147]. Дане трактування поняття характеризує власний капітал винятково із точки зору реінвестування прибутку в господарську діяльність підприємства, що є вузьким поняттям, адже розкриває економічний зміст тільки накопиченого власного капіталу.

Економіст Т. М. Королюк на підставі систематизації різних точок зору дослідників уточнює поняття «власний капітал»: «власний капітал — це сукупність економічних благ у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які залучаються до економічного процесу діяльності суб'єкта господарювання без визначення терміну повернення їх власникам, і здатні генерувати доходи» [10, с. 6].

У визначенні передбачено, що внесені засновниками активи в господарську діяльність підприємства мають спричинювати до нарощення складових власного капіталу у вигляді прибутку. Однак надане визначення власного капіталу є обмеженим, оскільки розкриває не економічну сутність власних джерел утворення засобів, а — вкладених ресурсів у господарську діяльність підприємства.

Узагальнюючи тлумачення науковців, можна надати таке визначення: власний капітал — це внески власників (засновників) без визначеного терміну повернення або залишені ними з чистого прибутку, а також власні джерела підприємства.

Необхідно погодитися з позицією В. В. Сопка, що «визначення терміну «власний капітал», які надаються різними вченими-науковцями, відрізняються не дуже суттєво. Проте тлумачення поняття «власний

капітал» у бухгалтерському обліку суттєво відрізняється від тлумачення останнього в інших економічних науках» [11, с. 47].

Ключовою ознакою у визначенні сутності власного капіталу є розкриття його змісту не з позиції сумарної вартості вкладених засновниками активів у господарську діяльність суб'єкта господарювання, а з точки зору власного джерела утворення ресурсів, яке є частиною усього капіталу підприємства.

Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» власний капітал включає: зареєстрований капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілені прибутки (непокриті збитки), неоплачений капітал, вилучений капітал [7].

Необхідно погодитися з думкою науковців І. Б. Садовської, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірської, що власному капіталу, як індикатору відносин власності, притаманні такі характеристики:

- він є основним фактором виробництва;
- характеризує фінансові ресурси підприємства, що приносять прибуток;
- є головним джерелом формування добробуту власників;
- є головним показником ринкової вартості підприємства;
- його динаміка є важливим «барометром» рівня ефективності господарської діяльності підприємства [12, с. 356–357].

Пропонуємо доповнити вказаний перелік такими характеристиками:

- власний капітал має бути гарантією прав з одного боку, власників підприємства, а з іншого — кредиторів у частині погашення заборгованості перед ними;
- власний капітал повинен визначати рейтинг підприємства в галузі, інформувати про його фінансову самостійність та платоспроможність, що впливає на рівень надходження інвестицій;
- власний капітал має становити більшу частину фінансових ресурсів підприємства для успішної, рентабельної його роботи, високої конкурентоспроможності на ринку і фінансової стійкості;
- власний капітал повинен бути головним об'єктом внутрішнього і зовнішнього контролю з позиції визначення факторів, які

вплинули на його зміну та правильність відображення у фінансовій звітності.

Контроль стосовно до суб'єктів контролю може бути державним, внутрішньогосподарським та незалежним.

Внутрішньогосподарський контроль, який здійснює керівник підприємства безпосередньо або через уповноважені ним органи, відповідно до статуту передбачає дотримання відповідних контрольних заходів, які пропонуємо систематизувати з дотриманням послідовності:

- формування організаційної структури підприємства;
- визначення підпорядкованості структурних підрозділів;
- складання внутрішніх документів — положень про підрозділи, посадових інструкцій працівників;
- розподіл повноважень і відповідальності між підрозділами;
- призначення на посади керівників підрозділів та надання їм повноважень;
- визначення кола матеріально-відповідальних осіб;
- встановлення порядку складання, руху і затвердження документів, ведення обліку та складання звітності;
- визначення порядку організації і методики перевірки структурних підрозділів та підприємства загалом;
- регламентація порядку узагальнення результатів перевірки;
- визначення порядку прийняття заходів за результатами перевірки та підвищення ефективності системи внутрішньогосподарського контролю на підприємстві.

Керівник товариства зобов'язаний слідкувати за виконанням суб'єктами контролю контрольних функцій, вживати необхідних заходів для ліквідації зловживань і порушень, обґрунтовано вирішувати інші питання, пов'язані зі здійсненням внутрішньогосподарського контролю.

Для вирішення поставлених завдань внутрішньому перевіряючому (аудитору, ревизору, інспектору) необхідно виділити основні складові власного капіталу та мати певне інформаційне забезпечення, яке спрямоване на розкриття питань, пов'язаних із проведенням перевірки. На рис. 1 наведено узагальнений перелік інформаційного забезпечення перевірки власного капіталу підприємства (товариства).



Рис. 1. Інформаційне забезпечення порядку перевірки власного капіталу акціонерного товариства (складено авторами)

Під час проведення перевірки складових власного капіталу необхідно виокремити такі основні напрями:

1. Контроль величини зареєстрованого (пайового) капіталу. На даному етапі проведення перевірки необхідно застосовувати такі процедури контролю: перевірка дотримання вимог правильності формування капіталу підприємства (акціонерного товариства відкритого і закритого типу) згідно з чинним законодавством України; перевірка видів і кількості випущених та розміщених акцій; перевірка обґрунтованості збільшення (зменшення) зареєстрованого капіталу та правильності відображення даних операцій на рахунках бухгалтерського обліку тощо.

2. Контроль формування і зміни додаткового та резервного капіталів. Пропонуємо до використання процедури контролю: перевірку законності і правильності формування резервного капіталу; перевірку правильності проведення уцінки (дооцінки) активів підприємства; суцільну перевірку правильності бухгалтерських записів; перевірку дотримання вимог щодо формування додаткового капіталу; перевірку правильності записів у Головній книзі та обліковому реєстрі.

3. Перевірка величини прибутку (збитку) підприємства. Процедури контролю: пере-

вірка правомірності використання прибутку підприємства згідно з вимогами чинного законодавства; перевірка правильності відображення операцій з визначенням прибутку (збитку) на рахунках бухгалтерського обліку і у фінансовій звітності.

У процесі перевірки власного капіталу внутрішньому ревізору чи аудитору необхідно провести такі процедури: перевірка установчих документів та оцінювання відповідності їх змісту законодавчим вимогам.

У табл. 1 наведено методичку внутрішньої перевірки означеного завдання:

— перевірка правильності формування зареєстрованого (пайового), додаткового та резервного капіталу відповідно до установчих документів та нормативних вимог;

— перевірка правильності відображення в обліку величини складових власного капіталу;

— вивчення законності змін у складі засновників підприємства;

— перевірка правильності розрахунків із засновниками;

— перевірка правильності оформлення документів, що підтверджують розрахунки із засновниками;

— перевірка обґрунтованості змін величини статутного капіталу;

— перевірка тотожності суми за статтю «Зареєстрований (пайовий) капітал» у стату-

ті підприємства, Звіті про фінансовий стан та Головній книзі за рахунком 40;

— перевірка правильності відображення в обліку операцій формування і зміни складових власного капіталу.

Така відповідність є контрольною, а її необхідність впливає з чинного порядку обліку. Результати контрольної перевірки пропонуємо узагальнити в робочому документі внутрішнього перевіряючого, макет якого наведено в табл. 2.

Макет робочого документа внутрішнього перевіряючого для узагальнення інформації щодо формування і зміни статутного капіталу подано в табл. 3.

У табл. 4 наведено макет робочого документа, який пропонується для узагальнення результатів перевірки правильності відображення в обліку формування і зміни складових власного капіталу перевірки правильності відображення інформації у Звіті про власний капітал.

Отже, конкретизація інформаційного забезпечення, методики внутрішньої перевірки власного капіталу суб'єкта господарювання та розроблені макети робочих документів внутрішнього перевіряючого сприятимуть оперативному узагальненню результатів перевірки і ретроспективному аналізу причин виникнення порушень з метою розроблення управлінських рішень, спрямований на запобігання їх виникнення у майбутньому.

Висновки. Отже, дослідження актуальних питань внутрішнього контролю власного капіталу підприємства дало змогу:

1) узагальнити визначення поняття «власний капітал», які надаються науковцями у публікаціях та конкретизувати власну думку;

2) доповнити визначення поняття «власний капітал» для відображення в обліковій політиці суб'єкта господарювання;

3) доповнити перелік характеристик власного капіталу як економічної категорії.

4) систематизувати перелік контрольних заходів, які здійснює керівник підприємства безпосередньо або через уповноважені ним органи відповідно до статуту;

5) узагальнити перелік інформаційного забезпечення перевірки власного капіталу підприємства;

6) систематизувати основні напрями перевірки складових власного капіталу внутрішніми перевіряючими;

7) запропонувати до використання зовнішнім та внутрішнім перевіряючим макети робочих документів для узагальнення результатів перевірки складових власного капіталу підприємства, що забезпечить оперативне реагування адміністрації суб'єкта господарювання на виявлені факти порушень з метою мінімізації його впливу на достовірність бухгалтерської документації та фінансової звітності.

Список літератури

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник. Житомир : Рута, 2009. 912 с.

2. Виноградова М. О., Жидеєва Л. І. Аудит : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2014. 656 с.

3. Дерев'яно С. І., Кузик Н. П., Олійник С. О., Ганяйло О. М. Аудит : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2016. 380 с.

4. Кулаковська Л. П., Піча Ю. В. Організація і методика аудиту : підручник. Київ : Каравела, 2009. 544 с.

5. Сук Л. К., Сук П. Л. Фінансовий облік. Київ: Знання, 2012. 647 с.

6. Кчаченко Н. М. Бухгалтерський (фінансовий) облік, оподаткування і звітність : підручник. Київ : Алетра, 2013. 982 с.

7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затв. наказом М-ва фінансів України від 07. лют. 2013 р. № 73. URL : <http://zakon.rada.gov.ua//go/z0336-13> (дата звернення :16.02.2020).

8. Хмелевська А. В., Незборецька Г. М. Власний капітал за атрибутами об'єкту бухгалтерського обліку. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 4. С. 192–194.

9. Вівчар О. Й. Власний капітал як фінансове джерело функціонування підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19 (5). С. 146–150.

10. Королюк Т. М. Облік власного капіталу й аналіз його впливу на інвестиційну привабливість акціонерних товариств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к-та. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Київ, 2005. 22 с.

11. Сопко В. В. Бухгалтерський облік капіталу підприємства (власності, пасивів) : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.

Таблиця 1

Методика внутрішньої перевірки власного капіталу суб'єкта господарювання

Етап перевірки	Основні операції	Джерело інформації	Перелік аудиторських процедур	Методи і прийоми
Перевірка установчих документів і оцінювання відповідності їх змісту законодавчим вимогам	Перевірка правильності реєстрації суб'єкта господарювання та відображення інформації в установчих документах	Статут; засновницький договір; свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності; довідка про включення до Єдиного державного реєстру підприємств і організацій; свідоцтво про реєстрацію платника ПДВ; ліцензії; патенти; протоколи зборів засновників, виписки банку	Перевірка законності реєстрації суб'єкта господарювання. Перевірка фактичної наявності документів про державну реєстрацію, установчих документів: статуту, засновницького договору.	Документальна перевірка, спостереження, підтвердження
Перевірка змісту статуту суб'єкта господарювання	Перевірка змісту статуту суб'єкта господарювання	Статут; засновницький договір; форми фінансової звітності; реєстри аналітичного і синтетичного обліку, Головна книга	Визначення виду підприємницької діяльності суб'єкта господарювання. Аналіз задекларованих у статуті видів діяльності суб'єкта господарювання. Визначення правомірності внесків засновників до статутного капіталу та правильності відображення їх у документах. Аналіз наявних фактів виходу засновника чи введення нового за період, що перевіряється. Перевірка правильності заповнення реквізитів у статуті суб'єкта господарювання.	Документальна перевірка, опитування, підтвердження

Таблиця 3

Робочий документ внутрішнього перевіряючого «Перевірка правильності формування і зміни статутного капіталу підприємства за _____» (період)

№ з/п	ПІБ учасника (засновника)	Вид активу, який внесено учасником	Частка у статутному капіталі, %, грн		Зміни у статутному капіталі				Відхилення за даними, грн.		Коригувальні заходи	
			нарахована	фактично внесена	Статут	Засновницький договір	Виписки банку	Касові ордери	Акти приймання — передачі основних засобів	Прибутковий ордер, акт про приймання матеріалів		підприємства

Склав _____

Перевірів _____

Робочий документ внутрішнього перевіряючого (аудитора, ревізора чи інспектора)
«Перевірка правильності відображення в обліку формування і зміни складових власного капіталу підприємства за _____» (розроблено авторами)
(період)

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків згідно із						Відхилення. ПІБ осіб, які їх вчинили	Коригувальні дії
	Журналом № 4, Головною книгою по рах. класу 4			Інструкцією № 291 від 30.11.1999 р. (зі змінами станом на 16.09.2019 р.) [13]				
	дебет	кредит	сума, грн	дебет	кредит	сума, грн		
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Склав _____

Перевірив _____

12. Садовська І. Б., Т. В. Божидарнік, Нагірська К. Є. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2013. 688 с.

13. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом М-ва фінансів України від 30 лист. 1999 р. № 291. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення:10.02.2020).

References

1. Butynets, F. F. (2009). *Bukhhalterskyi finansovyi oblik* [Financial accounting]. Zhytomyr, Ruta Publ., 912 p.

2. Vynogradova, M. O., Zhydieieva, L. I. (2014). *Audyt* [Audit]. Kyiv, ZUL Publ., 656 p.

3. Derevianko, S. I., Kuzyk, N. P. Oliinyk, S. O., Haniailo, O. M. (2016). *Audyt* [Audit]. Kyiv, ZUL Publ., 380 p.

4. Kulakovska, L. P., Picha Yu. V. (2009). *Orhanizatsiia i metodyka audytu* [Organization and methodology of audit]. Kyiv, Caravel Publ., 544 p.

5. Suk, L. K., Suk, P. L. (2012). *Finansovyi oblik* [Financial accounting]. Kyiv, Znannia, pp. 647.

6. Tkachenko, N. M. (2013). *Bukhhalterskyi (finansovyi) oblik, opodatkovannia i zvitnist* [Accounting (financial accounting), taxation and reporting]. Kyiv, Alerta Publ., 982 p.

7. Cabinet of Ministers of Ukraine Ukraine (2013). National Regulation (Standard) of Accounting 1 «General Requirements for Financial Statements» Resolution of the Cabinet of Minis-

ters of Finance of Ukraine. Available at : <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0336-13> (Accessed 16 February 2020).

8. Khmelevska, A. V., Nezboreska, H. M. (2011). *Vlasnyi kapital za atrybutamy obiektu bukhhalterskoho obliku* [Equity by attributes of the accounting object]. *Stalyi rozvytok ekonomiky* [Sustainable economics development], no. 4, pp. 192–194.

9. Vivchar, O. Y. (2009). *Vlasnyi kapital yak finansove dzherelo funktsionuvannia pidpryemstva* [Equity as enterprise operation financial source], *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine]. no. 19 (5), pp. 146–150.

10. Koroliuk, T. M. (2005). *Oblik vlasnoho kapitalu y analiz yoho vplyvu na investytsiinu pryvablyvist aktsionermykh tovarystv* [Accounting of own capital and the analysis of its influence on investment attractiveness of joint-stock companies. Abstract of PhD in economic science]. Kyiv, 22 p.

11. Sopko, V. V. (2006). *Bukhhalterskyi oblik kapitalu pidpryemstva (vlasnosti, pasyviv)* [Accounting of the capital of the enterprise (property, liabilities)]. Kyiv, Center for Educational Literature, 312 p.

12. Sadovska, I. B., Bozhidarnik, T. V., Nagirskaya, K. E. (2013). *Bukhhalterskyi oblik* [Accounting]. Kyiv, CUL Publ., 688 p.

13. Ministry of Finance of Ukraine (1999). Instruction «On the application of the plan of accounting for the accounting of assets, capital, liabilities and business operations of enterprises and organizations». Available at : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>. (Accessed 10 February, 2020).

Objective. The purpose of the article is to determine the current issues of internal control of equity and directions of their solution.

Methods. The following general scientific methods and techniques of cognition were used in the research process: theoretical generalization, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping and classification of logical generalization, and comparative comparison. To clarify the economic essence of equity as

an object of internal control (audit) used methods of theoretical generalization, grouping and comparison. To study the methodology of internal audit of equity employees of the internal audit department used the method of observation and specification. Proposals to improve the working documents of the internal auditor were developed using the systematization method.

Results. *Variable author's approaches to understanding the essence of the concept of «equity» are analyzed and its generalized definition is given. The list of characteristics inherent in equity as an indicator of property relations has been supplemented. It is substantiated that the internal economic control carried out by the head of the enterprise directly or through the bodies authorized by him in accordance with the statute provides for compliance with the relevant control measures, which were systematized in compliance with the relevant sequence.*

The list of information support of the process of checking the equity of the enterprise (company) is generalized and schematically given. When conducting an internal audit of equity components, its main directions are identified, indicating the control procedures that must be used by the internal auditor at the enterprise.

Models of working documents of the internal auditor based on the results of checking the correctness of the formation, change and reflection in the accounting and financial reporting of the company's equity have been developed. The practical use of the results of the study will increase the effectiveness of internal control and prevent violations.

Keywords: *equity, internal control (audit), internal auditor's report, audit, enterprise, auditor's working document.*

Надійшла до редакції 16.04.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-96-104

JEL : H20, J30, M20, M41

УДК 661:557 (477)

Штик Ю. В.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: shtyk@donnuet.edu.ua

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ВІНАГОРОД ПРАЦІВНИКАМ: ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Shtyk Yu. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: shtyk@donnuet.edu.ua

ACCOUNTING OF EMPLOYEE BENEFITS: INTEGRATED METHODOLOGICAL SUPPORT

Мета — обґрунтувати методичні положення та розробити практичні рекомендації з удосконалення бухгалтерського обліку винагород працівникам.

Методи. Теоретико-методологічну основу дослідження склали загальнонаукові та специфічні методи пізнання, що базуються на системно-структурному підході щодо вивчення проблематики обліку винагород працівникам. Для вивчення методики бухгалтерського обліку використовувався метод спостереження, а практичні рекомендації і пропозиції з формування комплексного методичного забезпечення та удосконалення відображення винагород працівникам в обліку розроблялися із застосуванням систематизації процесного підходу.

Результати. У статті розроблено пропозиції з удосконалення системи рахунків бухгалтерського обліку винагород працівникам, а саме: формування комплексного методичного забезпечення обліку винагород працівникам, який враховує склад об'єктів обліку згідно з їх класифікацією, рекомендовані для ведення первинного і поточного обліку винагород працівникам та запропоновані

© Ю. В. Штик, 2020

рахунки бухгалтерського обліку, використання яких забезпечить формування фінансових звітів за удосконаленою системою рахунків. Формування комплексного методичного забезпечення обліку винагород працівникам має здійснюватися шляхом видалення субрахунку обліку розрахунків за депонентами, який в умовах поширення безготівкових форм розрахунків є «рудиментом» сучасного бухгалтерського обліку; виділення серед поточних винагород працівникам облікових регістрів для відображення інформації про негрошові винагороди, отримані актуарні доходи та інвестиції за активами пенсійних планів; розвитку методики обліку активів за пенсійними планами, у якій запропоновано відображати інші довгострокові винагороди (окрім відстрочених грошових винагород) окремо за довгостроковими очікуваними періодами відсутності, довгостроковими соціальними виплатами, а також довгостроковими заохочувальними та компенсаційними винагородами; відображення інших довгострокових винагород, окрім відстрочених грошових винагород на рахунок 56 «Довгострокові винагороди працівникам», з використанням таких субрахунків, як 561 «Довгострокові очікувані періоди відсутності», 562 «Довгострокові соціальні виплати», 563 «Довгострокові заохочувальні та компенсаційні винагороди»; забезпечення формування витрат за мірою виникнення зобов'язань щодо внесків до пенсійного фонду, які здійснюються в межах плану зі встановленими внесками, з використанням субрахунку 551 «Винагороди за планом із встановленими внесками» і субрахунку 552 «Винагороди за іншими соціальними програмами». Впровадження розробленого комплексного методичного забезпечення обліку винагород працівникам дозволить підвищити аналітичність інформації, що сприятиме посиленню мотивації персоналу підприємств; використання запропонованих рахунків бухгалтерського обліку забезпечить формування інтегрованих фінансових звітів.

Ключові слова: методичне забезпечення, методика обліку, виплати працівникам, облік винагород працівникам, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

Постановка проблеми. Розвиток економіки України зумовлює необхідність у кваліфікованому персоналі, забезпеченні грамотної кадрової політики підприємств, що мають бути реалізовані за допомогою новітніх методів організації та методики винагород працівникам. Сьогодні найбільша увага у вирішенні даного питання приділяється вдосконаленню системи обліку винагород працівникам, як інформаційної основи повноцінного відтворення трудових ресурсів. Велика кількість пропозицій щодо вдосконалення методики та рахунків бухгалтерського обліку винагород працівникам, запропонованих багатьма авторами, тільки викликало ще більше неузгодженостей окремих питань за даним напрямом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування методики обліку винагород працівникам досліджували зарубіжні вчені, зокрема: А. Андерсон, Д. Браун, Д. Бреттон, Д. Голд, Ф. Герцберг, Е. Лоулер, Н. Райан, Л. Портер. Загальні аспекти розвитку методології обліку виплат працівникам висвітлені у працях вітчизняних учених: С. Голова, Р. Грачової, Т. Давидюк, І. Жиглей [1], Т. Мельник [2], Л. Мельянкової, І. Саух [3], О. Шоляк [4], Н. Шульги [5], І. Щирби [6]. За всієї значущості наукових досягнень невирішеними залишаються такі питання: недосконалість існуючих класифікацій винагород працівникам

відповідно до міжнародних стандартів та вітчизняних нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку та звітності; недостатня розробленість організаційно-методичних положень документування та обліку винагород працівникам.

Мета статті — обґрунтування методичних положень та розроблення практичних рекомендацій з удосконалення бухгалтерського обліку винагород працівникам.

Виклад основного матеріалу дослідження. П(С)БО 26 «Виплати працівникам» має велике значення для втілення нових соціальних програм, пенсійних планів, систем заохочення в Україні. Критичний аналіз показує, що діюча методика обліку винагород працівникам не відповідає визначеним вимогам сучасних стандартів обліку. Одним з основних недоліків діючої методики обліку винагород працівникам є відсутність узгодження класифікації винагород працівникам, наведеної у міжнародних та національних стандартах «Виплати працівникам» і рахунків, які б відповідали всім видам винагород працівникам (рис.1) [7, 8].

У вітчизняній методиці обліку не виділено рахунків для інших довгострокових винагород працівникам, негрошових винагород працівникам, деяких винагород після закінчення трудової діяльності та винагород при звіль-

ненні. Спробу наблизити вітчизняний План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій до положень П(С)БО 26 «Виплати працівникам» робили у дисертаційних роботах українські вчені, разом з тим, в роботах науковців відсутні рекомендації з обліку винагород працівникам, які б задовольняли вимогам Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку [7, 9].

Т. Г. Мельник в авторефераті дисертації пропонує відкрити субрахунки до рахунка 66 «Розрахунки за виплатами працівникам», а саме:

- 661 «Поточні виплати працівникам»;
 - 662 «Виплати при звільненні»;
 - 663 «Виплати по закінченні трудової діяльності»;
 - 664 «Виплати інструментами власного капіталу»;
 - 665 «Інші довгострокові виплати працівникам»;
 - 666 «Розрахунки з депонентами»,
 - 667 «Розрахунки за іншими виплатами»
- [2].

Але ж, запропонована методика Т. Г. Мельник суперечить сутності класифікації винагород працівникам відповідно до МСБО 19 «Виплати працівникам», оскільки виокремлюються в один ранг класи і об'єкти, що їх утворюють. Також, виокремлення субрахунка 666 «Розрахунки з депонентами» в структурі рахунка 66 «Розрахунки за виплатами працівників» є неактуальним в умовах розвитку взаємовідносин підприємств, установ, організацій з банківськими організаціями.

Цікавими є пропозиції Н. В. Шульги щодо обліку зобов'язань за програмами з визначеною виплатою з виділенням окремим об'єктом фінансового обліку «довгострокових виплат працівникам». Автор зазначає, що до нього слід віднести:

- виплати по закінченні трудової діяльності за програмами виплат із визначеною виплатою;
- виплати при звільненні;
- виплати інструментами власного капіталу підприємства;
- інші виплати, які не підлягають сплаті в повному обсязі протягом дванадцяти міся-

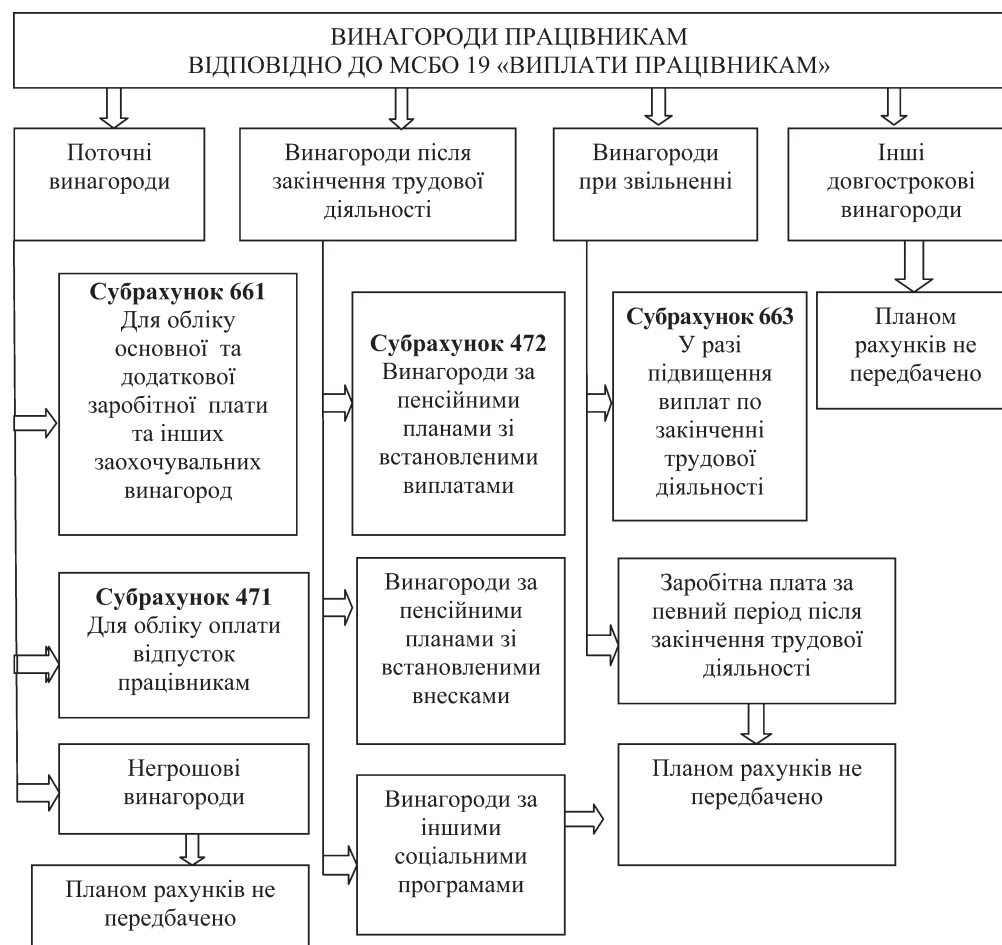


Рис. 1. Діюча методика обліку винагород працівникам (складено автором на основі [7, 8, 9])

ців по закінченні місяця, у якому працівник виконував відповідну роботу, тобто відстрочені виплати працівникам [5].

У складі поточних виплат працівникам Н. В. Шульга пропонує обліковувати на окремому субрахунку виплати за державним соціальним страхуванням.

Запропонована автором методика має деякі суперечності: згідно з п. 60 Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансових звітів» окремі поточні зобов'язання (такі як торговельна націнка і певні нарахування для працівників), а також інші операційні витрати складають частину робочого капіталу, який використовується у звичайному операційному циклі суб'єкта господарювання. Такі операційні витрати класифікуються як поточні зобов'язання, навіть якщо вони підлягають погашенню через більш ніж дванадцять місяців після дати балансу [8]. Тому, одноразові виплати при звільненні, виплати інструментами власного капіталу підприємства та інші виплати, які не підлягають сплаті в повному обсязі протягом дванадцяти місяців по закінченні місяця, у якому працівник виконував відповідну роботу, тобто відстрочені грошові винагороди працівникам, не можна відносити до «довгострокових виплат працівникам». Внески на соціальне забезпечення, які згадуються у Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 19, не маємо право включати до винагород працівникам тому, що за західною методологією заробітна плата обліковується за методом нетто, а в Україні традиційно застосовується метод брутто.

Т. Г. Мельник і Н. В. Шульга виділяють у запропонованих методиках обліку винагород працівникам «виплати інструментами власного капіталу». На підставі обґрунтованої класифікації винагород працівникам в п. 1.2 і запропонованих змін у редакції П(С)БО 26 вважаємо, що використання даного виду винагород є недоцільним.

Не досить переконливою є запропонована І. М. Щирбою методика обліку винагород працівникам. Автор вважає, що для вирішення проблеми узгодження нормативних документів, необхідно внести зміни до Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, а саме: до рахунка 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» відкрити чотири субрахунки відпо-

відно до класифікації виплат працівникам у П(С)БО 26 «Виплати працівникам»:

661 «Поточні виплати працівникам»;

662 «Виплати при звільненні»;

663 «Виплати по закінченні трудової діяльності»;

664 «Інші довгострокові виплати працівникам».

А депоновану заробітну плату відображати на рахунках третього порядку у складі поточних виплат працівникам [6].

Однак необхідно зазначити, що, по-перше, виплати по закінченні трудової діяльності та інші довгострокові виплати за своєю суттю не можуть відображатися у складі поточних зобов'язань, оскільки до таких виплат належать виплати за пенсійними планами, а також виплати за планами медичного страхування й іншими соціальними програмами, що забезпечуються за рахунок роботодавців (або за рахунок самих працівників і від їхнього імені, але через працедавців) певні гарантії колишнім працівникам після їх виходу на пенсію. По-друге, для обліку таких виплат у Плані рахунків бухгалтерського обліку в Україні передбачено окремий субрахунок — 472 «Додаткове пенсійне забезпечення». Це субрахунок бухгалтерського обліку резервів на додаткове (недержавне) пенсійне забезпечення працівників, який створюється за рахунок власних коштів підприємства (або за рахунок заробітної плати найнятих робітників на підставі заяв від їхнього імені) [9].

І. В. Саух і О. Ю. Шоляк під час дослідження обліку соціальних виплат працівникам запропонували перейменувати субрахунки 472 і 949 та виділити продуктивні і непродуктивні витрати в обліку винагород працівникам. А саме, О. Ю. Шоляк пропонує виділяти в обліку винагород працівникам «суми виплачених соціальних гарантій», які складаються з продуктивних і непродуктивних соціальних гарантій. Зазначає, що для обліку акумулювання коштів у вигляді фонду та його використання передбачити у Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій рахунок 472 «Фонд виплат соціальних гарантій» замість рахунку «Додаткове пенсійне забезпечення» [3, 4]. І. В. Саух для облікового відображення операцій підприємства, пов'язаних з нарахуванням винагород працівникам, запропонував ввести до

661 субрахунок «Розрахунки з заробітної плати» такі аналітичні рахунки:

— 661.1 — «Продуктивні затрати фонду основної заробітної плати»;

— 661.2 — «Продуктивні затрати фонду додаткової заробітної плати»;

— 661.3 — «Непродуктивні витрати фонду основної заробітної плати»;

— 661.4 — «Непродуктивні витрати фонду додаткової заробітної плати» [4, 5].

Проте пропозиції авторів не враховують потреб резервування коштів на виплату винагород за пенсійними планами. На підставі вивчення праць українських науковців та зарубіжного досвіду, адаптованого до вітчизняного законодавства, вважаємо за доцільне розробити методику обліку винагород працівникам, яка відповідатиме класифікації винагород працівникам відповідно до МСБО 19 «Виплати працівникам» та охоплює всі об'єкти обліку щодо винагород працівникам [4, 3, 8].

Удосконалення методики обліку поточних винагород

Передусім необхідно змінити назву основного рахунка 66, що використовується для обліку зобов'язань за винагородами працівникам, на «Розрахунки за винагородами працівникам» для узгодження інформації в П(С)БО і Плані рахунків бухгалтерського обліку.

На нашу думку, виділення субрахунку 662 «Розрахунки з депонентами» є недоцільним. Майже всі сучасні підприємства перейшли у розрахунках за винагородами працівникам на безготівкову форму. Але, якщо у підприємства є необхідність використовувати даний субрахунок, пропонуємо накопичувати інформацію щодо розрахунків з депонентами на субрахунок 663 «Розрахунки за іншими винагородами».

Крім того, поточні винагороди працівникам з основної заробітної плати, додаткової заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних винагород, оплати відпусток та негрошових винагород працівникам. Однак у Плані рахунків бухгалтерського обліку для відображення всіх трьох видів заробітної плати працівникам передбачений один загальний субрахунок 661 «Розрахунки з заробітної плати». Відповідно до П(С)БО 26 та МСБО 19 «Виплати працівникам» всі види заробітної плати належать до поточних винагород, які не підлягають накопиченню (case of non-accumulating compensated absences). Але є і такі

винагороди працівникам серед поточних винагород — оплата відпусток працівникам, які підлягають накопиченню (case of accumulating compensated absences). Винагороди працівникам, що підлягають накопиченню, відображаються у складі резервів (забезпечень). Для цього Планом рахунків бухгалтерського обліку передбачено субрахунок 471 «Забезпечення виплат відпусток».

Жоден з науковців не звернув увагу на негрошові винагороди працівникам, які відповідно до Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам», необхідно виділяти в обліку у складі поточних винагород, які не підлягають накопиченню, на окремому субрахунку. Пропонуємо з цією метою виділити серед поточних винагород працівникам субрахунок 664 і надати йому назву «негрошові винагороди».

Удосконалення методики обліку інших довгострокових винагород

До інших довгострокових винагород відносяться довгострокові очікувані періоди відсутності, довгострокові соціальні виплати, довгострокові заохочувальні та компенсаційні винагороди і відстрочені грошові винагороди. Всі довгострокові винагороди, окрім відстрочених грошових винагород, повинні дисконтуватися. Тому, їх необхідно відображати в обліку як довгострокові зобов'язання, а відстрочені грошові винагороди — як інші поточні зобов'язання за винагородами працівникам.

Пропонуємо відображати інші довгострокові винагороди, окрім відстрочених грошових винагород: на рахунку 56 і надати йому назву «Довгострокові винагороди працівникам», з використанням таких субрахунків: 561 «Довгострокові очікувані періоди відсутності», 562 «Довгострокові соціальні виплати», 563 «Довгострокові заохочувальні та компенсаційні винагороди».

Потребує удосконалення і методика обліку винагород після закінчення трудової діяльності, яка відповідно до запропонованої класифікації включає винагороди за пенсійними планами і винагороди за іншими соціальними програмами. Винагороди за пенсійними планами поділяються на пенсійні плани зі встановленим внеском і пенсійні плани зі встановленою винагородою.

Внески до пенсійного фонду, що здійснюються у межах плану зі встановленими вне-

сками, відносять на витрати за мірою виникнення зобов'язань зі сплати чергового внеску. Для таких планів доцільним було б використання субрахунку 551 «Винагороди за планом із встановленими внесками» і субрахунку 552 «Винагороди за іншими соціальними програмами».

Пенсійний план зі встановленими виплатами передбачає гарантований працевластувачем розмір пенсії, і тому сума зобов'язань, що виникають, не дорівнює витратам. Точніше, ці суми рівні лише у момент визнання таких витрат і зобов'язань. Надалі зобов'язання регулярно коригуються (дисконтуються) згідно з тією самою оцінкою, яку дають розрахунки актуарних припущень за такими зобов'язаннями на цей момент. Така програма є для підприємств настільки ж ризикованою, наскільки й вигідною. Ризик полягає в тому, що при нестачі коштів до моменту виходу працівника на пенсію компанія зобов'язана відшкодувати забраклу суму. Але якщо на той час трапляється зворотний ефект, підприємство отримує прибуток. Для обліку планів зі встановленими винагородами в Плані рахунків бухгалтерського обліку передбачений субрахунок 472 «Додаткове пенсійне забезпечення». Аналітичні рахунки до 472 субрахунку можуть відкриватися за видами таких програм.

Оскільки план зі встановленими винагородами зобов'язує компанію виплачувати обумовлені суми, то всі пов'язані з таким планом ризики — як актуарні, так і інвестиційні, — несе підприємство або група підприємств, що створили загальний пенсійний план. Якщо актуарний або інвестиційний дохід виявляється нижчим від очікуваного, зобов'язання компанії зростають, що в обліку відображається шляхом їх дисконтування [10].

Інвестиційні доходи в межах пенсійного плану — це доходи за активами пенсійного плану, такі як: відсотки, дивіденди й інші види доходів, отриманих на активи плану разом із відповідними реалізованими та нереалізованими прибутками/збитками за мінусом витрат на управління планом і податків за пенсійним планом [10]. Для таких доходів доцільно використовувати субрахунок 733 «Інші доходи від фінансових операцій» або виділити окремий субрахунок 734 «Актуарні доходи отримані».

Активи пенсійного плану включають активи, розміщені у довгостроковому фонді, і

застосовувані страхові поліси. Активи довгострокового фонду — це активи, які утворюють фонд, спеціально створений для фінансування пенсійних винагород, і можуть використовуватися лише з цією метою, і на які не поширюється виконання зобов'язань перед будь-якими кредиторами у разі банкрутства. Це перераховані до довгострокового (пенсійного) фонду кошти працевластувача, а також цінні папери, у які пенсійний фонд на свій розсуд вкладає частину коштів, що надійшли таким чином. Активи пенсійного плану можуть бути повернені підприємству лише як відшкодування вже виплачених сум. Для обліку таких активів вважаємо за потрібне виділити окремий субрахунок 144 «Інвестиції за активами пенсійних планів».

Удосконалення методики обліку винагород при звільненні

1. Винагороди при звільненні включають підвищення виплат по закінченні трудової діяльності і заробітну плату за певний період після закінчення трудової діяльності. Винагороди при звільненні, якщо вони нараховуються одноразово, належать до витрат того періоду, після якого працівник був звільнений. Оскільки у цьому випадку економічних вигод у майбутньому не очікується, такі винагороди дисконтуванню не підлягають і їх слід відображати на субрахунку 663 «Розрахунки за іншими винагородами».

2. Якщо ж виплати при звільненні нараховуються як зобов'язання, які повинні погашатися поступово, протягом певного часу (або одноразово, але після більш ніж 12 місяців з дати звільнення), то вихідна допомога дисконтуються, тобто їх оцінка регулярно переглядається шляхом проведення актуарних розрахунків. У цьому разі необхідно вести облік винагород при звільненні на субрахунку 564 «Інші довгострокові винагороди».

На рис. 2 наведено систему комплексного методичного забезпечення обліку винагород працівникам, яка враховує склад об'єктів обліку згідно з їх класифікацією, рекомендовані для ведення первинного і поточного обліку винагород працівникам та запропоновані рахунки бухгалтерського обліку, використання яких забезпечить формування фінансових звітів за удосконаленою системою рахунків.

Дослідження методики обліку винагород працівникам довело необхідність підвищення його ефективності шляхом розширення

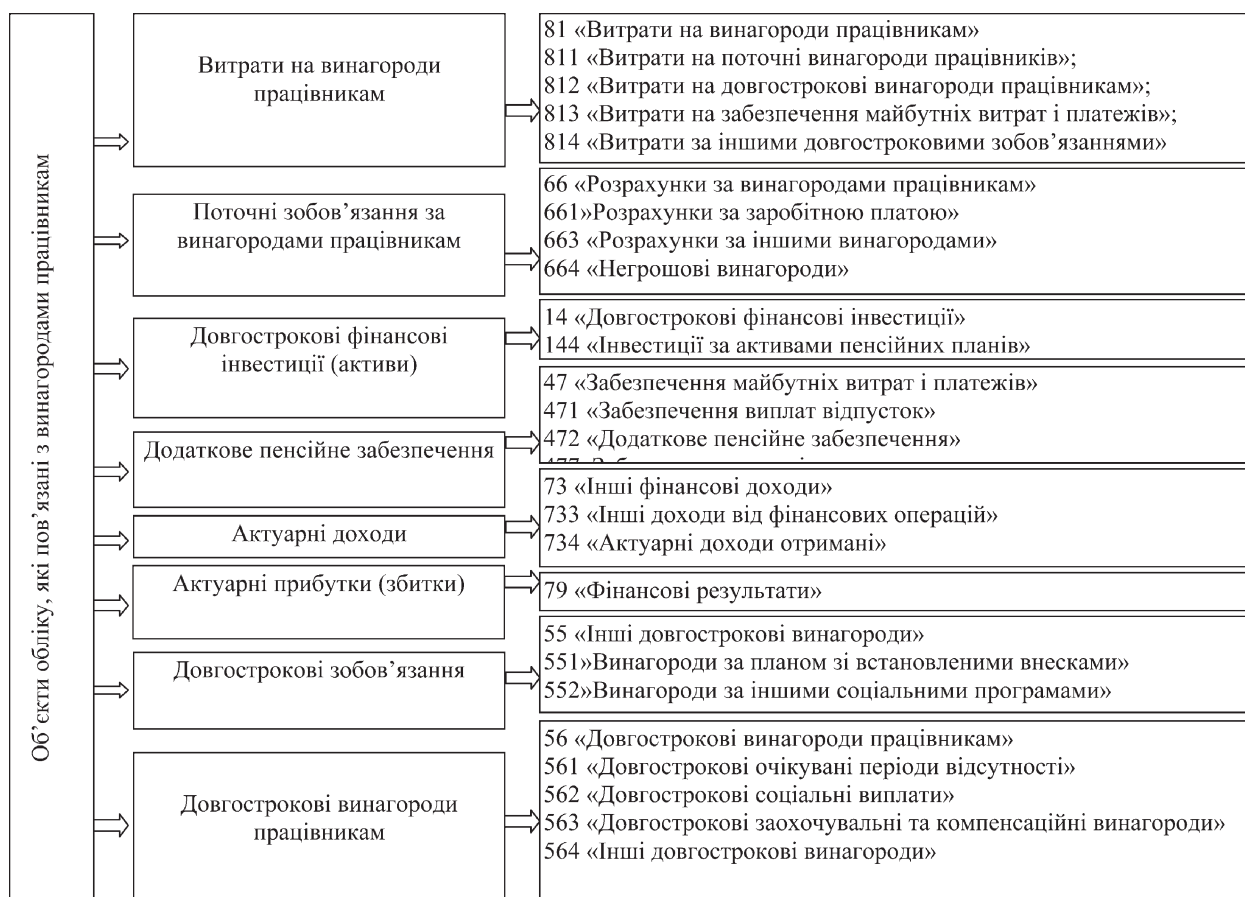


Рис. 2. Комплексне методичне забезпечення обліку винагород працівникам (розроблено автором)

напрямів аналітичного обліку. Дані аналітичного обліку відіграють важливу роль в управлінні виробничим процесом та його організації, характеризуючи розміщення та склад персоналу за місцями його використання, відпрацьований і невідпрацьований час, обсяг товарів, динаміку заробітної плати за категоріями персоналу, місцями виникнення витрат, видами продукції тощо. Аналіз винагород працівникам дає змогу їх класифікувати на зобов'язання з визначеним терміном їх виникнення та погашення (короткострокові та довгострокові винагороди працівникам), та забезпечення, що включають винагороди по закінченні трудової діяльності або при звільненні.

Висновки. На підставі узагальнення наукових поглядів вітчизняних науковців і зарубіжного досвіду, удосконалено систему рахунків бухгалтерського обліку винагород працівникам та розроблено комплексну методику обліку винагород працівникам шляхом: видалення субрахунку обліку розрахунків за депонентами, який в умовах поширення безготівкових форм розрахунків є «рудиментом» сучасного бухгалтерського обліку; виділення

серед поточних винагород працівникам облікових регістрів для відображення інформації про негрошові винагороди, актуарні доходи отримані та інвестиції за активами пенсійних планів. Розроблено методику обліку активів за пенсійними планами, у якій запропоновано відображати інші довгострокові винагороди (окрім відстрочених грошових винагород) окремо за довгостроковими очікуваними періодами відсутності, довгостроковими соціальними виплатами, а також довгостроковими заохочувальними та компенсаційними винагородами. Запровадження розробленого комплексного методичного забезпечення обліку винагород працівникам дозволить підвищити інформативність обліку загалом, що сприятиме посиленню мотивації персоналу підприємств.

Список літератури

1. Жиглей І. В. Облікове забезпечення заходів, пов'язаних з підвищенням мотивації праці, в світлі П(С)БО 26 «Виплати працівникам». *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2009. №3 (49). С. 60–67. URL : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1783/1/12.pdf>.

2. Мельник Т. Г. Облік, аналіз та аудит праці і її оплати : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)». Київ, 2007. 20 с.

3. Саух І. В. Бухгалтерський облік і контроль затрат на оплату праці в умовах ресурсозбереження: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)». Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2012. 21 с.

4. Шоляк О. Ю. Облік, аналіз і внутрішньогосподарський контроль виплат працівникам: організація і методика : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)». Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. К., 2011. 20 с.

5. Шульга Н. В. Облік і аудит розрахунків з оплати праці та аналіз ефективності використання трудових ресурсів : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» (за видами економічної діяльності). Київ, 2008. 19 с.

6. Щирба І. М. Облік оплати праці та аудит її ефективності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль, 2011. 21 с.

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» : наказ М-ва фінансів України від 28.12.2000 р. № 353. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>.

8 Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. URL : <http://www.minfin.gov.ua>.

9. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування : наказ М-ва фінансів України від 30.11.1999 р. №291. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>.

10. Грачова Р. Розрахунки з персоналом з оплати праці і не тільки. *Дебет-Кредит*. 2012. №48. URL: <http://www.dtk.com.ua>.

References

1. Zhyhlej, I. V. (2009). *Oblikove zabezpechennia zakhodiv, poviazanykh z pidvyschenniam motyvatsii pratsi, v svitli P (s) BO 26 «Vyplaty pratsivnykam»* [Accounting for measures related to in-

creasing work motivation in the light of UAS 26 «Employee benefits»]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu* [Visnyk of Zhytomyr State Technological University]. Available at : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1783/1/12.pdf>.

2. Melnyk, T. H. (2007). *Oblik, analiz ta audyt pratsi i ii oplaty* [Accounting, analysis and audit of labor and its payment. Abstract of PhD in Economic sciences thesis]. Kyiv, 20 p.

3. Saukh, I. V. (2012). *Buxgalterskyj oblik i kontrol zatrat na oplatu praci v umovax resursozberzhennya* [Accounting and control costs of labor in terms of resource. Abstract of PhD in Economic sciences thesis]. Zhytomyr, 21 p.

4. Sholyak, O. (2011). *Oblik, analys i vnutrishnyogospodarskyj kontrol vyplat pratsivnykam* [Accounting, analysis and internal business control employee benefits organization and method. Abstract of PhD in Economic sciences thesis]. Kyiv, 20 p.

5. Shulha, N. V. (2008). *Oblik i audyt rozrakhunkiv z oplaty pratsi ta analiz efektyvnosti vykorystannia trudovykh resursiv* [Accounting and audit of payments of wages and analysis of the efficiency of labour force use. Abstract of PhD in Economic sciences thesis]. Kyiv, 19 p.

6. Shchyrba, I. M. (2011). *Oblik oplaty pratsi ta audyt yiyi efektyvnosti* [Accounting of remuneration and audit of its performance. Abstract of PhD in Economic sciences thesis]. Ternopil, Ternopil Natsional Economic University, 21 p.

7. *Polozhennya (standartu) bukhhalters'koho obliku 26 «Vyplaty pratsivnykam», zatverdzhene nakazom MFU* [Position (standard) accounting 26 «Benefits employee», approved by the order of the MFIS.] (28.12.00). no. 353. Available at : <http://zakon.rada.gov.ua>.

8. *Mizhnarodni standarty bukhhalters'koho obliku* [International Accounting Standards]. Available at : <http://www.minfin.gov.ua>.

9. *Pro zatverdzhennia Planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku ta Instruksii pro joho zastosuvannia, zatverdzhene nakazom MFU* [On approval of the Chart of Accounts and Instructions on its application, approved by the order of the MFIS]. (30.11.1999) no. 291. Available at : <http://zakon.rada.gov.ua>.

10. Hrachova R. (2012). *Rozrakhunky z personalom z oplaty pratsi i ne tilky* [Payments to staff for wages and more]. *Debet-Kredyt* [Debit-Credit]. Available at : <http://www.dtk.com.ua>.

Objective. *The methodical support and develop of practical recommendations for accounting of employee benefits.*

Methods. *The theoretical and methodological basis of the study were general scientific and specific methods of cognition, based on a system-structural approach to the study accounting of employee benefits. It is necessary to use the method of observation to study the methodology of accounting, but practical recommendations and suggestions consider from the standpoint of forming an integrated methodical support. Improvements in the display of employee benefits in accounting were developed using a systematization and process approach.*

Results. *The article develops proposals for improving the system for accounting of employee benefits, namely: the formation an integrated methodical support of employee benefits, which takes into account the composition of objects of accounting according to their classification, recommended for primary and current accounting of remuneration and proposed accounting accounts, the use of which will ensure the formation of financial statements in an improved system of accounts. The formation of an integrated methodical support for accounting of employee benefits should be carried out by removing the sub-account of accounting for payments to depositors, which in terms of the spread of non-cash forms of payment is a «rudiment» of modern accounting; allocation among current for employee benefits of accounting registers to display information on non-monetary remuneration, actuarial income received and investments in pension plan assets; development of a methodic for accounting for assets under pension plans, which proposes to reflect other long-term benefits (other than deferred cash benefits) separately for long-term expected periods of absence, long-term social benefits, as well as long-term incentive and compensation benefits; reflection of other long-term remuneration, except for deferred cash rewards on account 56 «Long-term remuneration to employees», using such sub-accounts as 561 «Long-term expected periods of absence», 562 «Long-term social benefits», 563 «Long-term incentive and compensation»; attributable to expenses as liabilities arise to the pension fund, which are carried out within the plan of defined contributions as liabilities arise on sub-account 551 «Remuneration under the plan with established contributions» and sub-account 552 «Remuneration under other social programs». Introduction of the developed complex methodical maintenance of the account of rewards to employees will allow to increase analyticity of the information that will promote strengthening of motivation of the personnel of the enterprises; the use of the proposed accounting accounts will ensure the formation of integrated financial statements.*

Key words: *methodical support, accounting methods, employee benefits, accounting of employee benefits, international accounting standards.*

Надійшла до редакції 30.04.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-105-113

JEL : E00, E50, G00, G21

УДК 336.71

Янковський В. А.,
асистент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: yankovskiy@donnuet.edu.ua

КАПІТАЛ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ ТА КРОКИ З ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ДОСТАТНОСТІ

UDC 336.71

Yankovskyi V. A.,
Assistant Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: yankovskiy@donnuet.edu.ua

CAPITAL OF BANKING INSTITUTIONS IN UKRAINE: THE ESSENCE AND STEPS TO INCREASE ITS SUFFICIENCY

***Мета.** — розкрити сутність банківського капіталу, його видів, структурних елементів та функцій, а також дослідити основні методи щодо підвищення стійкості банківських установ та запропонувати кроки з підвищення достатності капіталу банківських установ України.*

***Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи: теоретичне узагальнення, порівняння і групування — для визначення сутності поняття «банківський капітал»; аналіз і синтез — при ідентифікації структурних елементів капіталу банківських установ; індукція та дедукція — при розкритті антикризових заходів щодо підвищення достатності капіталу банків.*

***Результати.** Було розглянуто сутність поняття «банківський капітал», а також запропоновано авторське трактування такої дефініції. Автор вважає, що банківський капітал — це певний фонд, до якого входять власні, позичені і залучені кошти, якими розпоряджається банк для формування фінансових, матеріальних та інших видів активів для ведення своєї діяльності, забезпечення фінансової стабільності та отримання прибутку в довгостроковому періоді. Були визначені структурні складові види та функції банківського капіталу, а також запропоновані антикризові заходи щодо підвищення достатності капіталу банків, які представлені для їх використання на макро- та мікрорівнях та залежно в якій ситуації знаходиться банківська установа, або в стандартних умовах чи в умовах кризи, або в посткризовому стані.*

***Ключові слова:** банківський капітал, регулятивний капітал, «Базель-III», фінансова стійкість, Національний банк України, антикризові заходи, банківські установи.*

Постановка проблеми. Розвиток вітчизняної національної економіки залежить від індикаторів стабільності банківського сектору. Фінансова стійкість та надійність банківської установи суттєво залежать від належного обсягу банківського капіталу. Досвід світових фінансових криз показує, що банкам необхідно продовжувати вдосконалювати стратегію щодо управління капіталом, встановлюючи якісні та кількісні критерії до нього для покриття непередбачених втрат. Достатній рівень капіталу відкриває перспективи розвитку для банку й, навпаки, недостатній його

рівень значно дестимулює поточну банківську діяльність та унеможливує досягнення банком фінансової стійкості на довгострокову перспективу. НБУ за останні роки активно проводить реформування усього сектору, підвищуються вимоги до капіталу банків, затверджені механізми для збільшення прозорості діяльності банків, впроваджуються основні положення «Базельських угод». Тому питання достатності рівня банківського капіталу та його регулювання є вкрай актуальним як для світової банківської системи, так і для банків України зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у питання зміцнення фінансової стійкості банківського сектору, розгляду банківського капіталу та розроблення практичних кроків щодо їх підвищення зробили багато вчених, серед яких В. В. Коваленко, В. І. Міщенко, С. В. Науменкова, Л. О. Примостка, О. О. Папаїка, М. І. Савлук та ін. Але незважаючи на достатність напрацювань за цим науковим дослідженням, актуальним є подальший розгляд сутності капіталу банківських установ та обґрунтування практичних рекомендацій щодо підвищення рівня фінансової стійкості банків.

Мета статті — розкриття сутності банківського капіталу, його видів, структурних елементів та функцій а також дослідження основних методів щодо підвищення стійкості банківських установ та запропонування кроків з підвищення достатності капіталу банківських установ України.

Виклад основного матеріалу дослідження. З моменту появи економічної науки вчені по-різному бачать сутність поняття «банківський капітал». Це все призводить до гальмування вже напрацьованих за весь час теоретичних та практичних засад з цього питання. Первопричиною цього є те, що не було запропоновано єдиного визначення до самої категорії «капітал», бо як ми знаємо банківський капітал вже є похідною від нього та сформувався через по-

яву банківських установ як перших посередників для здійснення кредитних відносин.

Розглядати сутність поняття «капітал» почали ще у античному світі, але перше найбільш ґрунтовне тлумачення та більш схоже на сучасні дефініції з'явилося у XVIII ст. Так, видатний учений А. Тюрго підкреслював: «Особа, яка отримує щорічно дохід більший, ніж їй потрібно витратити, може відкласти цей надлишок і нагромаджувати його. Ці нагромадження цінностей становлять те, що називають капіталом» [1, с. 70].

Також видатний класик політичної економії А. Сміт зазначав, що: «Капітал — це накопичений запас засобів виробництва (накопичене багатство), що використовується для господарських потреб і приносить дохід» [2, с. 239].

В табл. 1 наведено різноманітність визначення існуючих дефініцій поняття «банківський капітал».

Виходячи із вищезазначених трактувань, можна стверджувати, що вчені при визначенні банківського капіталу відокремлюють різну його сутнісну складову.

Враховуючи все вищезазначене, під банківським капіталом треба розуміти певний фонд, до якого входять власні, позичені і залучені кошти, якими розпоряджається банк для формування фінансових, матеріальних та інших видів активів для ведення своєї діяльності,

Таблиця 1

Підходи науковців щодо сутності поняття «банківський капітал» (складено автором за [3–7])

Автор	Визначення	Сутнісна складова
Закон України «Про банки і банківську діяльність»	«Банківський капітал — це власні кошти, залишкова вартість активів банку після вирахування всіх його зобов'язань» [3].	Кошти, вартість
Л. Примостка	«Банківський капітал — це власні кошти акціонерів (власників банку), внесені ними на свій ризик з метою отримання доходів» [4].	Кошти акціонерів, доходи
А. Мороз, М. Савлук	«Банківський капітал — це фонди, які створюються банками для забезпечення фінансової стійкості підприємницької та господарської діяльності, а також прибуток поточного року і минулих років» [5].	Фонди, фінансова стійкість, прибуток
А. Загородній, Г. Вознюк	«Банківський капітал — це сукупність коштів, які знаходяться в розпорядженні банків і використовуються ними для кредитних, інвестиційних та інших операцій» [6].	Кошти
П. Роуз	«Банківський капітал — це капітал, що складається за акціонерного капіталу, який був внесений власниками банку, резервів для покриття можливих збитків та нерозподіленого прибутку» [7].	Акціонерний капітал, збитки, прибуток

забезпечення фінансової стабільності та отримання прибутку в довгостроковому періоді.

Незалежно від різноманіття дефініцій щодо банківського капіталу, можна виділити певні його особливості, а саме: має лише грошову форму; використовується для отримання прибутку; має у своєму складі постійні (статутний капітал банківської установи) та змінні складові (нерозподілений прибуток); встановлює безпосередній зв'язок з фондовим ринком; належний рівень банківського капіталу є важливим індикатором для стабільної як безперебійної роботи банківської установи так і усього банківського сектору окремої країни загалом.

На рис. 1 зображені основні види банківського (власного) капіталу за загальноприйнятими класифікаційними ознаками.

Отже, виходячи із класифікації видів банківського (власного) капіталу, зображеної на рис. 1, варто більш обґрунтовано охарактеризувати певну класифікаційну ознаку. Так за характером використання капітал поділяють на такий, що нагромаджується, та на капітал, який споживається. Перший вид капіталу здійснює функцію надання банківських послуг клієнтам та проведення безпосередньо банківських операцій, другий вид капіталу має на меті проведення заохочувальних заходів для працівників банку, насамперед підвищення кваліфікації та соціальний розвиток працівників та їх матеріальне стимулювання.

Для більшого розуміння сутності банківського капіталу розглянемо більш детально його структурні складові. У першу чергу капітал банківської установи складається з регулятивного капіталу.

Згідно з чинним законодавством та нормативно-правовим актам Національного банку України (далі — НБУ) встановлено, що «Регулятивний капітал (англ.*regulatory capital*) — це один із найважливіших показників діяльності

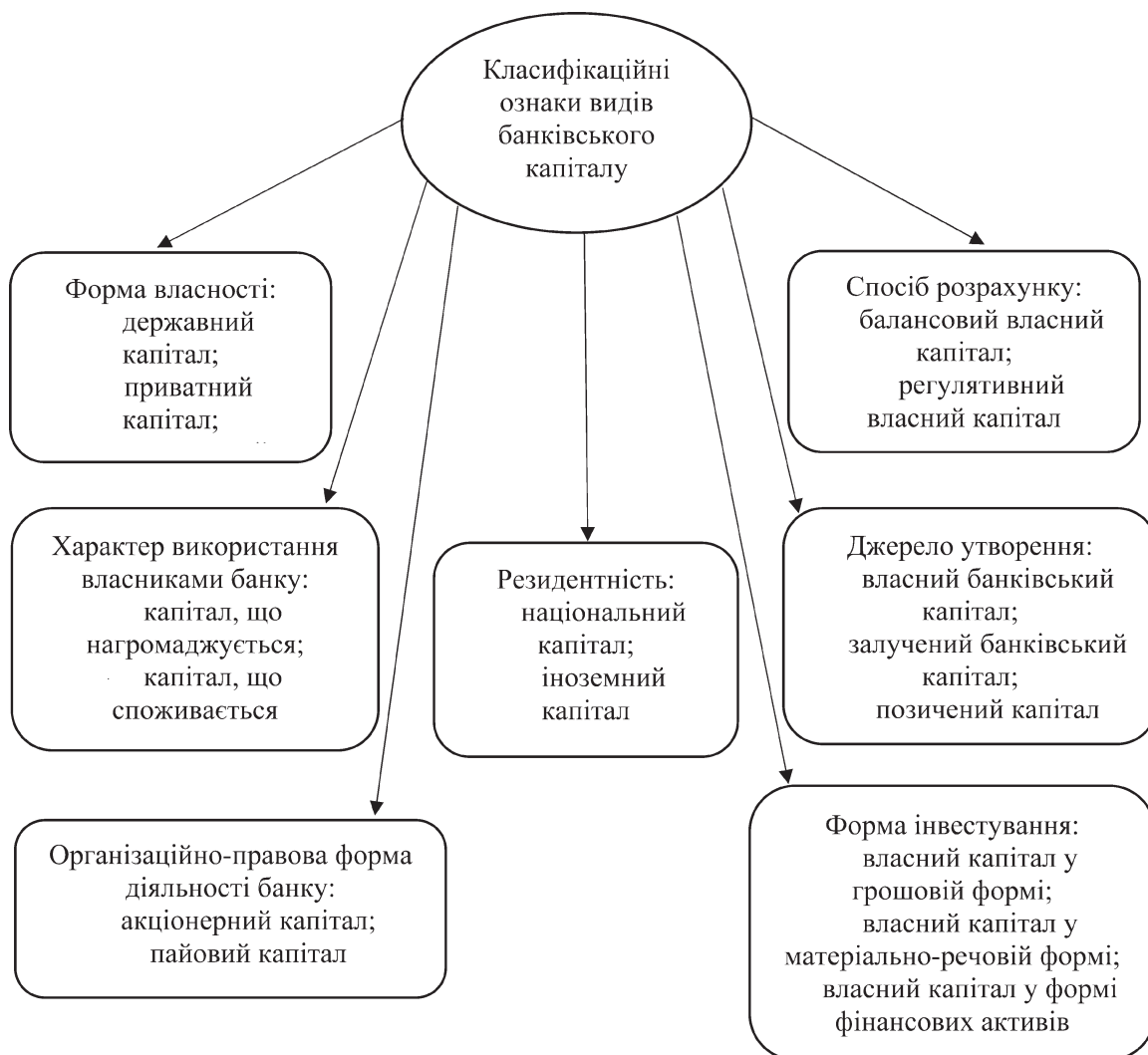


Рис. 1. Види банківського (власного) капіталу за різними класифікаційними ознаками (складено автором за [9])

банків, основним призначенням якого є покриття негативних наслідків різноманітних ризиків, які банки беруть на себе у процесі своєї діяльності, та забезпечення захисту вкладів, фінансової стійкості та стабільності банківської діяльності. Регулятивний капітал банків складається з капіталу 1-го рівня (основний капітал) та 2-го рівня (додатковий капітал)» [8].

«Основний капітал банку включає в себе статутний капітал і розкриті резерви, які створені або збільшені за рахунок нерозподіленого прибутку, надбавок до курсу акцій та додаткових внесків акціонерів у статутний капітал, загальний фонд покриття ризиків, що створюється під невизначений ризик при проведенні банківських операцій, за винятком збитків за поточний рік і нематеріальних активів» [8].

Згідно зі статтею 30 Закону України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 року № 2121-III, «Додатковий капітал, за умови затвердження НБУ, може включати: 1) нерозкриті резерви; 2) гібридні (борг/капітал) капітальні інструменти; 3) резерви переоцінки; 4) субординований борг. Додатковий капітал не може бути більше основного капіталу. Регулятивний капітал не може бути меншим за статутний капітал банку» [3].

Існує багато поглядів учених щодо визначення переліку та сутності функцій капіталу банківських установ. Але варто зазначити, що переважна більшість науковців виокремлюють три основні функції банківського капіталу, а саме:

1. Захисна функція. Капітал являє собою певний резерв, який має на меті покриття поточних збитків та зобов'язань перед своїми кредиторами та клієнтами. Також власний капітал банку дає можливість проводити фінансові операції та функціонувати банківській установі загалом, незважаючи на існуючі збитки.

2. Оперативна функція. Дана функція полягає в тому, що коли банк тільки починає свою діяльність, за допомогою використання власного капіталу починає функціонувати діяльність установи та формується її основна інфраструктура (будівництво офісів або їх оренда, придбання спеціальної техніки, підписування контрактів з майбутніми працівниками тощо).

3. Регулююча функція. Зміст цієї функції полягає в тому, що до власного капіталу банку встановлюються певні економічні нормативи та мінімальні вимоги з боку центральних бан-

ків країн або також міжнародних банківських контролюючих організацій. Це дає змогу аналізувати фінансову діяльність окремого банку або цілого банківського сектору та здійснювати за ними нагляд. Дана функція дає можливість розробити дієві кроки для стабільного та успішного функціонування усієї банківської системи певної країни або регіону.

Розглянемо більш детально окремі тактичні (поточні) функції банківського капіталу, які зображені на рис. 2.

Функція страхування полягає в тому, що коли виникають непередбачувані ситуації, пов'язані з втратою основних засобів банківської установи, то капітал надає гарантію для коштів кредиторів та вкладників. За допомогою даної функції забезпечується діяльність банку та проведення ним основних операцій.

Інноваційна функція проявляє свою функцію в тому, що коли відбувся розподіл дивідендів між власниками банку, то певна частина доходів перейшла до різних фондів банку, зокрема підвищився статутний капітал, що надає можливість ініціювати створення нових послуг та продуктів або оновлення технічних засобів для підвищення якості наданих послуг клієнтам.

Важливе значення має комунікаційна функція, за допомогою якої кожний банк відображає свою фінансову звітність, у якій можна побачити обсяг та поточний стан капіталу банку, що своєю чергою надає імпульс усім банкам підвищувати свою конкурентоспроможність та займати високі позиції по банківському сектору, в якому вони проводять свою діяльність.

Функція планування висвітлює свою дію так: кожний банк розробляє поточні та стратегічні бізнес-плани, у яких відображається кредитна та депозитна політика, система менеджменту, план інвестиційних вкладень, механізм боротьби з банківськими ризиками тощо. Це, своєю чергою все здійснюється за допомогою банківського капіталу, через розподіл його частини на зазначені цілі.

Превенційна функція капіталу банку має на меті запобігти погіршенню фінансового стану банку. Так, дотримання достатнього рівня капіталізації банку забезпечує фінансову стійкість банку. Належний рівень капіталу дотримується за допомогою встановлення спеціальних нормативів з боку центрального

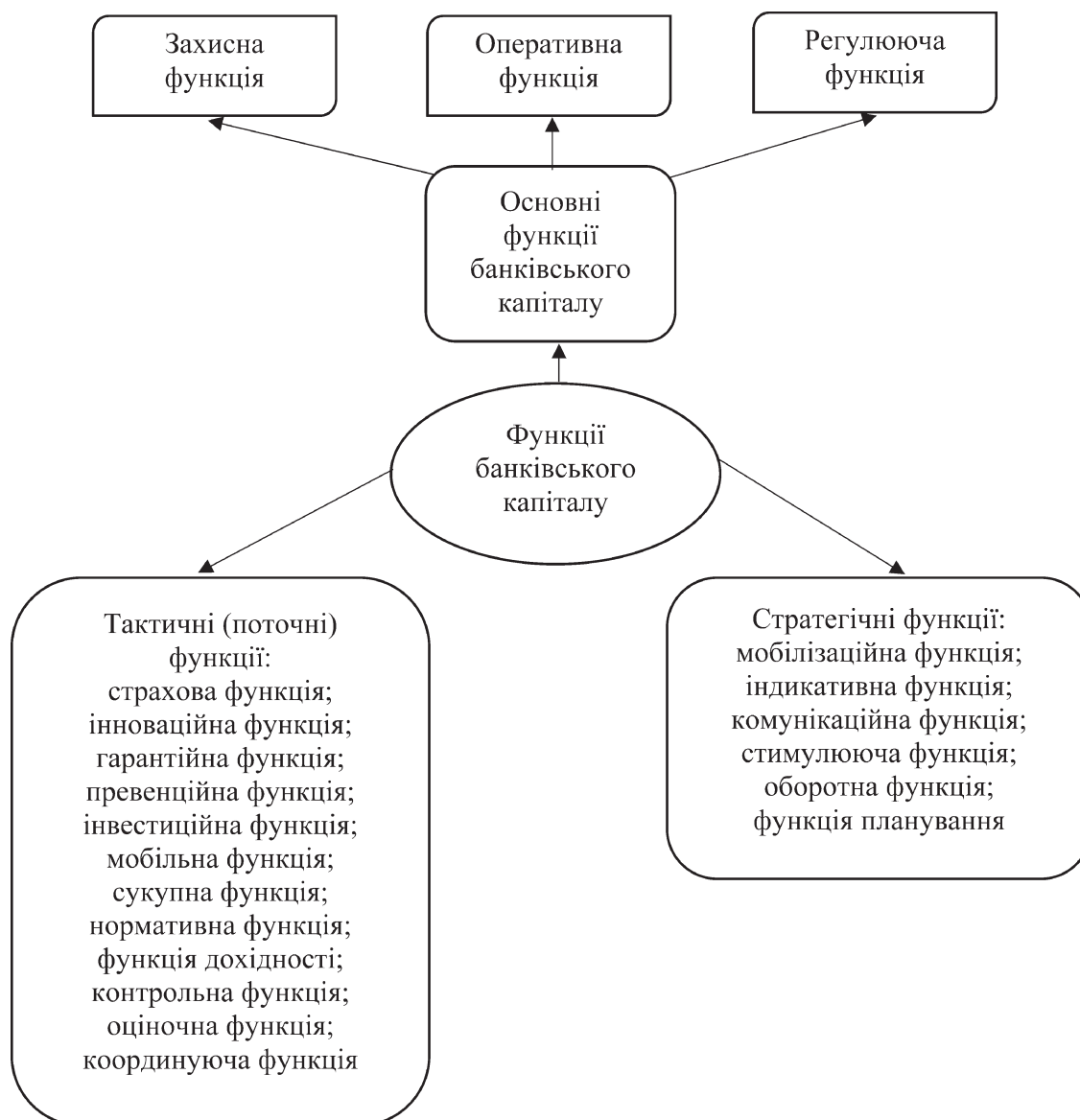


Рис. 2. Функції банківського капіталу (складено автором за [10, с. 262])

банку країни та повинен запобігти впливу непередбачуваних ризиків на діяльність банку.

Проаналізуємо тепер більш детально деякі стратегічні функції банківського капіталу.

Мобілізаційна функція надає поштовх до підвищення рівня стабільності банківського сектору та розвитку економіки країни через те, що певна частина банківського капіталу переходить на створення кредитних ресурсів, які надаються юридичним особам (підприємства, компанії).

Так, стимулююча функція банківського капіталу забезпечує розширення банківської діяльності, надає можливості створювати нові продукти чи послуги, що підвищує ефективність діяльності окремого банку взагалі. Також дана функція розробляє механізми до захоплення працівників банківської установи.

НБУ протягом свого існування розробляє нормативно-правові акти, які регламентують методологію оцінки капіталізації банківських установ шляхом встановлення мінімальних вимог та економічних нормативів до капіталу банків з урахуванням деяких компонентів угод та пропозицій Базельського комітету з питань банківського нагляду.

Для подолання нестабільності банківського сектору України і підвищення достатнього рівня капіталу банківських установ та зменшення впливу різних ризиків на діяльність банків, необхідним є створення антикризової стратегії з управління банківським капіталом та усієї установи загалом, тому для цього потрібно більш детально дослідити антикризові методи та класифікацію ризиків.

Під час реалізації стратегії підвищення рівня достатності банківського капіталу необхідним є також урахування впливу сукупності ризиків ендogenous (внутрішнього) та екзогенного (зовнішнього) характеру.

Існує безліч класифікаційних критеріїв, згідно з якими розподіляють ризики на різні види (наприклад: ризики які піддаються кількісній оцінці (фінансові ризики) та не піддаються (нефінансові до них ще відносять операційний ризик).

Так, до зовнішніх ризиків можна віднести: політичний та соціальний; нормативно-правовий ризик; ризик появи стихійного лиха; ризик конкуренції тощо.

До внутрішніх (ендогенних) відносимо: ризик розроблення та впровадження нових технологій та послуг; ризик достатності капіталу; інфляційний ризик та інвестиційний

ризик; валютний, кредитний та відсотковий ризик; ризик ліквідності та втрати платоспроможності; ризик репутації, ризик мотивації робітників та ін.

У табл. 2 наведено антикризові заходи для банківського сектору.

Окремо варто приділити увагу таким специфічним антикризовим методам як аутсорсинг та бенчмаркінг.

Окремо варто приділити увагу такому специфічному антикризовому методу як аутсорсинг.

Аутсорсинг — це метод оптимізації витрат і організаційної структури, який передбачає передачу на договірній основі частини певних бізнес-функцій чи бізнес-процесу стороннім спеціалізованим компаніям [12, с. 70].

До основних переваг аутсорсингу для банку в процесі реалізації антикризових за-

Таблиця 2

Антикризові заходи для регулювання банківського сектору (складено автором за [11, с. 86])

Рівень	Стандартні умови	Передкризова ситуація	Криза	Посткризовий розвиток
Макро-рівень	Контроль входу Пруденційний нагляд Нагляд за бізнесом Єдина статистична база даних Фінансовий моніторинг Створення гарантійних фондів	Стрес-тестування Контроль тарифів Контроль інвестицій Контроль угод злиття і поглинання	Контроль виходу Фінансування Субординовані кредити Субсидування Зниження податкового навантаження	Стимулювання (податкові та інвестиційні пільги) Розвиток інфраструктури сектору
Мікро-рівень	Ризик-менеджмент Стандарти корпоративного управління Внутрішній аудит Атестація кадрів	Діагностика фінансового стану Клієнто-орієнтована політика Покращення сервісу послуг	Санація або/та реорганізація Тимчасова адміністрація План відновлення платоспроможності Оптимізація витрат та бізнес-процесів Консервативна політика резервування і достатності капіталу Стабілізація депозитного і кредитного портфелів	Акцент на інструментах маркетингу Нові технології та продукти Нові ринки Розвиток регіональної мережі

ходів слід віднести: підвищення прозорості та керованості внутрішньої структури банку; зменшення часу реакції банку на зміну зовнішнього середовища; більш чіткий розподіл та збалансування повноважень і відповідальності; скорочення внутрішнього документообігу; підвищення швидкості інформаційного обміну [12, с. 72].

До негативних моментів аутсорсингу В. В. Коваленко відносить: безпеку передавання важливих функцій стороннім суб'єктам, що підвищує залежність банку від підрядників; безпеку надлишкової концентрації умов ведення бізнес-процесів в одного суб'єкта; загрозу витоку важливої конфіденційної інформації та розголошення банківської таємниці [12, с. 72].

Є. С. Осадчий вважає, що створення «брідж-банків» може вирішити дане питання, для цього він систематизував основні особливості таких банків: «Брідж-банк у США може створюватися лише для національних банків і має таке визначення — це тимчасовий національний банк, який створюється за ініціативи Служби контролера грошового ринку і організований Федеральною корпорацією страхування депозитів для приймання та обслуговування клієнтів банку-банкрута. Створення «брідж-банку» найбільш оптимально при проблемах великих банків або навіть мультибанківських холдингових компаній, які переважно й представлені в банківському секторі США. Для недопущення втрати клієнтів, у США «брідж-банку» дозволено приймати депозити та видавати виключно малоризиковані кредити своїм постійним клієнтам» [13, с. 134].

Для підвищення достатності капіталу та підняття фінансової стійкості банківським установам України варто застосувати такі кроки:

— залучати субординований борг та капітал іноземних інвесторів у банківський сектор;

— використовувати досвід провідних країн світу щодо механізму рекапіталізації, аутсорсингу та бенмаркінгу, а також створення «брідж-банку» (НБУ провести роботу з нормативними актами та затвердити механізм дії таких банків);

— НБУ необхідно продовжити роботу з таких питань: удосконалення системи стрес-тестування, затвердити нормативні акти щодо покращення макропруденційного нагляду та фінансової дисципліни з урахуванням угоди «Базель-III», спрощення процедури реструк-

туризації та удосконалити процедуру отримання ліцензії банківськими установами, затвердження ефективного механізму щодо роботи з непрацюючими кредитами тощо;

— зменшити частку активів, яким притаманний високий ризик, та здійснити реформування в корпоративній стратегії, особливо щодо надання банківських послуг для отримання більшого прибутку;

— через механізм реструктуризації сприяти об'єднанню слабких банків із провідними банками, що діють на території України (шляхом злиття або поглинання, це дозволить поліпшити репутацію банківського сектору загалом, збільшить кількість наданих послуг та їх собівартість тощо).

Висновки. Отже, морфологічне дослідження сутності поняття «банківський капітал» дало змогу стверджувати, що вчені під час визначення банківського капіталу відокремлюють різну його сутнісну складову, а також обґрунтувати авторську дефініцію «банківський капітал». Було визначено види, структурні складові та функції банківського капіталу, зроблено спробу надати антикризові методи щодо підвищення достатності банківських установ. Обґрунтовано подальші напрями щодо підвищення фінансової стабільності банківського сектору України та збільшення достатності капіталу банківських установ нашої країни.

Список літератури

1. Осадчий Є., Стрижак А. Економічне трактування сутності банківського капіталу. *Журнал Ринок цінних паперів України*. 2011. №1–2. С. 69–76.
2. Клишко Г. Н., Нестеренко В. П. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підручник. К.: Вища школа; Знання, 1997. 743 с.
3. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 року № 2121-III. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14/page>.
4. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку: підручник. [2-ге вид., доп. і перероб.]. К.: КНЕУ, 2004. 468 с.
5. Мороз А. М. Банківські операції: підручник. [2-ге вид., доп. і перероб.]. К.: КНЕУ, 2002. 476 с.
6. Загородній А. Г., Сліпущко О. М., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Словник банківських термінів. Банківська справа:

термінологічний словник. К. : Аконіт, 2000. 605 с.

7. Роуз П. С. Банковський менеджмент. М. : Дело, 1995. 768 с.

8. Офіційний сайт Національного банку України. URL : <https://bank.gov.ua/control/uk/index>.

9. Алексеєнко М. Д., Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз банківської діяльності: підручник. К. : КНЕУ, 2004. 599 с.

10. Фостяк В. В. Функції банківського капіталу в забезпеченні розвитку банківської системи України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. №20.1. С. 257–263.

11. Насырова Г. А. Антикризисное регулирование страховой отрасли / Г. А. Насырова // Стратегические решения и риск-менеджмент. — 2011. — №2. — С. 84–90.

12. Коваленко В. В., Зверяков О. М. Науково-методичні підходи до формування системи антикризового управління фінансовою стійкістю банків. *Економіка України*. 2014. №6 (631). С. 57–76.

13. Осадчий Є. С., Клокун Ю. А. Світовий досвід роботи з проблемними банками. *Фінанси, облік і аудит*. 2012. №19. С. 131–138.

References

1. Osadchyi, Y., Stryzhak, A. (2011). *Ekonomichne traktuvannia sutnosti bankivskoho kapitalu* [Economic interpretation of the essence of bank capital]. *Zhurnal Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy* [Securities Market of Ukraine], no. 1–2, pp. 69–76.

2. Klymko, H., Nesterenko, V. (1997). *Osnovy ekonomichnoi teorii: politekonomichnyi aspekt* [Fundamentals of Economic Theory: The Political Economy]. Kyiv, High school Publ., 743 p.

3. Verkhovna Rada of Ukraine (2000). On Banks and Banking. Available at : <http://zakon5.perience with troubled banks>. *Finansy, oblik i audyt* [Finance, accounting and auditing], no. 19, pp. 131–138.

rada.gov.ua/laws/show/2121-14/page. (Accessed 30 March 2020).

4. Prymostka, L. (2004). *Finansovyi menedzhment u banku* [Financial management in the bank]. Kyiv, KNEU, 468 p.

5. Moroz, A. (2002). *Bankivski operatsii* [Banking operations]. Kyiv, KNEU, 476 p.

6. Zahorodnii, A. (2000). *Slovyk bankivskikh terminiv. Bankivska sprava: Terminolohichni slovyk* [Banking terms dictionary. Banking: Glossar]. Kyiv, Akonit Publ., 605 p.

7. Rouz, P. (1995). *Bankovskiy menedzhment* [Bank Management]. Moscow, Delo Publ., 768 p.

8. Official site of the National Bank of Ukraine. Available at : <https://bank.gov.ua/control/uk/index>. (Accessed 10 April 2019).

9. Alekseienko, M., Parasii-Verhunencko, I. (2004). *Analiz bankivskoi diialnosti* [Analysis of banking activities]. Kyiv, KNEU Publ., 599 p.

10. Fostiak, V. (2010). *Funksii bankivskoho kapitalu v zabezpechenni rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy* [Functions of banking capital in ensuring the development of the banking system of Ukraine]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine], no. 20.1, pp. 257–263.

11. Nasirova, H. (2011). *Antykryzysnoe rehulyrovanye strakhovoi otrasly* [Anti-crisis regulation of the insurance industry]. *Stratehicheskye resheniya y risk-menedzhment* [Strategic decisions and risk management], no. 2, pp. 84–90.

12. Kovalenko, V., Zvieriakov, O. (2014). *Naukovo-metodychni pidkhody do formuvannia systemy antykryzovoho upravlinnia finansovoiu stiikestiu bankiv* [Scientific and methodological approaches to the formation of a system of crisis management of financial stability of banks]. *Ekonomika Ukrainy* [Economy of Ukraine], no. 6 (631), pp. 57–76.

13. Osadchyi, Y., Klokun, Y. (2012). *Svitovyi dosvid roboty z problemnymi bankamy* [World ex-

Objective. *The purpose of this article is to disclose the nature of banking capital, its types, structural elements and functions, as well as to explore the basic methods for improving the resilience of banking institutions and proposing steps to improve the capital adequacy of Ukrainian banking institutions.*

Methods. *The following general scientific methods were used in the research process: theoretical generalization, comparison and grouping — to determine the essence of the concept of «bank capital»; analysis and synthesis — at identification of structural elements of capital of banking institutions; induction and deduction — when opening anti-crisis measures to increase the capital adequacy of banks.*

Results. *The essence of the concept of «bank capital» was considered, and the author's interpretation of such a definition was proposed. The author considers that bank capital is a certain fund, which includes own, borrowed and borrowed funds, which the bank manages for formation of financial, tangible and*

other types of assets for conducting its activity, ensuring financial stability and profit in the long term. The structural components and functions of bank capital have been identified, as well as the proposed crisis measures to enhance the capital adequacy of banks, which are presented for use at the macro and micro levels and depending on the situation of a banking institution, or in standard or crisis conditions, or in a post-crisis state.

Key words: *bank capital, regulatory capital, Basel-III, financial stability, National Bank of Ukraine, anti-crisis measures, banking institutions.*

Надійшла до редакції 30.04.2020

РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-114-122

JEL : Z32, O11, M20, M00

УДК 339.97+341.1/.24 (338.48)

Кошель В. О.,
канд. екон. наук,
асистент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: koshel_vo@donnuet.edu.ua

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ

UDC 339.97+341.1/.24 (338.48)

Koshel V. O.,
PhD in Economic sciences,
Assistant Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: koshel_vo@donnuet.edu.ua

INSTITUTIONAL AND ORGANIZATION SUPPORT FOR WORLD INDUSTRIAL TOURISM DEVELOPMENT

***Мета** — дослідити інституціонально-організаційне забезпечення розвитку світового промислового туризму.*

***Методи.** Дослідження базується на комплексному аналізі інституціонально-організаційного забезпечення розвитку світового промислового туризму. Для досягнення поставленої мети було використано: історичний метод (для формування інституціонально-організаційної бази регулювання світового промислового туризму), групування (для надання характеристики міжнародним організаціям, що сприяють розвитку світового промислового туризму, державним інституціональним структурам щодо розвитку промислового туризму в різних країнах світу), узагальнення (для ідентифікації основних етапів формування інституціонального забезпечення розвитку світового промислового туризму).*

***Результати.** Досліджено інституціонально-організаційне середовище розвитку світового промислового туризму. Обґрунтовано, що розвиток світового промислового туризму неможливий без формування важливих основ — інститутів. Проаналізовано нормативно-правову базу регулювання функціонування міжнародного туристичного ринку, актів міжнародних туристичних організацій, визначено основні етапи інституціонально-організаційного забезпечення розвитку світового промислового туризму, надано характеристику кожного з етапів. Визначено характеристику діяльності інституціональних структур, що сприяють розвитку світового промислового туризму. Виявлено головні особливості впливу інститутів, їх механізмів та інструментів. Визначено моделі та наведено приклади державних інституціональних структур щодо розвитку промислового туризму в різних країнах світу, розглянуто їх основні цілі та завдання.*

***Ключові слова:** промисловий туризм, міжнародне регулювання, міжнародна організація, інституціонально-організаційне забезпечення, інституціональні структури, індустріальна спадщина.*

Постановка проблеми. Швидке зростання інтересу до об'єктів промислового туризму, розширення географії туристичних подорожей та збільшення обсягів використання туристичних ресурсів викликали утворення міжнародних правил, стандартів, організацій, що регулюють сферу промислового туризму, а комплексність заходів та програм розвитку

промислового туризму з іншими міжнародно-правовими актами з регулювання туристичної діяльності створюють передумови успішного та перспективного розвитку світового промислового туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі існує багато поглядів на формування та розвиток світового про-

© В. О. Кошель, 2020

мислового туризму. Дослідженням розвитку світового промислового туризму та окремих його аспектів послідовно і глибоко займаються такі вчені, як А. Дурович, Н. Кабушкін, Т. Сергеева, В. Данильчук, В. Пацюк, О. Пендерецький, В. Запарій та ін. Однак підходи авторів щодо формування та розвитку промислового туризму мають спільні риси, серед яких слід виокремити: розвиток торговельних та ринкових відносин; збільшення частки вільного часу в суспільстві; наявність туристичних ресурсів, що зумовлює актуальність обраної теми дослідження, її мету й завдання.

При цьому відсутні дослідження авторів щодо розвитку світового промислового туризму під впливом інституціоналізації, що враховує формування ефективних організаційних форм та відповідну складну структуру.

Мета статті — дослідження інституціонально-організаційного забезпечення роз-

витку світового промислового туризму. Для досягнення поставленої мети було вирішено такі завдання: визначити основні етапи інституціонально-організаційного забезпечення розвитку світового промислового туризму; надати характеристику діяльності інституціональних структур, що сприяють розвитку промислового туризму, державних інституціональних структур щодо розвитку промислового туризму в різних країнах світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток та особливості інституціонального забезпечення світового промислового туризму мають свою історію. Нормативно-правова база регулювання функціонування міжнародного туристичного ринку та акти міжнародних туристичних організацій [1–8] дали змогу ідентифікувати три основні етапи формування інституціонального забезпечення розвитку світового промислового туризму, які наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні етапи інституціонально-організаційного забезпечення розвитку світового промислового туризму (складено автором)

Період	Назва етапу	Основні характеристики етапу
I етап (1931–1975 роки)	Період формування	Основний напрям регулювання — музеєфікація об'єктів індустриального минулого; поява перших міжнародних організацій: (Комітет Всесвітньої спадщини (UNESCO), ICOMOS, ICCROM, TICCIH) та міжнародних документів (Афінська Хартія, Венеціанська Хартія, Конвенція про охорону культурної та природної спадщини).
II етап (1975–2005 роки)	Період активізації міжнародного регулювання та співробітництва	Підвищення ролі міжнародних неурядових організацій щодо регулювання промислового туризму; виникнення найбільш впливових організацій (AIA, SIA, EAIT та ін.); основний напрям — сприяння збереженню, охорони та розвитку культурних пам'яток щодо включення їх до туристичних маршрутів.
III етап (2005 рік — дотепер)	Період національної інтенсифікації	Вирішення питань розвитку промислового туризму на державному рівні; створення національних інституціональних структур щодо сприяння розвитку промислового туризму; головний напрям — розроблення національних та регіональних маршрутів промислового туризму.

Інтерес до об'єктів індустриальної спадщини з'явився в багатьох країнах світу ще в першій половині ХХ ст. у зв'язку з необхідністю вивчення промислового виробництва, особливо в тих державах, які мають давні індустриальні традиції. Особливо гостро постала проблема збереження індустриальної спадщини перед країнами Європи, Америки, Австралії в 50–60 роках минулого століття, коли йшов процес різкої зміни технологій, зміни рівня промислового виробництва [9].

В Європі почали закриватися цілі галузі промислового виробництва, численні підприємства. Як наслідок, до 1970-х років основним напрямом у вирішенні цього питання в різних країнах світу стала музеєфікація індустриальних об'єктів, а також створення регіональних музеїв-заповідників і економічних музеїв у містах, яка дала можливість зберегти індустриальне історичне середовище [9].

Прикладом цього слугує заснований в Англії в 1968 р. музей-заповідник Айронбрідж Гордж у Шропширі, де демонструвались пер-

ші парові машини та інше обладнання, склади, резиденції родини Дарбі, житла службовців, який став одним з найбільш відомих заповідників «промислового туризму» у світі. Пізніше, у 1970 р. прикладами збереження, реновації та заповідання індустріальної спадщини, до яких допускали відвідувачів, стали стара промислова зона Манчестера (Велика Британія), металургійний центр Берслаген (Швеція), музей Орсе (Франція), промисловий парк Лоуелл (США), парк Дуйсбург-Норд (Німеччина), Каталонський музей науки і техніки (Іспанія), Віденський музей історії науки і техніки (Австрія), економічний музей комуни Ле Крезе-Монсо-Ле-Мін (Франція), Музей праці в Гамбурзі, Музей трамвая в Кракові та ін. Подібні регіональні і галузеві музеї дозволяють зберегти історичну пам'ять, а також по-новому використовувати промислові будівлі або комплекси. Загалом, у витоків міжнародного руху за вивчення, збереження індустріальної спадщини стояли країни, у яких почалася промислова революція, насамперед, Англія, де в 60-х роках ХХ ст. стали з'являтися окремі групи людей, які прагнули зберегти промислові пам'ятники, Швеція, Німеччина і Франція та інші європейські держави [9]. Підтвердженням цього є вираження П. Палмера та П. Неаверсона: «Рух за збереження індустріальної спадщини почався в Англії в 1960-х роках, і сьогодні присутній у кожній країні, яка має певний досвід індустріалізації» [10]. За твердженням А. Маркон: «Промислова спадщина є ресурсом для створення унікальних екскурсій, які дозволяють ознайомитися з історією індустріальної революції» [11]. У зв'язку з цим, перші нормативно-правові акти у сфері промислового туризму були спрямовані на вивчення, збереження, популяризацію об'єктів індустріальної спадщини, прийняті на міжнародних конференціях та нарадах з туризму, серед великого кола яких найбільш вагомими є:

Афінська Хартія (1931), вважається першим міжнародним документом, у якому висвітлювались питання передавання наступним поколінням архітектурних споруд та споруд індустріального будівництва в їх автентичному стані і присвоєння їм статусу загальнолюдської значущості. Документ розроблено в рамках I Міжнародного Конгресу;

Міжнародна Хартія про збереження і реставрацію пам'яток і визначних місць (Ве-

неціанська Хартія, 1964 р.). Це міжнародний документ, який визначив стандарти і ключові напрями в галузі збереження історичних архітектурних та індустріальних об'єктів. Документ прийнятий по закінченні II Міжнародного Конгресу;

Конвенція про охорону культурної та природної спадщини (1972), спрямована на систематизацію та збереження історико-культурних об'єктів, що опинились під загрозою зникнення і знищення.

Водночас тенденцію розвитку міжнародного регулювання в цій галузі відображають інші документи, що мають рекомендаційний характер, серед яких: Рекомендація щодо охорони краси та характеру ландшафтів і місць (1962); Рекомендації щодо охорони на національному рівні культурної та природної спадщини (1972); Резолюція симпозиуму з питань включення сучасної архітектури в стародавні ансамблі (1972); Резолюція міжнародного симпозиуму зі збереження малих історичних міст (1975).

Паралельно відбувалось формування міжнародних організацій, діяльність яких у сфері розвитку промислового туризму направлена на вивчення, збереження та використання об'єктів індустріальної спадщини, головними з яких стали: Комітет Всесвітньої спадщини є підрозділом Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (UNESCO), Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць (ICOMOS); Міжнародний дослідницький центр зі збереження і реставрації культурних цінностей (ICCRUM), Міжнародний Комітет зі Збереження Індустріальної Спадщини (TICCIH). Характеристику діяльності міжнародних організацій наведено в табл. 2.

Протягом першого етапу формування інституціонально-організаційного забезпечення розвитку світового промислового туризму зусилля міжнародних організацій були сфокусовані на активізацію світової громадськості щодо вивчення, систематизації та збереження історико-культурних об'єктів, а основні міжнародно-правові документи присвячені, насамперед, питанням щодо використання цієї спадщини в суспільних інтересах. Таким чином, розвиток туристичної діяльності відбувався лише на промислових територіях та в регіонах з метою забезпечення збереження індустріального минулого та підвищення їх туристичної привабливості.

Міжнародні організації у сфері розвитку, вивчення, збереження та використання об'єктів індустриальної спадщини (складено автором за даними [2,3,5])

Назва організації	Рік заснування	Основні цілі	Форма існування
Міжнародний дослідницький центр зі збереження і реставрації культурних цінностей (ICCROM)	1956	Сприяння розвитку техніки та технологій реставраційної справи, впровадженню нових матеріалів; надання підтримки шляхом об'єднання зусиль різних інституцій та партнерів у вигляді експертної допомоги, навчання, ознайомлювальних візитів тощо; розповсюдження просвітницьких матеріалів та проведення конференцій, інших заходів з метою підвищення публічної уваги та підтримки охорони і реставрації пам'яток.	Міжнародна міжурядова організація
Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць (ICOMOS)	1963	Сприяння формуванню єдиних принципів, методології й технічних способів охорони об'єктів нерухомої спадщини.	Міжнародна асоціація
Комітет Всесвітньої спадщини (підрозділ UNESCO)	1972	Проведення щорічних сесій з метою розгляду стану Світової спадщини, заходів щодо її захисту, залучення нових об'єктів тощо; виконання заходів, спрямованих на порятунок об'єктів — занесення їх до списку Світової спадщини під загрозою знищення та субсидії на відновлювальні роботи.	Спеціалізована установа ООН
Міжнародний комітет зі збереження індустриальної спадщини (TICCIH)	1973	Узагальнення досвіду країн-учасниць у сфері вивчення, збереження та використання об'єктів індустриальної спадщини, вивчення та пропаганда історії розвитку промислових технологій.	Міжнародна спільнота

Перехід до другого етапу інституціонального забезпечення був зумовлений зростанням кількості і ролі міжнародних неурядових організацій щодо регулювання промислового туризму як в окремих регіонах, так і у світовому просторі, діяльність яких зумовлює гнучкість і оперативність в обговоренні багатьох проблем і прийнятті відповідних рішень. Зокрема, представники таких структур наголошували на тому, що розвитку світового промислового туризму має слугувати не тільки об'єкти індустриального минулого, але й сучасні об'єкти: «Історичні будівлі, міський ландшафт та сучасна архітектура визначають неповторний образ та характер міста, його культурну цінність. Сучасна архітектура може бути сильним конкурентом для міст, оскільки вона приваблює мешканців, туристів та зовнішній і внутрішній капітал своєю якісною особливістю. Поєднання історичної та сучасної архітектури — це унікальна цінність для місцевих територіальних громад. Саме така цінність має слугувати освітнім цілям, дозвіллю, туризму, безпечному та повноцінному розвитку ринку майна» [4].

У 1985 р. на конференції Всесвітньої туристської організації Б. Вейлер і К. Холл зазначили: «З 1980 індустриальний туризм як новий вид життя і новий рівень усвідомлення важливості відносин між людьми і природою. Особливого значення набуває участь у заходах на свіжому повітрі, естетичне судження і вдосконалення себе і суспільства. Пошук цих нових цінностей можливий при розвитку спеціальних видів туризму — індустриального туризму. Індустриальний туризм — це ніша туристичного ринку, частина глобального розширення спеціальних видів туризму» [12].

Як зазначають представники TICCIH, «Починаючи з 80-х років ХХ ст. склалася ціла система туристичних організацій (союзів, асоціацій, агентств тощо) різного рівня і компетенції, покликаних займатися регулюванням індустриального туризму» [13]. У цей період були створені такі міжнародні структури, як: Північно-американське товариство з промислової археології (SIA), Французький Комітет щодо вивчення та засвоєння промислової спадщини (CILAC), Британська Асоціація з промислової археології (AIA), Європейська

Асоціація з промислового туризму (EAIT); Асоціація Європейського маршруту індустриальної спадщини. Характеристику міжнародних структур наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Міжнародні неурядові організації, що сприяють розвитку світового промислового туризму (складено автором за даними [2, 5, 13, 14])

Назва організації	Рік заснування	Основні завдання
Британська Асоціація з промислової археології	1977	Сприяє вивченню, збереженню і презентації промислової спадщини в Європі.
Французький Комітет щодо вивчення та засвоєння промислової спадщини	1979	Сприяння вивченню і збереженню промислової спадщини, проведення загальноєвропейських галузевих проєктів, конференцій.
Північно-американське товариство з промислової археології	1981	Сприяння вивченню і збереженню промислового і технологічного минулого, історично значущих об'єктів, споруд, будівель, артефактів, виробничих процесів, мостів, залізниць, каналів, ландшафтів і спільнот.
Європейська Асоціація з промислового туризму	2004	Розроблення національних та регіональних маршрутів промислового туризму в Європі, проведення загальноєвропейських галузевих проєктів, конференцій та подій, підвищення іміджу промислових територій.
Асоціація Європейського маршруту індустриальної спадщини	2005	Сприяння збереженню культурних пам'яток, формуванню нових туристичних маршрутів по об'єктах промислової спадщини.

Розроблені та прийняті такі важливі регламентуючі розвиток міжнародного промислового туризму, як:

Конвенція про охорону архітектурної спадщини Європи (1985), акцентує увагу на визначення об'єктів, які підпадають під охорону і складання відповідних списків, популяризацію таких об'єктів через залучення туристів;

Міжнародна хартія про охорону історичних міст (Вашингтонська хартія, 1987 р.) стосується визначення історичних міст, великих і малих, історичних центрів і кварталів з їхнім природним чи створеним людиною оточенням;

Міжнародна хартія про культурний туризм (1999), що має низку положень стосовно сприяння розвитку культурного та індустриального туризму, ознайомленню з пам'ятками та визначними місцями;

Віденський меморандум «Всесвітня спадщина та сучасна архітектура — управління історичним міським ландшафтом (2005), мета якого закликання держав за допомогою своїх адміністративних структур, туристичних організацій та асоціацій вжити всіх заходів щодо інформування про об'єкти культурної та індустриальної спадщини.

К. Фіданза зазначив: «Знайомлячись з досвідом різних країн, можна побачити, що

успіх розвитку індустриального туризму багато в чому залежить від того, як сприймається і як підтримується ця сфера державними інститутами. Для того, щоб промисловий туризм став діючим інструментом одержання доходів для окремих регіонів та міст, будь-яка цивілізована держава має вкладати значні кошти для дослідження своїх територій з метою оцінювання туристичного потенціалу» [14, с.13]. Він також підкреслює, що розвиток промислового туризму може сприяти досягненню більш стійкого сектору туризму в країнах через збереження, трансформацію і реабілітацію промислових об'єктів [14, с. 13]. Таким чином, головна регулятивна роль у розвитку промислового туризму належить національним інституціональним структурам, що розробляють відповідні стратегії, тактику, програми розвитку промислового туризму.

На сьогодні склалося кілька підходів до організаційного процесу державного регулювання промислового туризму. Загалом, застосовуються дві моделі — існують спеціальні органи державної влади, або ж регулювання виконують багатопрофільні органи. Характеристику державних інституціональних структур щодо розвитку промислового туризму в різних країнах світу наведено в табл. 4.

Державні інституціональні структури щодо розвитку промислового туризму в різних країнах світу
(складено автором за даними [12–14])

Назва інституціональної структури	Країна	Головні завдання
Консультативна Рада зі збереження історичної спадщини (АСНР)	Сполучені Штати Америки	Сприяє збереженню, зміцненню і сталому використанню країни різних історичних ресурсів, консультує президента і Конгрес з питань політики збереження історичної, культурно-індустріальної національної спадщини.
Європейська туристична комісія (ЕТС)	Європейський Союз	Сприяє розвитку промислового туризму в регіонах в умовах кризи, з метою підвищення зайнятості та зростання доходів у цих регіонах; здійснює заходи щодо вдосконалення асортименту туристичних продуктів і послуг, підвищення якості послуг, та просування Європи як унікального історичного, індустріального туристичного регіону.
Британський Центр туризму (ВТС)	Велика Британія	Сприяє розвитку внутрішнього промислового туризму, організацією міжнародних конференцій, надає консалтингові і маркетингові послуги з питань туризму, зокрема промислового; займається видавництвом різноманітних інформаційно-довідкових матеріалів, здійснює низку проектів із залученням іноземного капіталу, видає та займається реалізацією путівників, відеофільмів та інших рекламно-інформаційних продуктів.
Національна Агенція з туризму (ENIT)	Італія	Організація рекламно-інформаційної роботи, проведення маркетингових досліджень, координація дій зарубіжних і місцевих туристичних організацій.
Рада зі збереження історичної спадщини	Австралія	Консультує міністерство з питань планування, охорони, збереження культурної спадщини; проводить дослідження, пов'язані з ідентифікацією, збереженням та інтерпретацією культурної спадщини сприяє складанню туристичних маршрутів по об'єктах індустріальної спадщини; консультує і підтримує зв'язки з підприємницькими структурами та установами, муніципальними радами щодо включення об'єктів культурного значення в туристичні маршрути.

Основними цілями і завданнями національних інституціональних структур є: представництво і захист інтересів туристичної індустрії своєї країни, регіону на міжнародному рівні; визначення тенденцій і шляхів розвитку промислового туризму; просування в'їзного промислового туризму; маркетингова діяльність, сприяння об'єднанню і координації зусиль усіх секторів і компаній туристичної індустрії; розроблення програм розвитку промислового туризму; впровадження нових технологій; розроблення єдиних норм і стандартів туристичного обслуговування, інформаційна і видавнича діяльність.

У цей період розроблені та прийняті регламентуючі розвиток міжнародного промислового туризму такі правові документи:

Хартія з культурних маршрутів (2008), встановлює основні напрями розвитку маршрутів культурними та індустріальними місцями, визначає основні принципи та критерії раціонального використання культурних об'єктів туристичними маршрутами;

Хартія про інтерпретацію та презентацію визначних місць культурної спадщини (2008), визначає головні принципи, на яких ґрунтується інтерпретація і презентація, реалізовані в різних формах.

Висновки. Таким чином, аналіз нормативно-правової бази регулювання функціонування міжнародного туризму, актів та резолюцій міжнародних організацій дозволив ідентифікувати основні етапи формування інституціонально-організаційного забезпе-

чення розвитку міжнародного промислового туризму: період формування, який супроводжувався розробленням та імплементацією міжнародно-правових документів, створенням міжнародних організацій (1931–1975); період активізації міжнародного регулювання та співробітництва (1975–2005); період національної інтенсифікації (2005 р. — дотепер). Основою діяльності інституціональних структур є розроблення та прийняття правових документів, спрямованих на забезпечення розвитку світового промислового туризму, на основі чого проводяться й численні практичні заходи з різнобічних питань щодо охорони пам'яток матеріальної та нематеріальної культури, встановлення правил і меж економічно раціонального та екологічно безпечного використання туристичних ресурсів; створення відповідних умови для ефективного розвитку індустріальних об'єктів та територій, сприяння розробленню програм розвитку туризму, які базуються на пріоритетах раціонального використання та охорони туристичних ресурсів тощо.

Список літератури

1. Максимов В. В. Конвенція про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини. *Енциклопедія історії України*: Т. 5 / за ред. В. А. Смолій. Київ: Наукова думка, 2008. 568 с. URL : http://www.history.org.ua/?termin=Konventsija_Pro_ohoronu_vsesvitnoi_kulturnoi_ta_prirodnoi_spadschini_1972 (дата звернення: 28.04.2017).
2. Міжнародні засади охорони нерухомої культурної спадщини. Київ: Фенікс, 2008. 176 с.
3. Конвенции и рекомендации ЮНЕСКО по вопросам охраны культурного наследия : сборник. Москва, 2007. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000160015> (дата звернення: 8.04.2017).
4. Всемирное наследие и современная архитектура — управление историческим городским ландшафтом. Организация Объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры. Центр Всемирного наследия. Венский меморандум. URL: https://kgior.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2015/08/27/Венский_меморандум.pdf (дата звернення: 8.04.2017).
5. Конвенція про охорону архітектурної спадщини Європи: прийнята ЮНЕСКО

03.10.1985. База даних «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_226 (дата звернення: 18.04.2017).

6. Охорона культурної спадщини: збірник міжнародних документів. Київ: АртЕк, 2002. 136 с.

7. Міжнародні документи: [конвенції, хартії, рекомендації з питань охорони культурних цінностей] / Пам'яткознавство: права охорона культурних надбань: зб. док. / редкол.: Ю. П. Богуцький, М. І. Яковлев, М. М. Яковина та ін.; Ін-т культурології Акад. мистецтв України. Київ, 2009. С. 220–360.

8. Хартия ИКОМОС об интерпретации и презентации достопримечательных мест. Международный научный совет ИКОМОС / Ратифицирована 16-ой Генеральной Ассамблеей ИКОМОС, Канада. 2008. URL : http://www.enamecharter.org/downloads/ICOMOS_Ename_Charter_RU%2004-11-09.pdf (дата звернення: 18.04.2017).

9. Лахтионова Е. С. История развития международного движения за сохранение индустриального наследия: главные аспекты. *История науки и техники в современной системе знаний: Первая ежегодная конференция кафедры истории науки и техники, 8 февраля*. Екатеринбург : Издательство УМЦ УПИ, 2011. С. 80–87.

10. Marcon A., Preuilh P., Ksouri S. (2000). *Tourisme de découverte économique et visites d'entreprises*, P. 10–16.

11. Weiler B., Hall C. (1992). *Special interest tourism*, 214 p.

12. TICCIH bulletin (2004). *The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage*, no. 27., 8 p.

13. Society for Industrial Archeology. Available at: <http://www.sia-web.org> (Accessed 8 April 2017).

References

1. Maksymov, V. V. (2008) *Konventsija pro okhoronu vsesvitnoi kulturnoi ta pryrodnoi spadshchyny* [Convention for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage]. *Entsyklopediia istorii Ukrainy* [Encyclopedia of Ukrainian History], 568 p. Available at : http://www.history.org.ua/?termin=Konventsija_Pro_ohoronu_vsesvitnoi_kulturnoi_ta_prirodnoi_spadschini_1972 (Accessed 28 April 2017).
2. *Mizhnarodni zasady okhorony nerukhomoj kul'turnoi spadshchyny* [International principles for

the protection of immovable cultural heritage], 2008. 176p.

3. *Konventsii i rekomendatsii Organizacii Obedinjonnyh Nacij po voprosam obrazovanija, nauki i kul'tury po voprosam okhrany kulturnogo naslediya* [UNESCO Conventions and Recommendations on the Protection of Cultural Heritage], 2007. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000160015> (Accessed 8 April 2017).

4. *Vsemirnoe nasledie i sovremennaya arkhitektura — upravlenie istoricheskim gorodskim landshaftom. Organizatsiya Obedinennykh natsiy po voprosam obrazovanija, nauki i kultury* [World Heritage and modern architecture — management of the historical urban landscape. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization]. *Tsentr Vsemirnogo naslediya. Venskiy memorandum* [World Heritage Center. Vienna Memorandum] Available at : https://kgiop.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2015/08/27/Venskiy_memorandum.pdf (Accessed 8 April 2017).

5. Legislation of Ukraine (1985). Convention for the Protection of the Architectural Heritage of Europe. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_226. (Accessed 18 April 2017).

6. *Zbirnyk mizhnaronyh dokumentiv* (2002). *Okhorona kulturnoi spadshchyny* [Protection of cultural heritage]. Kyiv, ArtEk, 136 p.

7. Bohutskyi, Yu. P., Yakovliev, M. I., Yakovyna, M. M. (2009). *Mizhnarodni dokumenty:*

konventsii, khartii, rekomendatsii z pytan okhorony kulturnykh tsinnosti [International instruments: [conventions, charters, recommendations on the protection of cultural property]. Kyiv, pp. 220—360.

8. ICOMOS International Scientific Council (2008). *Khartiya IKOMOS ob interpretatsii i prezentatsii dostoprimechatelnykh mest* [ICOMOS Charter on Interpretation and Presentation of Landmarks]. Kanada. Available at : http://www.enamecharter.org/downloads/ICOMOS_Ename_Charter_RU%2004-11-09.pdf (Accessed 18 April 2017).

9. Lakhtionova, E. S. (2011). *Istoriya razvitiya mezhdunarodnogo dvizheniya za sokhranenie industrialnogo naslediya: glavnye aspekty* [The history of the development of the international movement for the conservation of industrial heritage: the main aspects]. *Pervaya ezhegodnaya konferentsiya kafedry istorii nauki i tekhniki*. Yekaterinburg: pp. 80—87.

10. Marcon, A., Preuilh, P., Ksouri, S. (2000). *Tourisme de découverte économique et visites d'entreprises*, P. 10—16

11. Weiler, B., Hall, C. (1992). *Special interest tourism*, 214 p.

12. TICCIH bulletin (2004). *The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage*, no. 27, . 8 p.

13. Society for Industrial Archeology. Available at: <http://www.sia-web.org> (Accessed 8 April 2017).

Objective. *To investigate institutional and organizational support for world industrial tourism development.*

Methods. *The research is based on a comprehensive analysis of the institutional and organizational support for the world industrial tourism development. To achieve this objective, the following methods were used: historical method (to form an institutional and organizational base for regulating world industrial tourism), grouping (to characterize international organizations promoting world tourism, state institutional structures for the industrial tourism development in different countries), generalization (to identify the main stages of the formation of institutional support for the world industrial tourism development).*

Results. *Institutional and organizational environment for the world industrial tourism development are investigated in the article. Theoretical approaches that prove the importance of institutional and organizational support for the development of industrial tourism are presented. It is determined that tourism as an economic activity is institutionalized, respectively, the imperfection of institutions or their absence leads to a limitation of the effectiveness of its development and use of resource potential. It is substantiated that the formation of world industrial tourism is impossible without the formation of important foundations in the form of institutes. It is established that the modern institutional environment of world industrial tourism operates on the basis of interaction of a number of formal and informal international institutions. Regulatory and legal framework of the international tourism market functioning, acts of international tourism organizations are analyzed, the stages of institutional and organizational support for the world industrial tourism development of are determined, main characteristics of the stage are provided. The activities of institutional structures contributing for industrial tourism development are characterized, as well as institutional conditions that stimulate and / or limit development of industrial tourism are identify. The main features of influence of*

institutes, their mechanisms and instruments are revealed. State institutional structures models are identified and their examples are given, main goals and objectives are defined. It is revealed that the main factors of institutional support for the world industrial tourism development are the functions of management and coordination, resource-methodological and scientific support of tourism activities, the presence of regional representative offices of tourist institutions, interest and scientifically-based state development programs.

Key words: industrial tourism, international regulation, international organization, institutional and organizational support, institutional structures, industrial heritage.

Надійшла до редакції 29.04.2020

DOI : 10.33274/2079-4762-2020-47-1-122-129

JEL : D20, H41, L50, Z31

УДК 338.48-6:502/504+614.78 (1-75) (477)-043.86 (045)

Снігур К. В.,
асистент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: snigur@donnuet.edu.ua

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ МІСТ УКРАЇНИ

UDC 338.48-6:502/504+614.78 (1-75) (477)-043.86 (045)

Snihur K. V.
Assistant Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: snigur@donnuet.edu.ua

DIRECTIONS OF UKRAINIAN CITIES' RECREATIONAL SPACE DEVELOPMENT

Мета — визначити напрями розвитку рекреаційного простору міст України.

Методи. Основні наукові результати одержано з використанням комплексу загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, а саме: абстрактно-логічного (при визначенні основних показників розвитку рекреаційного простору міст), статистичного методу (для оброблення та аналізу інформації щодо порівняння площ міст, кількості їх населення, часток видатків міського бюджету, спрямована на туристичну та рекреаційну сфери міста), групування (для групування факторів розвитку рекреаційного простору міст), абстрактно-теоретичного методу (для теоретичного узагальнення, формування висновків та пріоритетних напрямів розвитку рекреаційного простору міст України).

Результати. У процесі дослідження основних показників розвитку міст України визначено особливості планування і розвитку рекреаційного простору міст, які полягають: у віднесенні всіх проаналізованих міст до категорії «Великі міста» України та рейтингу 50-ти найбільших за площею міст України; схожості статеві-вікової структури населення; наявності розроблених регуляторних актів та туристичних міських організацій. Крім того, особливостями: Вінниці та Кропивницького визначено наявність програм охорони навколишнього середовища і збереження зелених насаджень міст та дотримання санітарних норм щодо площ зелених насаджень; Вінниці та Миколаєва — створення Інститутів розвитку міст; Вінниці — розроблення Концепції інтегрованого розвитку міста та створення мережі громадських організацій; Миколаєва — оприлюднення на офіційному сайті, документів, що підтверджують кількість рекреаційних зон, рекреаційних об'єктів та об'єктів зеленого господарства міста.

Виокремлено особливості розвитку міст, що негативно впливають на розвиток міського простору. Зокрема, усі міста: не оголосили про стратегічні цілі розвитку рекреаційного простору міст

© К. В. Снігур, 2020

у Стратегіях розвитку міст та цільових місцевих програмах розвитку; виділяють недостатній обсяг коштів на розвиток рекреаційного простору міста; мають низький середньомісячний рівень заробітної плати містян; мають низьку частку забезпеченості зеленими насадженнями загально-го користування. Крім того, у Миколаєві не дотримано санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах та не має програм щодо охорони зелених насаджень та навколишнього середовища.

Запропоновано напрями розвитку рекреаційного простору міст України, а саме: формування стратегічних цілей розвитку рекреаційного простору міст, розроблення Стратегій розвитку рекреаційного простору міст та інтеграція Стратегій розвитку рекреаційного простору міст у Стратегії розвитку міст.

Ключові слова: напрямок, розвиток, рекреаційний простір, місто, стратегічний розвиток, рекреаційний простір міст.

Постановка проблеми. У результаті стрімкого розвитку міст посилення фізичного і психологічного навантаження на його мешканців виникає необхідність у збільшенні рекреаційного простору міст для реалізації потреб містян у короткостроковій рекреації. Потреба в організації та розвитку рекреаційного простору міста зумовлена специфікою психофізіологічних потреб людини, яка потребує трьох видів рекреації: щоденної — по завершенні робочого дня, щотижневої — у вихідні та святкові дні, щорічної — у періоди відпустки. Отже, середовище проживання має бути здатне значною мірою ці потреби задовольняти, а самі рекреанти повинні прийняти такі можливості середовища і включити їх до своїх рекреаційних потреб.

Проте постає проблема розриву між тими рекреаційними можливостями, які акумулює місто, і характером їх використання. Низька ефективність реалізації рекреаційного потенціалу сучасними містами визначає необхідність дослідження підходів до планування та управління рекреаційним простором, обґрунтування необхідності його розвитку для отримання конкурентних переваг та створення сприятливих умов для задоволення рекреаційних потреб людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку рекреаційного простору міст постійно перебувають у центрі досліджень сучасних науковців. Так, науковці Лінг Ю., Цзямінг Лю та Тао Лі висловлюють думку, що рекреаційний простір — головний компонент міської публічної просторової системи, основне місце рекреаційної діяльності міських жителів. Ключовими ідеями їх дослідження є етапи розвитку досліджень рекреаційного простору: початковий період (1985–2000), період зростання (2001–2009) та період консолідації (2010–2018). Крім того, автори наголошують

на недоліках в існуючих дослідженнях, серед яких: зосередження на базових теоретичних дослідженнях, дослідницька система, яка не враховує характеристики, засновані на між-дисциплінарній та багаторівневій просторовій інтеграції, відсутність філософії та системи управління рекреаційним простором [1].

На думку О. Бейдика, рекреаційний простір — частина соціального простору, що формується внаслідок діяльності відпочиваючих і організаторів відпочинку та використовується для рекреаційної діяльності [2].

В. Яшук трактує поняття «рекреаційний простір» як складову публічного простору міста, основною метою функціонування якого є задоволення рекреаційних потреб містян. Як основні підсистеми рекреаційного простору авторка визначає: рекреаційні ресурси, рекреаційну інфраструктуру, рекреаторів, рекреантів та органи державного управління. Науковець виокремлює такі типи рекреаційних просторів: лікувально-оздоровчий простір, що включає в себе санаторії, пансіонати, галереї, парки, бази відпочинку, готелі, кемпінги, підприємства громадського харчування; фізкультурно-спортивний простір, до якого належать фізкультурні, спортивно-тренажерні будівлі та споруди, спортивні комплекси, майданчики, басейни та інші спортивні об'єкти; освітньо-пізнавальний простір, що включає музеї, бібліотеки, історичні та архітектурні пам'ятки, етнографічні об'єкти, етнічні села, центри майстерності і ремесл, природні пам'ятки; розважальний простір, до якого можна віднести торгово-розважальні центри, моли, театри, концертні зали, кіно-театри, клуби, паркові атракціони, пішохідні зони [3].

Тобто, рекреаційний простір міста доцільно розглядати як тип публічного простору, що формується в місті в результаті діяльності ак-

торів, на основі вибору тих чи інших моделей поведінки при реалізації рекреаційних потреб рекреантів.

Поняття рекреаційного простору та його напрями в Україні відсутні на законодавчому рівні, є лише поняття «рекреаційні зони». Навіть у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [4] увага акцентується на збалансованому розвитку рекреаційно-туристичних регіонів, територій та зон, а не на рекреаційному просторі. Більш того, у документі відсутні напрями розвитку щоденної рекреації та напрями розвитку рекреаційної діяльності в межах міста щодо короткотривалого відпочинку. Доцільно зазначити, що відсутні комплексні дослідження щодо напрямів розвитку рекреаційного потенціалу міст та держави, а розбір програмних документів міст свідчить, що переважна кількість заходів спрямована на розвиток туристичної сфери міста. Розвиток рекреаційних просторів міст залишається осторонь. Рекреаційна сфера міста розглядається або як частина туристичних чи спортивних комплексів, або не розглядається взагалі, хоча є не менш важливою. Саме тому потрібно перейти від управління розвитком рекреаційних зон до управління розвитком рекреаційних просторів міста, що повинні бути визначені у загальному стратегічному плані розвитку України та її територіальних одиниць.

Інформаційну базу дослідження становлять звіт про результати П'ятого муніципального опитування [5] та статистична і публічна інформація, що доступна на офіційних сайтах Вінниці, Кропивницького та Миколаєва [6–8]. Однак слід зазначити, що наявні аналітичні матеріали щодо показників діяльності міста мають несистематичний і подекуди загальний характер та не відображають реального стану рекреаційного розвитку міст. Зокрема відсутні переліки об'єктів міського господарства, віднесених до територій рекреаційного призначення, інформація про їх площі, технічний, екологічний та санітарний стан тощо.

Мета статті — визначення напрямів розвитку рекреаційного простору міст України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність використання рекреаційного потенціалу міст та вирішення проблем рекреаційного простору залежить від раціонального поєднання управлінської діяльності на національному та регіональному рівнях. Наці-

ональний рівень важливий з точки зору спрямування системи управління в напрямі різнобічної підтримки розвитку міської рекреації та її урахування в процесі удосконалення нормативної бази: Закони України «Про туризм», «Про охорону навколишнього природного середовища України», Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України.

Рівень міста є головним, оскільки саме тут зміни в рекреаційному просторі будуть найбільш відчутними. Це зумовлено, по-перше, розширенням можливостей місцевої влади в рамках децентралізації та реформи адміністративно-територіального устрою. Про це наголошує ст. 6 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»: «Первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень є територіальна громада села, селища, міста» [9]. Територіальні громади мають декілька джерел фінансування: державний бюджет, інвестиції, доходи від діяльності самої громади та ін. На початковій стадії становлення територіальних громад найбільш суттєвим джерелом фінансування є кошти, що виділяються з державного бюджету. Територіальні громади, отримуючи фінансові кошти з державного бюджету, мають право самостійно їх розподіляти, тобто, за наявності рекреаційних ресурсів, є можливість для розвитку діяльності з надання рекреаційних послуг з метою відпочинку мешканців міст. По-друге, можливістю залучення іноземних інвестицій, для реалізації проєктів у сферах благоустрою території, підвищення якості надання рекреаційних послуг та інших сфер життєзабезпечення міста. По-третє, зростанням зацікавленості містян, що беруть участь в розробленні та реалізації проєктів громадського бюджету, у покращенні рекреаційного простору міста.

Регіональні відмінності умов формування рекреаційного простору міста доцільно оцінювати за рівнем надання послуг населенню. З цією метою Соціологічна група «Рейтинг» щорічно проводить опитування щодо рівня задоволеності містянами якістю надання послуг у 22 сферах, серед яких: житлово-комунальне господарство, громадський транспорт, стан зелених зон та парків, а також стан навколишнього середовища загалом. За результатами П'ятого муніципального опитування створено рейтинг 24 обласних центрів України. Найкра-

щими для життя українці вважають Вінницю, Луцьк, Івано-Франківськ, Чернігів, Хмельницький, Харків, Маріуполь, Тернопіль, Львів і Черкаси. Посередні результати мають Житомир, Кропивницький, Рівне, Суми, Одеса, Київ, Северодонецьк, Дніпро, Ужгород. Найгіршими за оцінкою стали Херсон, Запоріжжя, Полтава, Чернівці та Миколаїв.

Для визначення напрямів розвитку рекреаційного простору міст України було досліджено основні показники розвитку міст, які займають найкращі (Вінниця), середні (Кропивницький) та найгірші (Миколаїв) позиції у рейтингу П'ятого муніципального опитування міст України. Результати порівняння наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Основні показники розвитку міст України (розроблено автором на основі [5–7, 10–11])

№ з/п	Показник	Вінниця	Кропивницький	Миколаїв
1	Місце в рейтингу	1	12	24
2	Площа міста, км ²	113,2	103	259,8
3	Статеві-вікова структура населення:			
	— жінки, %	53,4	54,2	52,2
	— чоловіки, %	46,6	45,8	45,8
	— населення віком 0–14 рр., %	17,9	16,8	15,9
	— населення віком 15–64 рр., %	65,4	62,9	62,5
	— населення віком 65 і ↑ рр., %	16,7	20,3	21,6
	— середній вік населення міста, років	35,9	37,8	38,6
4	Кількість населення, тис. осіб (01.01.2019)	369,8	227,4	483,2
5	Рівень середньої заробітної плати, тис. грн	9 302	8 361	9 981
6	Видатки бюджету міста на 2019 рік, млрд. грн	4,9	2,6	4,7
7	Частка видатків міського бюджету, яка припадає на 1 жителя міста, тис. грн	13139	11501	9711
8	Видатки з міського бюджету на туристичну та рекреаційну сфери міста, млн. грн	303,2	16,9	92,4
9	Частка видатків міського бюджету, що спрямована на туристичну та рекреаційну сфери міста, яка припадає на 1 жителя міста, грн.	820	74	191
10	Частка міського бюджету, що спрямована на туристичну та рекреаційну сфери міста, %	6,2	0,6	2
11	Площа зелених насаджень міста, га	3639	3017	2063
12	Площа зелених насаджень загального користування, що віднесена до територій рекреаційного призначення, га	972	689	879
13	Частка площ зелених насаджень загального користування, %	26,7	22,8	42,6
14	Площа зелених насаджень на 1 жителя міста, м ² (20 м ² <)	26,3	30,2	18,2
15	Генеральний план міста	+	+	+
16	Статут міста	+	+	+
17	Інститут розвитку міста	+	-	+
18	Туристичні міські організації	+	+	+
19	Концепція інтегрованого розвитку	+	-	-
20	Стратегія розвитку міста	+	+	+
21	План заходів з реалізації Стратегії розвитку	+	+	+
22	Програма економічного і соціального розвитку	+	+	+
23	Програма розвитку туристичної галузі	+	+	+
24	Програма охорони навколишнього середовища міста	+	+	-
25	Програма розвитку та збереження зелених насаджень міста	+	+	-

Продовження таблиці 1

№ з/п	Показник	Вінниця	Кропивницький	Миколаїв
26	Документи, що підтверджують кількість об'єктів зеленого господарства, віднесених до територій рекреаційного призначення та їх площі	-	-	+
27	Екологічний паспорт міста	+	+	+
28	Інвестиційний паспорт міста	+	+	+

Результати дослідження дозволяють встановити, що:

1. Усі проаналізовані міста:

— входять до категорії «Великі міста» України;

— входять до рейтингу 50-ти найбільших за площею міст України (Миколаїв — 9 місце, Вінниця — 12 місце, Кропивницький — 27 місце);

— мають і схожу статеву-вікову структуру населення. Найбільший середній вік мають жителі Миколаєва — 38,6 років, найменший, 35,9 років — Вінниці. Демографічний чинник відіграє велику роль у розвитку рекреаційного простору міст, з огляду на те, що від його характеристик залежать масштаби залучення в господарський оборот працездатного населення. Крім того, від цього залежить і специфіка сформованого в результаті рекреаційного простору. Найбільше кількість працездатного населення у Вінниці — 65, 4 %, а тих, що найбільше потребують рекреації, молодшого та старшого за працездатний у Миколаєві — 37,5 %. Облік даного чинника також дозволяє говорити про можливість використання гендерного принципу при плануванні рекреаційного простору міст [10];

— розробляють регуляторні акти: Генеральний план міста, Статут міста, Стратегію розвитку міста (Вінниця та Кропивницький до 2020 р., Миколаїв до 2021 р.), План заходів з реалізації Стратегії розвитку, Програму економічного і соціального розвитку та Програму розвитку туристичної галузі (Вінниця та Миколаїв до 2020 р., Кропивницький до 2022 р.), інвестиційний паспорт та екологічний паспорт міста;

— мають туристичні міські організації. У Вінниці Департамент маркетингу міста та туризму та Туристична рада при міському голові, у Кропивницькому Громадська рада з питань розвитку туризму, а у Миколаєві Громадська організація туристична рада м. Миколаєва та Громадська рада з питань розвитку туризму.

2. Тільки Вінниця та Кропивницький:

— мають Програму охорони навколишнього середовища міста і Програму розвитку та збереження зелених насаджень міста, що передбачають реалізацію комплексу заходів щодо розвитку, збереження та утримання зелених насаджень, а також створення нових зелених зон міста;

— дотримуються санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах. За міжнародними нормами цей показник має бути не меншим за 20 м² на 1 жителя міста, а у містах, де розміщуються промислові підприємства I і II класу шкідливості, наведені норми слід збільшувати на 15–20 % [11]. В середньому на одного міського мешканця в Україні припадає 16,3 м² зелених насаджень. Показники проаналізованих міст вищі середніх, у Вінниці — 26,9 м², Кропивницькому 30, 2 м².

3. Тільки Вінниця та Миколаїв:

— мають Інститути розвитку міст, що генерують, розробляють та реалізують ідеї щодо розвитку міста (Миколаїв — Інститут соціально-економічного розвитку міст, Вінниця — КП «Інститут розвитку міст»).

4. Лише Вінниця має:

— Концепцію інтегрованого розвитку міста. Концепція інтегрованого розвитку Вінниці до 2030 р. визначає просторові та змістові напрямки розвитку міста на наступні десять років. Концепція створена за широкого залучення громадськості та є другим за важливістю документом для розвитку міста після Генерального плану. У Концепції акцентується увага на просторовий розвиток міста, у тому числі на трансформації публічного та збереженні зеленого просторів міста;

— НУВ «Місто змістів» — платформу, створену за ініціативи організацій громадського суспільства для реалізації Стратегії розвитку Вінниця-2020, у рамках якої містяни, представники Вінницької міської ради та бізнесу мають можливість дискутувати про розвиток міста, обмінюватися досвідом, до-

лучатися до місцевих процесів прийняття рішень та генерувати ідеї для покращення міського простору.

5. Лише Миколаїв має оприлюднені на офіційному сайті документи, що підтверджують кількість рекреаційних зон, рекреаційних об'єктів та об'єктів зеленого господарства міста.

У результаті дослідження встановлено, що у масиві проаналізованих даних є показники, що негативно впливають на розвиток міського простору.

Усі міста:

— не оголосили про стратегічні цілі розвитку рекреаційного простору міст у Стратегіях розвитку міст та цільових місцевих програмах розвитку. Не виставили на публічне громадське обговорення питання розвитку рекреаційного простору міста, таким чином не враховуючи потреби та пропозиції громади;

— виділяють недостатній обсяг коштів на розвиток рекреаційного простору міста. Зокрема, частка бюджетних коштів, виділена в 2019 р. на розвиток туризму та рекреаційного простору міста, в середньому складала лише 4,7 %. Найбільш обмеженими є видатки Кропивницького, вони становлять лише 0,6 % від бюджету міста. Загалом кошти спрямовані на охорону пам'яток архітектури, забезпечення діяльності музеїв і виставок. Частина видатків спрямована на природоохоронні заходи та благоустрій зелених насаджень міста. Видатки Миколаєва, що становлять 2 % міського бюджету, спрямовані заходи у галузі туризму, організацію благоустрою міста та зелених насаджень та природоохоронні заходи. В умовах відсталості економічного розвитку цих міст бюджетні кошти виділяються лише на підтримання туристичних та рекреаційних ресурсів міста. Частка міського бюджету, що спрямована на розвиток туризму та рекреаційного простору міста Вінниці, становить 6,2 %, та, на відміну від Кропивницького і Миколаєва, включає видатки не тільки на підтримку на створення бюджетних коштів організації благоустрою міста і діяльності у сфері екології та охорони природних ресурсів, а й реставрацію пам'яток архітектури та на реалізацію проєктів у сфері туризму та рекреації;

— мали у 2019 р. середньомісячний рівень заробітної плати містян нижчий за середній показник 10 503 грн, по Україні (Миколаїв — 9 981 грн, Вінниця — 9 302 грн, Кропивниць-

кий — 8 361 грн) [12]. Враховуючи, що заробітна плата для більшості українців становить основний дохід сім'ї, то її рівень впливає на інтенсивність споживання різних рекреаційних послуг та визначає споживчу поведінку рекреантів;

— мають низьку частку забезпеченості зеленими насадженнями загального користування, що віднесені до територій рекреаційного призначення, від загальної площі зелених насаджень міста. Найнижчий показник має Кропивницький — 22,8 %, середній Вінниця — 26,7 % та найвищий у Миколаєві — 42,6 %, хоча останній має найменшу з порівнюваних площу зелених насаджень міста, лише 2063 га.

6. Лише Миколаїв:

— не має окремих програм для міста щодо охорони зелених насаджень та навколишнього середовища, заходи щодо їх збереження передбачаються реалізацією Комплексної програми охорони довкілля Миколаївської області на 2018–2020 рр.;

— не дотримується санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах. У середньому на одного жителя Миколаєва припадає 18,2 м² зелених насаджень. Це дає підстави стверджувати про низький рівень екології в місті та неуспішне виконання Комплексної програми охорони довкілля Миколаївської області.

Результати аналізу дозволяють запропонувати такі напрямки розвитку рекреаційного простору міст України.

1. Формування стратегічних цілей розвитку рекреаційного простору міст, що сфокусовані на потребах громади, шляхом публічного громадського обговорення та співпраці органів місцевого самоврядування, організацій громадського суспільства і представників місцевого бізнесу.

2. Розроблення Стратегії розвитку рекреаційного простору міста. Ефективне стратегічне планування розвитку рекреаційного потенціалу передбачає: проведення SWOT-аналізу (аналізу зовнішніх чинників — з оцінкою основних загроз і можливостей, внутрішніх чинників — з оцінкою сильних і слабких сторін територіальної громади); зазначення цілей, завдань, пріоритетів та ризиків; визначення керівництва та виконавців; окреслення коректного порядку дій; розроблення плану реалізації стратегії; забезпечення засобами досягнення кінцевих результатів.

3. Інтеграція Стратегії розвитку рекреаційного простору міста в Стратегію розвитку міста.

Висновки. Під час дослідження основних показників розвитку міст України визначено особливості планування і розвитку рекреаційного простору міст, які полягають: у віднесенні всіх проаналізованих міст до категорії «Великі міста» України та рейтингу 50-ти найбільших за площею міст України; схожості статево-вікової структури населення; наявності розроблених регуляторних актів та туристичних міських організацій. Крім того, особливостями Вінниці та Кропивницького визначено наявність програм охорони навколишнього середовища і збереження зелених насаджень міст та дотримання санітарних норм щодо площ зелених насаджень; Вінниці та Миколаєва — створення Інститутів розвитку міст; Вінниці — розроблення Концепції інтегрованого розвитку міста та створення мережі громадських організацій; Миколаєва — оприлюднення на офіційному сайті документів, що підтверджують кількість рекреаційних зон, рекреаційних об'єктів та об'єктів зеленого господарства міста.

Виокремлено особливості розвитку міст, що негативно впливають на розвиток міського простору. Зокрема, усі міста не оголосили про стратегічні цілі розвитку рекреаційного простору міст у Стратегіях розвитку міст та цільових місцевих програмах розвитку; виділяють недостатній обсяг коштів на розвиток рекреаційного простору міста; мають низький середньомісячний рівень заробітної плати містян; мають низьку частку забезпеченості зеленими насадженнями загального користування. Крім того, у Миколаєві не дотримано санітарних норм щодо площ зелених насаджень у містах та не має програм щодо охорони зелених насаджень та навколишнього середовища.

Запропоновано напрями розвитку рекреаційного простору міст України, а саме: формування стратегічних цілей розвитку рекреаційного простору міст, розроблення Стратегій розвитку рекреаційного простору міст та інтеграція Стратегій розвитку рекреаційного простору міст у Стратегії розвитку міст.

Список літератури

1. Yu, L., Liu, J., Li, T. Important progress and future prospects for studies on urban public recreational space in China. *Journal of*

Geographical Sciences, 2019, vol. 29, pp. 1923–1946. URL : https://www.researchgate.net/publication/336897981_Important_progress_and_future_prospects_for_studies_on_urban_public_recreational_space_in_China.

2. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. К. : Палітра, 1997, 130 с.

3. Ящук В. І. Теоретико-методологічні підходи до планування та управління рекреаційним простором міст. *Економіка та суспільство: електронне наукове фахове видання*. 2019. Вип. 20. URL : www.economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2647-yashchuk-v-i

4. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. *Сайт Верховної Ради України*. URL : <https://zakon.rada.gov.ua>.

5. П'яте всеукраїнське муніципальне опитування. *Сайт Соціологічної групи рейтинг*. URL : <http://ratinggroup.ua>.

6. Сайт Вінницької міської ради. URL : <https://www.vmr.gov.ua>.

7. Сайт міської ради міста Кропивницького. URL : <http://kr-rada.gov.ua>.

8. Сайт Миколаївської міської ради. URL : <https://mkrada.gov.ua>.

9. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21 травня 1997 р. № 280/97–ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

10. Статево-вікова структура населення України. Сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. Середня заробітна плата по регіонах за місяць у 2019 році. *Сайт Державної служби статистики України*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

12. Правила утримання зелених насаджень у населених пунктах України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.

References

1. L Yu, L., Liu, J., Li, T. (2019). Important progress and future prospects for studies on urban public recreational space in China. *Journal of Geographical Sciences*, volume 29, pp. 1923–1946. Available at: https://www.researchgate.net/publication/336897981_Important_progress_and_future_prospects_for_studies_on_urban_public_recreational_space_in_China.

2. Beidyk, O. O. (1997). *Slovnnyk-dovidnyk z heohrafiituryzmu, rekrealohii ta*

rekreatsiinoiheirohrafii [Dictionary-reference book on the geography of tourism, recreation and recreational geography]. Kyiv, Palitra Publ., 130 p.

3. Yashchuk, V. I. (2019). *Teoretyko-metodolohichni pidkhody do planuvannia ta upravlinnia rekreatsiinym prostorum mist* [Theoretical and methodological approaches to planning and management of recreational space of cities]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society], iss. 20. Available at : www.economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2647-yashchuk-v-i.

4. The Verkhovna Rada of Ukraine. *Stratehiarozvytkuturyzmu ta kurortivna period do 2026 roku* [Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026], available at : <https://zakon.rada.gov.ua>.

5. Website of the Sociological Group rating. *Piate vseukrainskemu nitsypalneopytuvannia* [Fifth All-Ukrainian Municipal Survey]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua>.

6. Website of Vinnytsia City Council. Available at : <https://www.vmr.gov.ua>.

7. Website of Kropyvnytskyi City Council. Available at : <http://kr-rada.gov.ua>.

8. Website of Mykolaiv City Council. Available at : <https://mkrada.gov.ua>.

9. The Verkhovna Rada of Ukraine (1997). On local self-government in Ukraine. The Law of Ukraine of May 21, 1997, available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

10. State Statistics Service of Ukraine. *Statevo-vikova struktura naseleння Ukrainy* [Gender and age structure of the population of Ukraine]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. State Statistics Service of Ukraine. *Serednia zarobitna plate po rehionakh za misiats u 2019 rotsi* [The average salary by region for the month in 2019] Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

12. *Pravylautrymannia zelenykh nasadzen u naselenykh punktakh Ukrainy* [Rules of keeping green plantations in settlements of Ukraine]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.

Objective. *The objective of the article is to determine the directions of development of the recreational space of Ukrainian cities.*

Methods. *The main scientific results are obtained by applying a set of general and special research methods, namely: abstract-logical (in determining the main indicators of the development of recreational space of cities), statistical method (for processing and analysis of information comparing urban areas, population, share of urban expenditures budget aimed at the tourist and recreational spheres of the city), grouping (for grouping the factors of development of the recreational space of cities), abstract-theoretical method (for theoretical synthesis, forming opinions and shaping priority areas of recreational space of Ukrainian cities).*

Results. *As a result of research of the basic indicators of development of the cities of Ukraine, features of planning and development of recreational space of cities are determined. They consist in: placing all analyzed cities into the category of “Big cities” of Ukraine and rating of 50 largest cities of Ukraine; similarity of sex and age structure of the population; availability of developed regulatory acts and tourist city organizations. In addition, the peculiarities of: Vinnytsia and Kropyvnytskyi are the existence of programs for environmental protection and preservation of green areas of cities and compliance with sanitary norms for green spaces; Vinnytsia and Mykolaiv - creation of Urban Development Institutes; Vinnytsia - development of the Concept of integrated development of the city and creation of a network of public organizations; Mykolaiv – publishing documents confirming the number of recreational areas, recreational facilities and green facilities of the city on the official website.*

Peculiarities of urban development that negatively affect the development of urban space are highlighted. In particular, all cities: have not announced strategic goals for the development of urban recreation space in Urban Development Strategies and targeted local development programs; provide insufficient funds for the development of the city’s recreational space; have a low average monthly salary of citizens; have a low share of public greenery. Besides, in Mykolaiv sanitary norms concerning green spaces in the cities aren’t followed and there are no programs concerning protection of green spaces and environment.

The following directions of development of recreational space of cities of Ukraine are offered: formation of strategic goals of cities’ space recreational development, development of recreational space formation Strategies and integration of cities’ recreational space development Strategies into urban development Strategy.

Key words: *direction, development, recreational space, city, strategic development, cities’ recreational space.*

Надійшла до редакції 30.04.2020

Наукове видання

ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ

Тематичний збірник наукових праць

2020 № 1(47)

Юридична адреса видавця:

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
вул. Курчатова, 13, м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50042,
e-mail: torgivlya@donnuet.edu.ua, www.donnuet.edu.ua.*

Адреса редакції:

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
вул. Трамвайна, 16, м. Кривий Ріг, Дніпропетровська обл., 50005,
тел. (0564) 409-77-97,
e-mail: torgivlya@donnuet.edu.ua,
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4929 від 07.07.2015 р.*

Підписано до друку 02.07.2020 р.

Формат 60x84/8. Папір офсетний.

Гарнітура «Times New Roman». Друк — лазерний.

Ум. друк. арк. 15,11. Обл.-вид. арк. 13,98.

Наклад 50 прим. Зам. № __.

Друкарня:

ФОП Маринченко С. В.

вул. Героїв АТО, 81-А, оф. 109, м. Кривий Ріг

Дніпропетровська обл., 50086

Свідоцтво про державну реєстрацію

№030567 від 19.01.2007 р.

Тел. (067) 539-66-81