

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*

2021

№ 1 (49)

*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  
2021

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

Відповідальний редактор – **Д. В. Акіндєєв**  
Відповідальний секретар – **В. А. Янковський**

**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 № 15 від 24.06.2021 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, 2021. 125 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, 2021

ISSN 2079-4762

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
MYKHAILO TUHAN-BARANOVSKYI DONETSK  
NATIONAL UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE

# TRADE AND MARKET OF UKRAINE

*Thematic collection of scientific works*

2021

№ 1 (49)

*Issued 2 times a year*

Collection of scientific works published since 1994

Founder — Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk National  
University of Economics and Trade

*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  
2021

Editor in chief — **N. O. Slobodianiuk, Grand PhD in Economic sciences, Professor**  
Deputy editor in chief — **K. S. Khavrova, Grand PhD in Economic sciences, Associate Professor**

Executive Editor in chief — **D. V. Akindieiev**  
Executive Secretary — **V. A. Yankovskyi**

**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; (Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade, Kryvyi Rih); 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 Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University  
of Economics and Trade (transaction No. 15 dated 24.06.2021).

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

*Language of edition: Ukrainian, Russian, English.*

*Torhivlia i rynek Ukraine* (2021). Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk National University of Economics and Trade [Trade and market of Ukraine]. Kryvyi Rih, DonNUET, 125 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*Берідзе Т. М., Бараник З. П.*

МОДЕЛЮВАННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19 В УКРАЇНІ ..... 9

*Бочарова Ю. Г., Горіна Г. О., Кожухова Т. В.,*АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ  
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

ДОНЕЦЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕГІОНУ У 2010–2019 РР. .... 18

*Ладигіна Л. Б.*

ДОЦІЛЬНІСТЬ ІНВЕСТУВАННЯ

В ГІРНИЧЕ-ДОБУВНУ ПРОМИСЛОВІСТЬ (НА ПРИКЛАДІ КРИВОРІЗЬКОГО  
ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО КОМБІНАТУ ОКИСЛЕНИХ РУД)..... 24*Макєєва О. О.*

АНАЛІЗ СИТУАЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ У 2012–2019 РР. .... 32

## ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

*Костакова Л. Д.*ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ  
У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА..... 42ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГ,  
МЕНЕДЖМЕНТ*Іванова Н. С. Маловичко С. В.*ПРОГНОЗУВАННЯ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ  
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 50*Карабаза І. А., Маловичко С. В., Крижовська В. Ю.*

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА

НА РИНКОВУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ «БОРЖОМІ» ..... 58

*Лохман Н. В., Корнілова О. В.*

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ СТАРТАПУ ..... 65

*Приймак Н. С.*КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК

ІЗ КОМУНІКАЦІЙНОЮ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА..... 70

*Хаврова К. С., Кореніцина Т. В., Гришук О. А.*

ЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЩОДО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ ..... 77

## ФІНАНСИ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ І АУДИТ

*Шевченко Л. Я., Гейєр Е. С., Шендригоренко М. Т., Ємельянова О. А.*ЛІЗИНГОВІ ОПЕРАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ  
ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ..... 84

*Шендригоренко М. Т., Гейєр Е. С., Шевченко Л. Я., Коверза В. С.*

ОПЕРАТИВНИЙ АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ  
ПІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА  
В УМОВАХ ВИКОРИСТАННЯ SAP R/3 ..... 91

*Янковський В. А., Дядюра К. В.*

ПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ:  
СУТНІСНА СКЛАДОВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ..... 99

## **РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ**

*Горіна Г. О., Бочарова Ю. Г., Крижимінська Є. Г.*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ  
ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ ЄС ..... 105

*Романуха О. М., Шаповалова І. В.*

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ  
ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ  
НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ УКРАЇНИ..... 116

## CONTENTS

### SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF WORLD AND NATIONAL

*Beridze T. M., Baranik Z. P.*

SIMULATION OF THE COVID-19 PANDEMIC IN UKRAINE..... 9

*Bocharova Yu. H., Gorina G. O., Kozhuhova T. V.*

ANALYSIS OF ACTIVITIES OF INNOVATIVELY  
ACTIVE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF DONETSK ECONOMIC REGION ..... 18

*Ladyhina L. B.*

EXPEDIENCY OF INVESTING IN MINING INDUSTRY (ON THE EXAMPLE  
OF THE KRYVYI RIH MINING AND PROCESSING PLANT OF OXIDIZED ORES)..... 24

*Makieieva O. O.*

ANALYSIS OF THE SITUATION ON THE LABOR MARKET  
OF UKRAINE IN 2012–2019 YEARS ..... 32

### ECONOMY OF TRADE AND SERVICES

*Kostakova L. D.*

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF EXPENSES FORMATION  
IN THE ESTABLISHMENTS OF THE RESTAURANT INDUSTRY ..... 42

### ENTREPRENEURIAL ACTIVITY, MARKETING, MANAGEMENT

*Ivanova N. C., Malovychko S. V.*

FORECASTING IN THE PROCESS OF MAKING A MANAGERIAL DECISION  
BY A TRADING COMPANY..... 50

*Karabaza I. A., Malovychko S. V., Kryzhovska V. Yu.*

ANALYSIS OF THE MACRO ENVIRONMENTAL FACTORS INFLUENCE  
ON THE MARKET BEHAVIOR OF «BORJOMI» MINERAL WATER CONSUMERS..... 58

*Lokhman N. V., Kornilova O. V.*

FORMATION OF EFFECTIVE TEAM FOR STARTUP..... 65

*Pryimak N. S.*

CONCEPT OF INFORMATION SUPPORT  
OF STRATEGIC MANAGEMENT AND ITS RELATIONSHIP  
WITH THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE ENTERPRISE ..... 70

*Khavrova K. S., Korenicina T. V., Grishuk O. A.*

THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP REGARDING  
THE DEVELOPMENT OF THE REGION ..... 77

### FINANCES, RECORD-KEEPING, CONTROL AND AUDIT

*Shevhenko L. Ya., Geyer E. S.,*

*Shendryhorenko M. T., Yemelyanova O. A.*

LEASING OPERATIONS:  
CURRENT ISSUES OF ACCOUNTING AND ITS IMPROVEMENT ..... 84

*Shendryhorenko M. T., Geyer E. S., Shevchenko L. Ya., Koverza V. S.*

OPERATIONAL ANALYSIS AND CONTROL  
OF THE PRODUCTION PROCESS OF THE MINING AND ENCINERING  
ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF USING SAR R / 3 ..... 91

*Yankovskyi V. A., Diadiura K. V.*

DIRECT TAXATION IN UKRAINE:  
ESSENTIAL COMPONENT AND CURRENT TRENDS..... 99

### **DEVELOPMENT OF SPHERE OF SERVICES ON MIKRO-, MEZO- AND MACROLEVELS**

*Gorina G. O., Bocharova Yu. H., Kryzhyminska Ye. H.*

SOCIO-ECONOMIC INDICATORS  
OF TOURISM DEVELOPMENT IN EU COUNTRIES ..... 105

*Romanykha O. M., Shapovalova I. V.*

SOCIAL NETWORKS' COMMUNICATIONS PECULIARITIES  
OF HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES ON THE EXAMPLE  
OF HOTELS AND RESTAURANTS OF UKRAINE ..... 116



**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ  
СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-9-17

JEL : C19, D29

УДК 332.13:330.13

**Берідзе Т. М.,**  
д-р екон. наук,  
доцент**Бараник З. П.,**  
д-р екон. наук,  
професорКриворізький національний університет,  
Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: beridzet2016@gmail.comКиївський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана,  
Київ, Україна,  
e-mail: baranikz@ukr.net**МОДЕЛЮВАННЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19 В УКРАЇНІ**

UDC 332.13:330.13

**Beridze T. M.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor**Baranik Z. P.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
ProfessorKryvyiy Rih National University,  
Kryvyi Rih, Ukraine  
email: beridzet2016@gmail.comKyiv National Economic University  
named after Vadym Hetman,  
Kyiv, Ukraine  
email: baranikz@ukr.net**SIMULATION OF THE COVID-19 PANDEMIC IN UKRAINE**

**Мета.** Дослідження розповсюдження пандемії COVID-19 в Україні на підставі статистичної інформації шляхом математичного моделювання з застосуванням ARIMA-моделей задля прогнозування постраждалих від COVID-19.

**Методи.** Проблема, яка потребує як найшвидшого вирішення, аналізу статистики хворих COVID-19 задля відповідного прогнозування. Моніторинг щодо чисельності постраждалих від COVID-19, опублікованих в засобах масової інформації, дає підстави вважати про наявність процесів з невизначеністю. Застосування методу математичного моделювання дозволяє проаналізувати стан захворюваності COVID-19 з метою прогнозування постраждалих від пандемії. Показано, що статистична інформація постраждалих від COVID-19, утворюють стохастичні часові ряди з дискретністю в одну добу. Аналіз цих рядів дозволив дійти висновку щодо можливості моделювання на підставі кореляційної теорії випадкових процесів. Зведення нестационарних часових рядів, які містять стаціонарні збільшення, до лінійних стаціонарних рядів шляхом визначення другої різниці дало можливість синтезувати структуру математичної моделі у вигляді авторегресії другого порядку. Застосування статистичних даних щодо постраждалих від COVID-19, дозволило ідентифікувати параметри математичних моделей відповідно до постраждалих від COVID-19.

**Результати.** Досліджено процес розповсюдження пандемії COVID-19 в Україні на підставі статистичних даних. Розроблені математичні моделі дозволили спрогнозувати кількість постраждалих від COVID-19. Це надало можливість обчислити залежність чисельності постраждалих від COVID-19, що припадає на одного одужаного або померлого в залежності від часу. Отримані аналітичні співвідношення в оцифрованому вигляді довели, що за досить тривалий період, порядку 80 днів, кількість постраждалих від COVID-19 зростає. У той же час швидкість збільшення кількості, які захворіли і померли від COVID-19 зменшується, що дає підстави визначити оптимістичний сценарій щодо терміну закінчення спалаху COVID-19. Запропоновано скористатися розробленою методикою задля порівняння динаміки кількості постраждалих від COVID-19, що забезпечить можливість визначити ефективність заходів по попередженню COVID-19.

**Ключові слова:** пандемія, модель, стохастичність, часовий ряд, авторегресія, прогноз.

**Постановка проблеми.** Статистичні дані по чисельності захворюваності від COVID-19, які публікуються в джерелах інформації, викликають велике занепокоєння, пов'язане з майбутньою невизначеністю. Як один із можливих шляхів розв'язання цих питань є застосування методів математичного моделювання, які дозволяють проаналізувати стан захворюваності COVID-19 з метою прогнозування кількості захворілих, одужавших і померлих людей від цього захворювання.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням прогнозування на підставі застосування часових рядів присвячено досить багато публікацій. Зокрема, можна виділити публікації, присвячені демографічним дослідженням. Так, Е. Д. Копнова і Л. А. Родіонова застосували ARIMA-моделі задля реалізації статистичних підходів щодо аналізу і прогнозування демографічних даних. Проведений аналіз показав, що «...оцінені ARIMA-моделі щодо коефіцієнта сумарної народжуваності мають хороші статистичні та прогностичні властивості...» [1]. В свою чергу, в роботі [2] Р. Г. Бахітова, І. А. Лакман і Н. К. Шамсутдінова дослідили за допомогою ARIMA-моделей відносні показники народжуваності, вікові коефіцієнти народжуваності і сумарний коефіцієнт народжуваності на період до 2021 р. Дослідники Л. В. Грахольська та А. Ю. Мітрофанова проаналізували прогноз вартості мінімального набору продуктів харчування [3]. Науковці М. Р. Сафіулін, Л. А. Єльшин, А. А. Абдукаєва дослідили часові ряди на основі використання класу моделей авторегресії — ковзаючого середнього (ARMA) [4]. На увагу заслуговує стаття проф. І. Бен-Ізраєля (Ben-Israel I., 2020) [5]. В цій статті автор стверджує, що пандемія COVID-19 триватиме не більше 70 діб. Незважаючи на те, що для підтвердження приводяться графічні матеріали, ці висловлювання носять якісний характер. Таким чином, проведений аналіз останніх досліджень та публікацій дає підстави стверджувати про актуальність застосування ARIMA-моделювання при вирішенні складних задач.

**Мета статті** полягає в дослідженні розповсюдження пандемії COVID-19 в Україні на підставі статистичних даних шляхом математичного моделювання з застосуванням

ARIMA-моделей з метою прогнозування кількості людей, постраждалих від COVID-19.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На першому кроці при застосуванні математичного моделювання виникає питання про вибір найбільш ефективного методу вирішення поставленого завдання. Враховуючи, що статистичні дані щодо постраждалих від COVID-19, подаються через заданий проміжок часу (одна доба), тобто є дискретними стохастичними часовими рядами, на цій підставі можна припустити, що найбільш відповідним буде застосування кореляційної теорії випадкових процесів [6]. Зокрема, за доцільне пропонується застосування параметричних методів, хоча вони вимагають більш повної інформації щодо досліджуваних часових рядів. Аналіз представлених часових рядів показує, що вони відносяться до нестационарних. Особливістю цих рядів є те, що вони не мають фіксованого середнього значення. Однак, якщо не враховувати локальний рівень і тренд, будь-яка частина часового ряду за своєю поведінкою може вважатися в чомусь подібною до будь-якої іншої. Моделі, що описують таку однорідну нестационарну поведінку, характерні тим, що деяка відповідна різниця процесу є стаціонарною. Таким чином, такий часовий ряд моделюється як модель Бокса-Дженкінса, тобто є інтегрована модель авторегресії — ковзаючого середнього [7]. В сучасних позначеннях ця модель дається виразом ARIMA ( $p, d, q$ ), де  $p$  — порядок авторегресії,  $q$  — порядок ковзаючої середньої,  $d$  — порядок різниці часового ряду. Згідно підходу ARIMA до часових рядів в першу чергу оцінюється стаціонарність ряду, тобто порядок його інтегрованості. Далі при необхідності (якщо порядок інтегрованості більше нуля) ряд перетворюється шляхом визначення різниці відповідного порядку і надалі щодо перетвореної моделі будується деяка ARMA-модель. Оскільки передбачається, що отриманий процес є стаціонарним, на відміну від нестационарного процесу (інтегрованого процесу порядку  $d$ ).

На рис. 1 а), б), в) показані три часових ряди, отриманих відповідно статистичних даних щодо пандемії COVID-19 в Україні [8].

Аналіз часових рядів на рис. 1 а), б), в) вказує на те, що ці ряди є нестационарними і

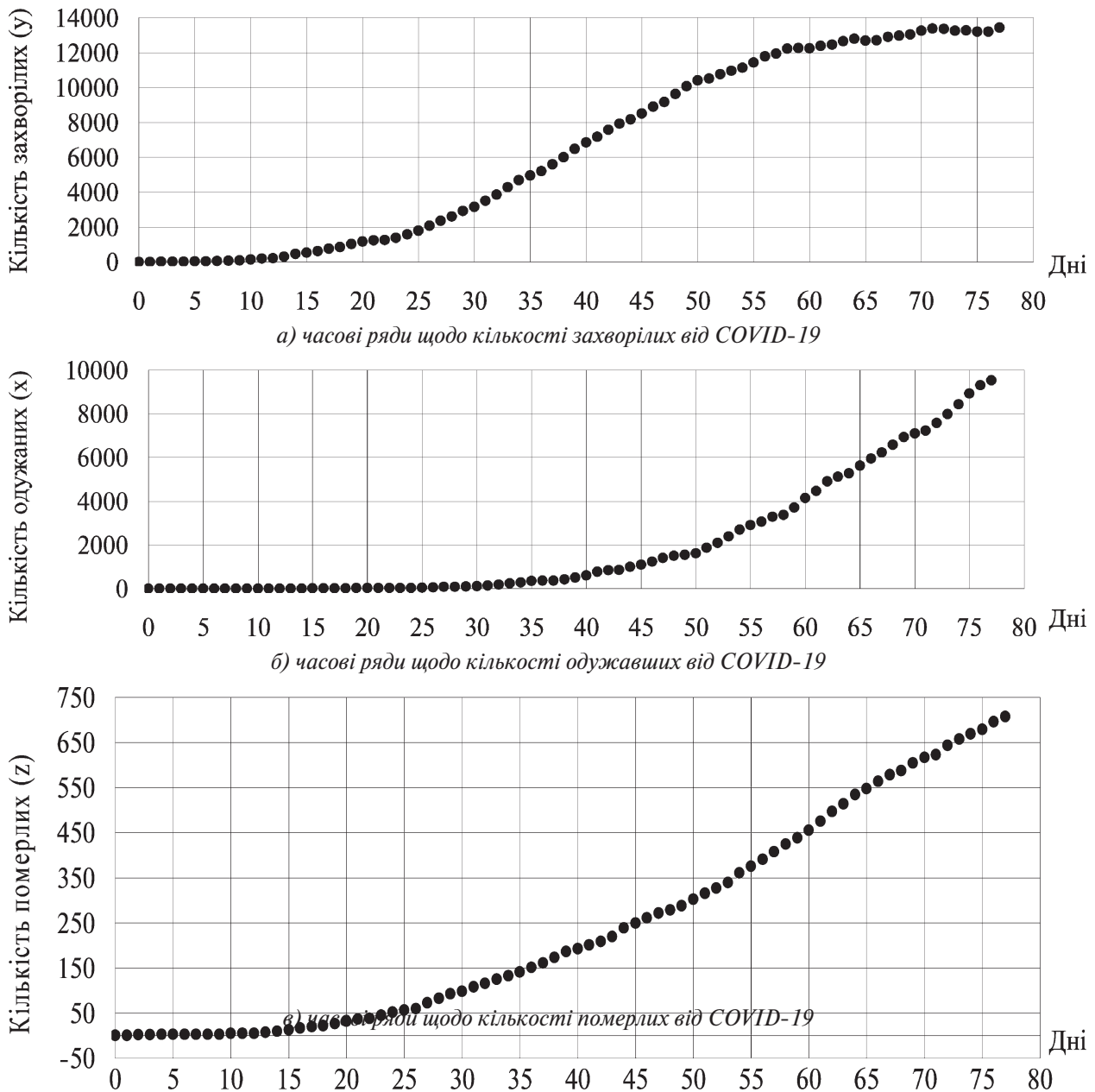


Рис. 1. Часові ряди, отримані відповідно до статистичних даних щодо пандемії COVID-19 в Україні (складено автором на основі [8]).

стохастичними. Існує величезна кількість різних проявів нестационарності процесів. Однак тимчасові ряди, які розглядаються, проявляють однорідну стаціонарність, яка може бути представлена модифікованою формою моделі авторегресії. Для можливості використання лінійних стаціонарних моделей робиться припущення, що  $k$ -а різниця ряду може бути представлена лінійним стаціонарним процесом авторегресії.

Аналіз таких часових рядів показує, що їх можна розглядати, як лінійні стохастичні ряди, тобто модель ARIMA ( $p, d, q$ ) при  $d = 2$  переходить в модель ARMA ( $p, q$ ) (Boxing, J., 1974) [9]. Таке припущення дозволяє поста-

вити питання щодо стратифікації досліджених рядів, тобто щодо вибору структури. Для цього природно скористатися кореляційним аналізом.

Аналіз автокореляційних функцій показує, що з урахуванням помилок оцінок автокореляцій значення часових рядів других різниць станів кількості людей, які постраждали від COVID-19, практично не корелюють один з одним, тобто розглянуті часові ряди можна представити, як «білий шум». Математично це може бути записано, як модель ARIMA (0, 2, 0), у вигляді

$$\Delta^2 u_t = a_t, \quad (1)$$

де  $\Delta^2 u_t$  — друга різниця часового ряду  $u_t (t=0, \Delta t, 2\Delta t, \dots, k\Delta t, \dots)$ ;  $\Delta t$  — дискретність часового ряду;  $a_t$  — послідовність незалежних імпульсів, «білий шум».

Згідно з означенням другої різниці, формулу (1) можна записати в розгорнутому вигляді

$$u_t = 2u_{t-\Delta t} - u_{t-2\Delta t} + a_t. \quad (2)$$

Таким чином, формула (2) є спільною математичною моделлю часових рядів

станів кількості людей, постраждалих від COVID-19. Разом з тим, для виділення особливостей розглянутих рядів, було проведено знаходження параметрів для кожного з рядів відповідно до структури математичної моделі (2). Шляхом використання пакета АНАЛІЗ ДАНИХ, що входить в MS Excel, були синтезовані моделі і обчислені їх критерії, які представлені в табл. 1.

Коефіцієнти детермінації  $R^2$ , наведені в табл. 1, вказують на тісний лінійний зв'язок на-

Таблиця 1

Результати аналізу станів кількості людей, постраждалих від COVID-19 (складено автором)

Стан потерпілого від COVID-19	Математична модель кількості людей, які постраждали від COVID-19	Критерії			
		$R^2$	$F$	$t_1$	$t_2$
Захворювання	$y_t = 1,862y_{t-\Delta t} - 0,860y_{t-2\Delta t} + a_t$	0,999	267767	30,0	-13,6
Одужання	$x_t = 1,616x_{t-\Delta t} - 0,596x_{t-2\Delta t} + a_t$	0,999	92472	15,3	-5,4
Смерть	$z_t = 1,700z_{t-\Delta t} - 0,691z_{t-2\Delta t} + a_t$	0,999	284823	18,9	-7,5

явної величини змінної з двома попередніми величинами. Беручи до уваги, що критичні величини критеріїв Фішера  $F_{кр} (0,05; 1; 76) = 3,9$  і Стьюдента  $t (0,05; 76) = 2,0$  менше модулів відповідних фактичних величин критеріїв Фішера і Стьюдента, можна зробити висновок про статистичну значущість математичних моделей кількості людей, які постраждали від COVID-19.

Побудовані математичні моделі постраждалих від COVID-19, дозволяють здійснити прогнозування з застосуванням представлення моделі різницею рівнянням. Згідно табл. 1, математична модель кількості людей, які захворіли на COVID-19, має вигляд

$$y_t = 1,862y_{t-\Delta t} - 0,860y_{t-2\Delta t} + a_t. \quad (3)$$

Тоді прогнози в момент часу  $t$  будуть мати вигляд

$$\hat{y}_t(2\Delta t) = 1,862 \cdot \hat{y}_t(\Delta t) - 0,860 \cdot y_t. \quad (4)$$

Разом з цим, для знаходження довірчих меж для прогнозів треба знайти нове представлення прогнозу через ваги  $\Psi_1, \Psi_2, \dots, \Psi_{L-1}$  ( $L$  — попередження). Для цього, згідно формулі (3), записаний у вигляді

$$(1 - 1,862B + 0,860)u_t = a_t,$$

де  $B$  — оператор зсуву назад, тобто  $Bu_t = u_{t-\Delta t}$ , треба розв'язати рівняння

$(1 - 1,862B + 0,860B^2)(1 + \psi_1 B + \psi_2 B^2 + \dots) = 1$   
Шляхом прирівнювання коефіцієнтів при  $B^k$  послідовно знаходимо

$$\psi_k = 1,862\psi_{k-1} - 0,860\psi_{k-2}, \quad k = 2, 3, \dots \quad (5)$$

Для обчислення ймовірнісних меж прогнозів при довільному попередженні скористаємось тим, що дисперсія похибки прогнозу на  $l$  кроків вперед дорівнює [10]

$$V(l) = \left( 1 + \sum_{k=1}^{l-1} \psi_k^2 \right) s_a^2, \quad (6)$$

де  $s_a^2$  — дисперсія залишків часового ряду.

Наближені 95 %-ні ймовірнісні межі  $y_{t+l}$  (-) і  $y_{t+l}$  (+) для  $y_{t+l}$ , будуть мати вигляд

$$y_{t+l\Delta t}(\pm) = \hat{y}_t(l\Delta t) \pm 1,96s_a \sqrt{1 + \sum_{k=1}^{l-1} \psi_k^2}. \quad (7)$$

В табл. 2 приведені результати обчислення прогнозів по формулам (4) з застосуванням формул (5) для 95 %-х ймовірнісних меж прогнозів при довільному попередженні при дисперсії залишкової похибки  $s_a^2 = 9612$ . В першому стовпці табл. 2 виписаний час, в другому стовпці — число людей, які захворіли на цей час COVID-19. По діагоналі табл. 2 виписані прогнозні величини кількості людей, які захворіють в майбутньому COVID-19, якщо

починати прогноз з  $t = 70$ . Діагональне розташування в табл. 2 дозволяє кожному прогнозу з'являтися проти того значення ряду, яке він прогнозує.

Так,  $\hat{y}_{70}(5\Delta t) = 13181$ , і цей прогноз, зроблений в момент  $t = 70$ , є прогнозом  $y_{75}$  і

з'являється напроти цієї величини. Прогноз для  $t = 77$  з урахуванням 95 %-х ймовірнісних меж складе

$$13223 - 1690 \leq \hat{y}(7\Delta t) \leq 13223 + 1690,$$

$$11533 \leq \hat{y}_{70}(7\Delta t) \leq 14913$$

Таблиця 2

Схема для обчислення прогнозів кількості людей, які захворіли на COVID-19

Час попередження $l\Delta t$	1	2	3	4	5	6	7
Коефіцієнти $\psi_l$	1,86	2,61	3,25	3,82	4,31	4,74	5,12
95 % межі $\pm$	192	406	645	898	1159	1424	1690
$t$	$y_t$						
69	<b>12975</b>						
70	<b>13046</b>						
71	13261	13133					
72	13388		13472				
73	13365			13524			
74	13252				13372		
75	13274					13181	
76	13198						13159
77	13197						13223

Враховуючи, що кількість захворілих людей становить  $y_{77} = 13197$ , можна зробити висновок, що інтервальний прогноз досить близький до реальності.

Відповідно до табл. 1, математична модель кількості людей, які одужали від COVID-19, має вигляд

$$x_t = 1,616x_{t-\Delta t} - 0,596x_{t-2\Delta t} + a_t, \quad (8)$$

Тоді прогнози в момент часу  $t$  будуть мати вигляд

$$\hat{x}_t(2\Delta t) = 1,616 \cdot \hat{x}_t(\Delta t) - 0,596 \cdot x_t, \quad (9)$$

Разом з цим, для знаходження довірчих меж для прогнозів треба знайти нове представлення прогнозу через ваги  $\psi_1, \psi_2, \dots, \psi_{L-1}$  ( $L$  — попередження). Для цього, згідно формулі (8), записаній у вигляді

$$(1 - 1,616B + 0,696B^2)x_t = a_t,$$

треба розв'язати рівняння

$$(1 - 1,616B + 0,696B^2)(1 + \psi_1 B + \psi_2 B^2 + \dots) = 1$$

Шляхом прирівнювання коефіцієнтів при  $B^k$  послідовно знаходимо

$$\psi_k = 1,616\psi_{k-1} - 0,696\psi_{k-2}, \quad k = 2, 3, \dots, \quad (10)$$

Розраховані прогнози відповідно до формули (9) з застосуванням формули (10) для

95 %-х ймовірнісних меж прогнозів при довільному попередженні при дисперсії залишкової похибки  $s_a^2 = 4960$ .

Прогноз для  $t = 77$  з урахуванням 95 %-х ймовірнісних меж складе

$$9722 - 601 \leq \hat{x}_{70}(7\Delta t) \leq 9722 + 601$$

$$9121 \leq \hat{x}_{70}(7\Delta t) \leq 10323.$$

Враховуючи, що кількість одужавших людей становить  $x_{77} = 9538$ , можна зробити висновок, що інтервальний прогноз досить близький до реальності.

Згідно табл. 1, математична модель кількості людей, які померли від COVID-19, має вигляд

$$z_t = 1,700z_{t-\Delta t} - 0,691z_{t-2\Delta t} + a_t. \quad (11)$$

Тоді прогнози в момент часу  $t$  будуть мати вигляд

$$\hat{z}_t(2\Delta t) = 1,7 \cdot \hat{z}_t(\Delta t) - 0,691 \cdot z_t. \quad (12)$$

Разом з цим, для знаходження довірчих меж для прогнозів треба знайти нове представлення прогнозу через ваги  $\psi_1, \psi_2, \dots, \psi_{L-1}$  ( $L$  — попередження). Для цього, згідно формулі (11), записаній у вигляді



$$(1 - 1,7B + 0,691B^2)z_t = a_t$$

треба розв'язати рівняння

$$(1 - 1,7B + 0,691B^2)(1 + \psi_1 B + \psi_2 B^2 + \dots) = 1.$$

Шляхом прирівнювання коефіцієнтів при  $B^k$  послідовно знаходимо

$$\psi_k = 1,7\psi_{k-1} - 0,691\psi_{k-2}, \quad k = 2, 3, \dots \quad (13)$$

Розбракано прогнозні значення по формулам (12) з застосуванням формул (13) для 95 %-них ймовірнісних меж прогнозів при довільному попередженні при дисперсії залишкової похибки  $s_a^2 = 14$ .

Прогноз для  $t = 77$  з урахуванням 95 %-х ймовірнісних меж складе

$$714 - 49 \leq \hat{z}_{70}(7\Delta t) \leq 714 + 49;$$

$$655 \leq \hat{z}_{70}(7\Delta t) \leq 763.$$

Враховуючи, що кількість померлих людей становить  $z_{77} = 708$ , можна зробити висновки, що інтервальний прогноз досить близький до реальності.

На практиці для дослідження часових рядів вважається доцільним представити математичну модель (1) у вигляді:

$$\Delta u_t - \Delta u_{t-\Delta t} = a_t, \quad (14)$$

тобто записати через швидкості зміни величин.

Разом з тим, для виділення особливостей розглянутих рядів, було проведено знаходження параметрів для кожного з рядів відповідно до структури математичної моделі (14). Шляхом використання пакета АНАЛІЗ ДАНИХ, що входить в MS Excel, були синтезовані моделі і їх критерії.

Коефіцієнти детермінації  $R^2$ , вказують на тісний лінійний зв'язок наявної величини різниці змінної з попередньою величиною різниці. Беручи до уваги, що критичні величини критеріїв Фішера  $F(0,05; 1; 76) = 3,9$  і Стьюдента  $t(0,05; 76) = 2,0$  менше модулів відповідних фактичних величин критеріїв Фішера і Стьюдента, можна зробити висновок про статистичну значущість математичних моделей різниці кількості людей, які постраждали від COVID-19.

Аналіз математичних моделей швидкості зміни кількості людей, які постраждали від COVID-19, показує, що на кожному послідовному кроці швидкість зростання кількості

людей зменшується, оскільки знайдені коефіцієнти менше одиниці.

Здобуті математичні моделі дозволяють здійснити прогнозування швидкості зміни кількості людей, які постраждали від COVID-19.

В загальному вигляді математичні моделі швидкості зміни кількості людей, які постраждали від COVID, має вигляд

$$\Delta u_t = b\Delta u_{t-\Delta t} + a_t, \quad (15)$$

де  $b$  — параметр.

Тоді прогнози в момент часу  $t$  будуть мати вигляд

$$\hat{\Delta y}_t(\Delta t) = b\Delta y_t$$

$$\hat{\Delta y}_t(l\Delta t) = b\hat{\Delta y}_t((l-1)\Delta t), \quad (l = 2, 3, \dots).$$

Здобуті формули можна записати у загальному вигляді

$$\hat{\Delta y}_t(l\Delta t) = b^l \Delta y_t, \quad (l = 1, 2, 3, \dots), \quad (16)$$

Для знаходження довірчих меж для прогнозів треба знайти нове представлення прогнозу через ваги  $\psi_1, \psi_2, \dots, \psi_{L-1}$  ( $L$  — попередження). Для цього, згідно формулі (15), записаній у вигляді

$$(1 - bB)z_t = a_t$$

треба розв'язати рівняння

$$(1 - bB^2)(1 + \psi_1 B + \psi_2 B^2 + \dots) = 1.$$

Шляхом прирівнювання коефіцієнтів при  $B^k$  послідовно знаходимо

$$\psi_1 = b,$$

$$\psi_{k-1} = b\psi_k, \quad (k = 2, 3, \dots)$$

або

$$\psi_k = b^k, \quad (k = 0, 1, 2, \dots), \quad (17)$$

Для обчислення ймовірнісних меж прогнозів при довільному попередженні скористаємось тим, що дисперсія похибки прогнозу на  $l$  кроків вперед обчислюється по формулі (6). Підставляючи (17) в (6), маємо

$$V(l) = s_a^2 \sum_{k=0}^{l-1} b^{2k}, \quad (18)$$

Користуючись формулою для суми членів геометричної прогресії, формула (18) перетворюється до вигляду [11]

$$V(l) = s_a^2 \cdot \frac{1-b^{2l}}{1-b^2}, \quad (19)$$

Тоді з урахуванням (19) формула (7) приймає вигляд

$$\Delta u_{t+l\Delta t}(\pm) = \hat{\Delta u}_t(l\Delta t) \pm 1,96s_a \sqrt{\frac{1-b^{2l}}{1-b^2}}, \quad (20)$$

Враховуючи (16), формула (20) перетворюється до виду

$$\Delta u_{t+l\Delta t}(\pm) = b^l \Delta u_t \pm 1,96s_a \sqrt{\frac{1-b^{2l}}{1-b^2}}, \quad (l=1, 2, 3, \dots), \quad (21)$$

Користуючись (21), формули для кожного із станів людей, постраждалих від COVID-19 представлені в табл. 3.

Формули, представлені в табл. 3, дозволяють проводити точковий і інтервальний прогнози з 95 %-ми довірчими межами швидкості зміни кількості людей, постраждалих від COVID-19.

Отримані математичні моделі кількості людей, які постраждали від COVID-19, дозволяють відповісти на питання про кількість людей, захворілих на COVID-19, що припадають на одиницю одужавших і померлих людей від COVID-19. Так, кількість людей, захворілих на COVID-19, що припадають на одну

Таблиця 3

Прогнозування швидкості зміни кількості людей, постраждалих від COVID-19 (складено автором)

Стан потерпілого від COVID-19	Параметри		Формула обчислення швидкості зміни кількості людей, постраждалих від COVID-19
	$b$	$s_a^2$	
захворювання	0,909	9613	$\Delta y_{t+l\Delta t} = 0,909^l \Delta y_t \pm 461,1\sqrt{1-0,826^l}$
одужання	0,927	5673	$\Delta x_{t+l\Delta t} = 0,927^l \Delta x_t \pm 393,6\sqrt{1-0,859^l}$
смерть	0,938	16,2	$\Delta z_{t+l\Delta t} = 0,938^l \Delta z_t \pm 22,7\sqrt{1-0,88^l}$

одужавшу людину, знаходиться шляхом відповідного поділу

$$\frac{\bar{y}_t}{\bar{x}_t} = \frac{\bar{y}_{t-\Delta t} - 0,463\bar{y}_{t-2\Delta t}}{0,887\bar{x}_{t-\Delta t} - 0,341\bar{x}_{t-2\Delta t}}, \quad (22)$$

У свою чергу, кількість людей, захворілих на COVID-19, що припадають на одну померлу людину, знаходиться шляхом відповідного поділу

$$\frac{\bar{y}_t}{\bar{z}_t} = \frac{\bar{y}_{t-\Delta t} - 0,463\bar{y}_{t-2\Delta t}}{0,945\bar{z}_{t-\Delta t} - 0,405\bar{z}_{t-2\Delta t}}, \quad (23)$$

У формулах (22), (23) використовуються середні величини змінних, що дозволяє прийняти середню величину похибок, рівній нулю, тобто  $\bar{a}_t = 0$ .

Порівняння розрахунків за реальними статистичними даними і за формулами (22), (23) показує хороший збіг.

Аналіз отриманих даних показує, що спочатку пандемії COVID-19 кількість хворих людей, що припадають на одну людину, яка видужала або померла від COVID-19, різко зростає. Це можна пояснити неефективніс-

тю лікування, пов'язаної з особливостями COVID-19. Далі, по мірі накопичення досвіду лікування COVID-19, кількість хворих людей, що припадають на одну людину, яка видужала або померла від COVID-19, монотонно спадає. В першому випадку на 77 добу кількість хворих людей, які припадають на одну одужавшу людину, наближається до 1,4. В другому випадку на 77 добу кількість хворих людей, які припадають на одну померлу людину, наближається до 19.

**Висновки.** Моделювання пандемії COVID-19 в Україні на підставі статистичних даних на етапі її поширення дозволило за відповідною аналітичною залежністю провести точковий і інтервальний прогнози кількості і швидкості зміни кількості захворілих, одужалих і померлих від COVID-19. Відповідно до отриманих формул в оцифрованому вигляді показано, що за досить тривалий досліджуваний період, порядку 80 діб, кількість постраждалих від COVID-19, зростає. У той же час швидкість збільшення кількості, які захворіли і померли від COVID-19 зменшується. В

подальшому передбачається провести відповідне дослідження на етапі спадання спалаху COVID-19, користуючись відповідним статистичним матеріалом в Україні. Вважається доцільним скористатися розробленою методикою для порівняння динаміки кількості постраждалих від COVID-19. Відповідне порівняння дозволить зробити висновки щодо ефективності дій в боротьбі з COVID-19 в різних країнах.

### Список літератури

1. Копнова Е. Д., Родионова Л. А. Статистические подходы к анализу и прогнозированию демографических данных. *Известия Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право*. 2016. Т. 16. Вып. 3. С. 306–315.
2. Бахитова Р. Х., Лакман И. А., Шамсутдинова Н. К. Применение арима-моделей для краткосрочного прогнозирования показателей рождаемости в г. Уфа. *Уровень жизни населения регионов России. Статистика. Экономика и бизнес*. 2016. С. 452–455.
3. Грахольска Л. В., Грахольска Л. В., Митрофанов А. Ю. Прогнозирование динамики стоимости минимального набора продуктов питания. *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. Экономика и бизнес. Математические и инструментальные методы в экономике*. 2016. С. 87–90.
4. Сафиуллин М. Р., Ельшин Л. А., Абдукаева А. А. Разработка стохастической модели среднесрочного прогнозирования курса криптовалют (на примере биткойна). *Финансы и кредит*. 2018. Т. 24. № 5. С. 1046–1060.
5. Ben-Israel I. (2020). The end of exponential growth: The decline in the spread of coronavirus. URL : <https://www.timesofisrael.com/the-end-of-exponential-growth-the-decline-in-the-spread-of-coronavirus> (дата звернення 4 червня 2020).
6. Христиановский В. В., Щербина В. П. Анализ временных рядов в экономике: практика применения. Донецк : ДонНУ, 2011. 125 с.
7. Айвазян С. А. Прикладная статистика. Основы эконометрики. Том 2. Москва : Юнити-Дана, 2001. 432 с.
8. Коронавірус в Україні. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/reference/coronavirus/ukraine> (дата звернення 14 червня 2021 р.).
9. Бокс Дж. Анализ временных рядов. Прогноз и управление. Москва : Мир, 1974. 406 с.

10. Магнус Я. Р., Катышев П. К., Пересецкий А. А. Эконометрика. Москва : Дело, 2007. 504 с.

11. Геометрична прогресія. URL : <https://miyklas.com.ua/p/algebra/9/chislovi-poslidovnosti-14359/geometriczna-progresiia-14364/re-75ce546c-6814-4ce5-a825-58dd3e79723d> (дата звернення 14 червня 2021 р.)

### Reference

1. Kopnova, E. D. & Rodionova, L. A. (2016). *Statisticheskiye podkhody k analizu i prognozirovaniyu demograficheskikh dannykh* [Statistical approaches to the analysis and forecasting of demographic data]. *Izvestiya Sarat.un-ta*. [Bulletin of the Saratov University], vol. 3, pp. 306–315 [in Russian].
2. Bakhitova, R. Kh., Lakman, I. A. & Shamsutdynova, N. K. (2016). *Primeneniye arima-modeley dlya kratkosrochnogo prognozirovaniya pokazateley rozhdayemosti v g. Ufa* [Application of arima-models for short-term forecasting of birth rates in Ufa]. *Uroven zhizni naseleniya regionov Rossii. Statistika. Ekonomika i biznes* [The standard of living of the population of the regions of Russia. Statistics. Economics and business], pp. 452–455 [in Russian].
3. Grakholska, L. V., Grakholska, L. V. & Mitrofanov, A. Yu. (2016). *Prognozirovaniye dinamiki stoimosti minimalnogo nabora produktov pitaniya* [Forecasting the dynamics of the cost of a minimum set of food products]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta. Ekonomika i biznes. Matematicheskiye i instrumentalnyye metody v ekonomike* [Bulletin of Saratov State Socio-Economic University. Economics and business. Mathematical and instrumental methods in economics], pp. 87–90 [in Russian].
4. Safiullin, M. R., Yelshin, L. A. & Abdukaeva, A. A. (2018). *Razrabotka stokhasticheskoy modeli srednesrochnogo prognozirovaniya kursa kriptovalyut (na primere bitkoina)* [Development of a stochastic model of medium-term cryptocurrency rate forecasting (using Bitcoin as an example)]. *Finansy i kredit* [Finance and credit], no. 5, pp. 1046–1060 [in Russian].
5. Ben-Israel I. (2020). The end of exponential growth: The decline in the spread of coronavirus. Available at : <https://www.timesofisrael.com/the-end-of-exponential-growth-the-decline-in-the-spread-of-coronavirus>. (Accessed June, 2020).



6. Khristianovskiy, V. V. & Shcherbina, V. P. (2011). *Analiz vremennykh ryadov v ekonomike: praktika primeneniya* [Analysis of time series in the economy: application practice]. Donetsk, DonNU Publ., 125 p. [in Ukrainian].
7. Ayvazyan, S. A. (2001). *Prikladnaya statistika. Osnovy ekonometriki* [Applied statistics. Fundamentals of Econometrics], vol. 2. Moscow, Yuniti-Dana Publ., 432 p. [in Russian].
8. *Koronavirus v Ukraini* [Coronavirus in Ukraine]. Available at : <https://index.minfin.com.ua/ua/reference/coronavirus/ukraine>. (Accessed June, 14 2020) [in Ukrainian].
9. Boks, J. (1974). *Analiz vremennykh ryadov. Prognoz i upravleniye* [Time Series Analysis. Forecast and Management]. Moscow, Mir Publ., 406 p. [in Russian].
10. Magnus, Ya. R., Katyshev, P. K. & Peresetskiy, A. A. (2007). *Ekonometrika* [Econometrics]. Moscow, Delo Publ., 504 p. [in Russian].
11. *Heometrychna prohresiiia* [Geometric progression]. Available at : <https://miyklas.com.ua/p/algebra/9/chislovi-poslidovnosti-14359/geometrychna-progresiia-14364/re-75ce546c-6814-4ce5-a825-58dd3e79723d> (Accessed June, 14 2020) [in Ukrainian].

**Objective.** *The objective of the article is to study of the spread of the COVID-19 pandemic in Ukraine on the basis of statistical information by mathematical modeling using ARIMA models to predict victims of COVID-19. One of the conditions for analyzing the spread of the COVID-19 pandemic is to build a mathematical model based on statistical information. The presence of such a model makes it possible to predict the course of this disease in order to provide an opportunity to assess the effectiveness of the means used. The use of mathematical modeling methods will allow to analyze the incidence of COVID-19 in order to predict the victims of pandemic.*

**Methods.** *It is shown that the statistical information of victims of COVID-19, form stochastic time series with a discreteness of one day. The analysis of these series allowed us to conclude that the possibility of modeling on the basis of correlation theory of random processes. The reduction of nonstationary time series containing stationary increments to linear stationary series by determining the second difference made it possible to synthesize the structure of the mathematical model in the form of second-order autoregression. The use of statistical data on victims of COVID-19 allowed to identify the parameters of mathematical models for victims of COVID-19.*

**Results.** *The process of spread of the COVID-19 pandemic in Ukraine is studied on the basis of statistical data. The developed mathematical models allowed to predict the victims of COVID-19. This made it possible to calculate the dependence of the number of victims on COVID-19, which is one recovered or dead, depending on time. The obtained analytical ratios in digital form proved that for a fairly long period, about 80 days, the number of victims of COVID-19 is growing. At the same time, the rate of increase in the number of people who fell ill and died from COVID-19 is declining, which gives grounds to determine an optimistic scenario regarding the end of the COVID-19 outbreak. It is considered appropriate to use the developed methodology in accordance with other countries to compare the dynamics of the number of victims of COVID-19, which will provide an opportunity to determine the effectiveness of measures to prevent COVID-19.*

**Keywords:** *pandemic, model, stochasticity, time series, autoregression, forecast.*

*Надійшла до редакції 12.04.2021*

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-18-24

JEL: L00, O00, R00

УДК 330.341.1:330.52

**Бочарова Ю. Г.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

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

**Горіна Г. О.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Кожухова Т. В.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: kozhuhova@donnuet.edu.ua

### АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ДОНЕЦЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕГІОНУ У 2010–2019 РР.

UDC 330.341.1:330.52

**Bocharova Yu. H.,**  
Grand PhD of Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Krivyi Rih, Ukraine,  
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Gorina G. O.,**  
Grand PhD of Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Kozhuhova T. V.,**  
Grand PhD of Economic Sciences,  
Associate Professor

e-mail: kozhuhova@donnuet.edu.ua

### ANALYSIS OF ACTIVITIES OF INNOVATIVELY ACTIVE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF DONETSK ECONOMIC REGION

***Мета.** Аналіз діяльності, визначення особливостей функціонування та розвитку інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону у 2010–2019 рр.*

***Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння (для обґрунтування домінантного значення та ролі інновацій для забезпечення соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможності, обґрунтування важливості дослідження стану та особливостей розвитку інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону на сучасному етапі розвитку регіону), аналіз і синтез (для дослідження стану та особливостей розвитку Донецького економічного регіону, що включає Донецьку та Луганські області), індукція та дедукція (визначення причинно-наслідкових зв'язків та особливостей розвитку інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону), групування (для розподілу за регіональною приналежністю інноваційно активних промислових підприємств), табличний та графічний методи (для наочного представлення результатів дослідження).*

***Результати.** За результатами проведеного дослідження обґрунтовано, що в умовах пошуку нових джерел економічного розвитку Донецького економічного регіону дослідження стану та особливостей його інноваційного розвитку є актуальним науковим завданням; встановлено, що втрата Донецьким економічним регіоном частини економічного потенціалу у зв'язку із збройним конфліктом на Сході України суттєво негативно позначилася на показниках його інноваційного розвитку; у 2010–2019 рр. у Донецькому економічному регіоні спостерігалось: зменшення кількості інноваційно активних промислових підприємств; незначне збільшення питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями; збільшення обсягів реалізованої промислової продукції, у т. ч. обсягів ре-*

© Ю. Г. Бочарова, Г. О. Горіна, Т. В. Кожухова, 2021

алізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств; зменшення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції; зменшення обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, що є новою для ринку; збільшення суми витрат інноваційно активних підприємств; зниження економічної ефективності діяльності інноваційних промислових підприємств. Установлено, що Донецькому економічному регіону притаманна внутрішня суперечливість та асиметричність показників діяльності інноваційно активних промислових підприємств. Донецька область значно випереджає Луганську за такими параметрами, як: кількість інноваційно активних промислових підприємств, обсяги реалізованої промислової продукції, у т. ч. обсяги реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств; сума витрат інноваційно активних підприємств; Луганська область випереджає Донецьку область за параметрами: питома вага підприємств, що займалися інноваціями; економічна ефективність діяльності інноваційних промислових підприємств.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці стратегії розвитку та підвищення конкурентоспроможності Донецького економічного регіону, адже розробці стратегії передуює аналіз ситуації, що склалася, виявлення тенденцій розвитку.

**Ключові слова:** інновації, інноваційна активність, промислові підприємства, Донецький економічний регіон, Донецька область, Луганська область.

**Постанова проблеми.** Домінуюча на сучасному етапі розвитку економічної науки парадигма інноваційного розвитку визначає інновації як домінуючий детермінант перманентного зростання та прогресу національних економік, забезпечення їх конкурентоспроможності. Тенденції до децентралізації, логіка рівневого підходу до забезпечення розвитку, зростання та конкурентоспроможності національних економік обумовлює значний практичний та науковий інтерес до аналізу стану та особливостей інноваційної діяльності окремих економічних регіонів. Беручи до уваги все зазначене вище, а також нагальну потребу пошуку нових джерел економічного розвитку Донецького економічного регіону в умовах втрати ним частини економічного потенціалу у зв'язку із збройним конфліктом на Сході України, дослідження стану та особливостей інноваційного розвитку Донецького економічного регіону є актуальним науковим завданням.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Контент-аналіз робіт [1–5] дозволяє стверджувати, що проблемам інноваційного розвитку Донецького економічного регіону присвячено недостатню увагу у наукових колах; дослідження переважно фокусуються на аналізі контексту розвитку інноваційно активних промислових підприємств; вивченні стану та вирішенні окремих проблем розвитку інноваційно активних підприємств регіону (модернізація, трудовий потенціал та ін.); не враховують наявну актуальну статистичну ін-

формацію (аналізуються тенденції та процеси, що мали місце у 2010–2017 рр.).

**Мета статті.** Мета статті полягає у проведенні аналізу діяльності інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону у 2010–2019 рр.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Втрата Донецьким економічним регіоном частини економічного потенціалу у зв'язку із збройним конфліктом на Сході України, як засвідчує аналіз статистичної інформації, суттєво негативно позначилася на показниках його інноваційного розвитку, у т. ч. показниках стану та ефективності діяльності інноваційно активних промислових підприємств (табл. 1). Так, у 2010–2019 рр. у Донецькому економічному регіоні спостерігалася:

1. Зменшення кількості інноваційно активних промислових підприємств (табл.1). Протягом періоду, що аналізується, кількість інноваційно активних промислових підприємств у Донецькому економічному регіоні зменшилася на 107 одиниць, із 145 підприємств у 2010 році до 38 підприємств у 2019 році. Найбільше зменшення кількості інноваційно активних промислових підприємств фіксувалося у Донецькій області, на частку якої припадало в середньому 69 % від загальної кількості інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону. Так, протягом 2010–2019 рр. кількість інноваційно активних промислових підприємств Донецької області зменшилася на 59 підприємств. Для порівняння,

Таблиця 1

## Стан та особливості інноваційної діяльності підприємств, у т. ч. промислових, Донецького економічного регіону (складено та розраховано автором на основі даних джерел [6–9])

Територія	Роки							Середнє значення	Спарклайн
	2010	2012	2014	2015	2017	2019	2010-2019		
<b>Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %</b>									
Донецька область	11,2	13	9,1	7,1	11,5	8,2	-3	10,0	
Луганська область	11,2	13	12,2	11,3	10	14,9	3,7	12,1	
Донецький економічний регіон	11,2	13	10,65	9,2	10,75	11,55	0,35	11,1	
<b>Кількість інноваційно активних промислових підприємств</b>									
Донецька область	86	91	45	28	22	27	-59	49,8	
Луганська область	59	64	16	9	7	11	-48	27,7	
Донецький економічний регіон	145	155	61	37	29	38	-107	77,5	
<b>Обсяг реалізованої промислової продукції, млн.грн</b>									
Донецька область	203610	242229	181385	190727	266626	294819,7	91210,1	229899,4	
Луганська область	73962,6	84460,4	39400,7	23865,6	24472,9	23691,8	-50270,8	44975,7	
Донецький економічний регіон	277572	326689	220786	214593	291099	318511,5	40939,3	274875,1	
<b>Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, тис. грн</b>									
Донецька область	3651803	2666087	1017988	4591841	3301953	14689702	11037898	4986562,4	
Луганська область	6749778	2705396	379860	373174	13130,9	461046,7	-6288731	1780397,6	
Донецький економічний регіон	1E+07	5371483	1397848	4965015	3315084	15150748	4749167	6766959,9	
<b>Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової</b>									
Донецька область	1,9	2,2	1,7	2,6	1,3	5,2	3,3	2,5	
Луганська область	9,5	3,4	0,2	1,8	0,1	3	-6,5	3,0	
Донецький економічний регіон	5,7	2,8	0,95	2,2	0,7	4,1	-1,6	2,7	
<b>Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, що є новою для ринку, тис. грн</b>									
Донецька область	371210	988830	488429	488993	1054664	н/д	-	565354,3	
Луганська область	2116593	1600045	-	360890	-	н/д	-	679588,0	
Донецький економічний регіон	2487803	2588875	488429	849883	1054664	н/д	-	1244942,3	
<b>Загальна сума витрат інноваційно активних підприємств, тис. грн</b>									
Донецька область	786143	1447629	516072	827653	725326	1399705	613562,2	950421,3	
Луганська область	243097	328171	35129,5	24254,1	20219,9	26739,1	-216357,6	112935,1	
Донецький економічний регіон	1029240	1775800	551202	851908	745546	1426444	397204,6	1063356,6	
<b>Ефективність діяльності інноваційних промислових підприємств</b>									
Донецька область	4,6	1,8	2	5,5	4,6	10,5	5,8	4,8	
Луганська область	27,8	8,2	10,8	15,4	0,6	17,2	-10,5	13,3	
Донецький економічний регіон	16,2	5	6,4	10,5	2,6	13,9	-2,3	9,1	
<b>Обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств на одне інноваційно активне підприємство, тис. грн</b>									
Донецька область	42462,8	29297,7	22622	163994,3	150088,8	544063	501600,2	158754,8	
Луганська область	114403	42271,8	23741,3	41463,8	1875,8	41913,3	-72489,7	44278,2	
Донецький економічний регіон	71735	34654,7	22915,5	134189,6	114313,2	398703,9	326968,9	129418,7	

за аналогічний період кількість інноваційно активних промислових підприємств Луганської області зменшилася на 48 підприємств. Слід зазначити, що протягом 2010–2019 рр. у Донецькому економічному регіоні відбулися не тільки кількісні, а й структурні зміни у параметрах, що характеризують стан та особливості розвитку інноваційної інфраструктури. Так, у 2010–2019 рр. спостерігалось збільшення частки Донецької області та, відповідно, зменшення — Луганської області у загальній кількості інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону. Так, протягом періоду, що аналізується, частка Донецької області збільшилася майже на 10 % — із 59,3 % у 2010 р. до 69,1 % у 2019 р., Луганської — зменшила-

ся майже на 10 % — із 40,7 % у 2010 році до 30,9 % у 2019 р.

2. Незначне збільшення питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями (табл.1). Протягом періоду, що аналізується, питома вага підприємств, що займалися інноваціями в Донецькому економічному регіоні в середньому становила 11,1 %, збільшилася на 0,35 %, у Донецькій області — 10 %, зменшилася на 3 %, Луганській — 12,1 %, збільшилася на 3,7 %. Таким чином, протягом періоду, що аналізується, у межах Донецького економічного регіону порівняно більш інноваційними були промислові підприємства Луганської області, при цьому, у 2010–2019 рр. питома вага підприємств, що займалися інноваціями у Луганській області збільшилася. Слід зазначити,



що зменшення кількості інноваційно активних промислових підприємств у Донецькому економічному регіоні поряд із збільшенням питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями, пов'язано із зменшенням загальної кількості підприємств, у т. ч. промислових.

3. Збільшення обсягів реалізованої промислової продукції, у т. ч. обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств (табл.1). У 2010–2019 рр. обсяг реалізованої промислової продукції у Донецькому економічному регіоні збільшився на 40929,3 млн грн, а інноваційної продукції промислових підприємств на 4749 млн грн. Дана тенденція була притаманна не всім складовим Донецького економічного регіону. Так, у 2010–2019 рр. у Луганській області спостерігалось як зменшення обсягів реалізованої промислової продукції (на 50270,8 млн грн), так і обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств (на 6288,7 млн грн). Для порівняння, за аналогічний період у Донецькій області фіксувалося збільшення як обсягу реалізації промислової продукції (на 91210,1 млн грн), так і обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств (на 11037,9 млн грн). Таким чином, у 2010–2019 рр. зростання обсягів як реалізованої промислової продукції, так і обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств Донецького економічного регіону відбувалося за рахунок Донецької, а не Луганської області. Збільшення обсягів реалізованої інноваційної продукції у Донецькому економічному регіоні у 2010–2019 рр. фіксувалося як у абсолютному вимірі, так і в розрахунку на одне інноваційно активне підприємство. Так, протягом періоду, що аналізується, обсяг реалізованої інноваційної продукції промислових підприємств у розрахунку на одне інноваційно активне підприємство збільшився майже на 327 млн грн. Аналогічні тенденції мали місце й у Донецькій області, у якій обсяг реалізованої інноваційної продукції промислових підприємств на одне інноваційне підприємство протягом 2010–2019 рр. збільшився на 501,6 млн грн, з 424,6 млн грн у 2010 році до 544,1 млн у 2019 році. У Луганській області протягом періоду, що аналізується, обсяг реалізованої інноваційної продукції промислових підприємств у розрахунку на одне інноваційно активне під-

приємство зменшувався. Так, якщо зазначений показник Луганської області у 2010 році становив млн грн, то у 2019 році — 41,9 млн грн, тобто зменшився на 72,5 млн грн.

4. Зменшення питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції (табл. 1). У 2010–2019 рр. питома вага інноваційної реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції Донецького економічного регіону залишалася досить незначною — в середньому 2,7 %, зменшилася на 1,6 %. Як свідчить аналіз статистичної інформації, зменшення відбулося, перш за все, за рахунок особливостей динаміки аналогічного показника Луганської області. Так, у 2010–2019 рр. питома вага інноваційної реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції Луганської області становила в середньому 3 %, зменшилася на 6,5 %. Протягом аналогічного періоду зазначений показник Донецької області становив в середньому 2,5 %, збільшився на 3,3 %. Таким чином, протягом періоду, що аналізується, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції Донецького економічного регіону залишається досить низькою та має загрозливу тенденцію до зменшення, що пов'язано, перш за все, із зменшенням питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції Луганської області.

5. Зменшення обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, що є новою для ринку (табл. 1). Так, у 2010–2019 рр. обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, що є новою для ринку, постійно зменшується, частка інноваційної продукції, що є новою для ринку, становить в середньому 31,2 %. Таким чином, протягом періоду, що аналізується, переважна більшість інноваційної продукції промислових підприємств, є новою лише для самих підприємств.

6. Збільшення суми витрат інноваційно активних підприємств (табл. 1). У 2010–2019 рр. загальна сума витрат інноваційно активних підприємств Донецького економічного регіону збільшилася на 397,2 млн грн. Слід зазначити, що сума витрат інноваційно активних підприємств Донецького економічного регіону за період, що аналізується, збільшилася не лише в абсолютному вимірі, але й у відносному. Про-

тягом періоду, що аналізується, у Донецькому економічному регіоні фіксувалося збільшення суми витрат інноваційно активних підприємств у розрахунку на одне підприємства. Так, якщо у 2010 році зазначений показник по Донецькому економічному регіону становив 7098,2 тис. грн, то у 2019 році — 37538 тис. грн, тобто збільшився на 30439,8 тис. грн. Збільшення суми витрат інноваційно активних підприємств Донецького економічного регіону відбулося за рахунок збільшення аналогічних витрат підприємств Донецької області (витрати збільшилися на 562,4 млн грн). Для порівняння, за аналогічний період сума витрат інноваційно активних підприємств Луганської області зменшилася на 216,4 млн грн). При цьому слід зазначити, що протягом 2010–2019 рр. фіксується не лише збільшення обсягів витрат інноваційно активних підприємств Донецької області, але й збільшення їх питомої ваги у загальній сумі витрат інноваційно активних підприємств Донецького економічного регіону. Так, протягом періоду, що аналізується, спостерігається збільшення питомої ваги витрат Донецької області з 76,4 % у 2010 році до 98,1 % у 2019 році, тобто на 21,7 %.

7. Зниження економічної ефективності діяльності (відношення виручки від реалізації продукції (товарів, послуг) до величини витрат) інноваційно активних промислових підприємств. Протягом 2010–2019 рр. коефіцієнт економічної ефективності діяльності інноваційних промислових підприємств Донецького економічного регіону в середньому становив 9,1, зменшився з 16,2 у 2010 році до 13,9 у 2019 році, тобто на 2,3 пункти. Донецький економічний регіон характеризується значною асиметричністю показників ефективності діяльності інноваційних промислових підприємств. Найбільш ефективною в межах Донецького економічного регіону протягом періоду, що аналізується, є інноваційна діяльність промислових підприємств Луганської області — коефіцієнт ефективності діяльності інноваційних промислових підприємств в середньому становив 13,4, для порівняння, аналогічний коефіцієнт по Донецькій області становить 4,8. Однак, у 2010–2019 рр. фіксується суттєве зниження ефективності діяльності інноваційних підприємств Луганської області (коефіцієнт економічної ефективності зменшився із 27,8 у 2010 році до 17,2 у 2019 році, тобто на 10,5), а підвищення — Доне-

цької (коефіцієнт економічної ефективності збільшився із 4,6 до 10,5, тобто на 5,8).

**Висновки.** Таким чином, у 2010–2019 рр. діяльність інноваційно активних промислових підприємств Донецького економічного регіону незважаючи на збільшення обсягів реалізованої промислової продукції, у т. ч. обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, характеризується як негативними кількісними, так і якісними змінами, які знаходять прояв у:

— зменшенні кількості інноваційно активних промислових підприємств;

— зменшенні питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції;

— зменшенні обсягів реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) промислових підприємств, що є новою для ринку;

— збільшенні суми витрат інноваційно активних підприємств;

— зниженні економічної ефективності діяльності інноваційних промислових підприємств.

#### Список літератури

1. Антонюк В. П. Аналіз трудового потенціалу придніпровського і Донецького економічних районів у контексті формування регіональних інноваційних екосистем. *Економічний вісник Донбасу*. 2020. № 1 (59), С. 4–14.
2. Антонюк В. П., Прогнімак О. Д. Анти-модернізаційні процеси в Донецькій і Луганській областях та їх соціальні наслідки. *Економічний вісник Донбасу*. 2015. № 3 (41). С. 17–26.
3. Дьячкова Ю. М., Токарева А. О., Дьячков А. М. Інноваційна активність промислових підприємств України в контексті їх сталого розвитку. *Вісник Донбаської Державної Машинобудівної Академії*. 2017. № 1 (40). С. 107–114.
4. Лях І. І. Методичний підхід до комплексної оцінки інноваційного розвитку регіону. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. № 2 (36). С. 169–178.
5. Ляшенко В. І., Підоричева І. Ю., Петрова І. П. «Інноваційний ліфт» як інструмент стимулювання нових видів діяльності в малому бізнесі Донбасу. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 3 (49). С. 11–24. URL : <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/handle/123456789/125239>.
6. Головне управління статистики у Донецькій області. URL : <http://donetskstat.gov.ua/index.php>.

7. Головне управління статистики у Луганській області. URL : <http://lg.ukrstat.gov.ua/statinform.php.htm>.

8. Комплексна регіональна статистика. Статистичний збірник «Регіони України». Частина 2. 2019 р. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/12/Reg\\_U%20%D0%86%D0%86.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/12/Reg_U%20%D0%86%D0%86.pdf).

9. Комплексна регіональна статистика. Статистичний збірник «Регіони України». Частина 2. 2015 р. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2016/zb/12/zb\\_ru22015pdf.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/zb/12/zb_ru22015pdf.zip).

### References

1. Antoniuk, V. P. (2020). *Analiz trudovoho potentsialu prydniprovskoho i Donetskoho ekonomichnykh raioniv u konteksti formuvannya rehionalnykh innovatsiinykh ekosystem* [Analysis of the labor potential of the Dnieper and Donetsk economic regions in the context of the formation of regional innovation ecosystems]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu* [Economic Bulletin of Donbass], no. 1 (59), pp. 4–14.

2. Antoniuk, V. P., Prohnyimak, O. D. (2015). *Antymodernizatsiini protsesy v Donetskii i Luhanskii oblastiakh ta yikh sotsialni naslidky* [Anti-modernization processes in Donetsk and Luhansk regions and their social consequences]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu* [Economic Bulletin of Donbass], no. 3 (41), pp. 17–26.

3. Diachkova, Yu. M., Tokareva, A. O., Diachkov A. M. (2017). *Innovatsiina aktyvnist promyslovykh pidpriemstv Ukrainy v konteksti yikh staloho rozvytku* [Innovative activity of industrial enterprises of Ukraine in the context of their sustainable development]. *Visnyk Donbaskoi Derzhavnoi Mashynobudivnoi Akademii* [Bulletin of the Donbass State Engineering Academy], no. 1 (40), pp. 107–114.

tin of the Donbass State Engineering Academy], no. 1 (40), pp. 107–114.

4. Liakh, I. I. (2014). *Metodychnyi pidkhid do kompleksnoi otsinky innovatsiinoho rozvytku rehionu* [Methodical approach to a comprehensive assessment of innovative development of the region]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu* [Economic Bulletin of Donbass], no. 2 (36), pp. 169–178.

5. Liashenko, V. I., Pidorycheva, I. Yu., Petrova, I. P. (2017). *«Innovatsiinyi lift» yak instrument stymuliuвання novykh vydiv diialnosti v malomu biznesi Donbasu* [«Innovative elevator» as a tool to stimulate new activities in small business in Donbass]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu* [Economic Bulletin of Donbass], no. 3 (49), pp. 11–24. Available at : <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/125239>. (Accessed 2 June 2021).

6. *Holovne upravlinnia statystyky u Donetskii oblasti* [Main Department of Statistics in Donetsk Region]. Available at : <http://donetskstat.gov.ua/index.php> (Accessed 2 June 2021).

7. *Holovne upravlinnia statystyky u Luhanskii oblasti* [Main Department of Statistics in Luhansk Oblast]. Available at : <http://lg.ukrstat.gov.ua/statinform.php.htm> (Accessed 2 June 2021).

8. *Kompleksna rehionalna statystyka. Statystychnyi zbirnyk «Rehiony Ukrainy»* (2019). [Comprehensive regional statistics. Statistical collection «Regions of Ukraine»]. Available at : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2020/zb/12/Reg\\_U%20%D0%86%D0%86.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/12/Reg_U%20%D0%86%D0%86.pdf) (Accessed 3 June 2021).

9. *Kompleksna rehionalna statystyka. Statystychnyi zbirnyk «Rehiony Ukrainy»* (2015). [Comprehensive regional statistics. Statistical collection «Regions of Ukraine»]. Available at : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2016/zb/12/zb\\_ru22015pdf.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/zb/12/zb_ru22015pdf.zip) (Accessed 3 June 2021).

**Objective.** *The objective of the present article is the analysis of the activity of innovatively active industrial enterprises of the Donetsk economic region in 2010–2019*

**Methods.** *The following general scientific methods and techniques of cognition are used in the research process: theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, grouping.*

**Results.** *According to the results of the study, it is substantiated that in terms of finding new sources of economic development of the Donetsk economic region, the study of the state and features of its innovative development is an urgent scientific task. It is established that the loss of part of the economic potential of the Donetsk economic region in connection with the armed conflict in eastern Ukraine had a significant negative impact on the indicators of its innovative development. During 2010–2019 in the Donetsk economic region there was: a decrease in the number of innovatively active industrial enterprises; a slight increase in the share of enterprises engaged in innovation; increase in sales of industrial products, including volumes of sold innovative products (goods, services) of industrial enterprises; reduction of the share of sold innovative products in the volume of industrial products; reducing the volume of sold innovative products (goods, services)*

of industrial enterprises, which is new to the market; increase in the amount of costs of innovatively active enterprises; reducing the economic efficiency of innovative industrial enterprises. It is established that the Donetsk economic region is characterized by internal contradictions and asymmetry of performance indicators of innovatively active industrial enterprises. Donetsk region is significantly ahead of Luhansk in such parameters as: the number of innovatively active industrial enterprises, the volume of sold industrial products, including volumes of sold innovative products (goods, services) of industrial enterprises; the amount of costs of innovative enterprises; Luhansk region — the share of enterprises engaged in innovation; economic efficiency of innovative industrial enterprises.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their use in the development of strategy and increase the competitiveness of the Donetsk economic region.

**Key words:** innovations, innovative activity, industrial enterprises, Donetsk economic region, Donetsk region, Luhansk region.

Надійшла до редакції 15.04.2021

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-24-31

JEL: L59

УДК 314.74

Ладигіна Л. Б.,  
старший викладач

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

**ДОЦІЛЬНІСТЬ ІНВЕСТУВАННЯ В ГІРНИЧЕ-ДОБУВНУ ПРОМИСЛОВІСТЬ  
(НА ПРИКЛАДІ КРИВОРІЗЬКОГО ГІРНИЧОЗБАГАЧУВАЛЬНОГО КОМБІНАТУ  
ОКИСЛЕНИХ РУД)**

UDC 314.74

Ladyhina L. B.,  
Senior Lecturer

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: ladyhina\_lb@donnuet.edu.ua

**EXPEDIENCY OF INVESTING IN MINING INDUSTRY (ON THE EXAMPLE  
OF THE KRYVYI RIH MINING AND PROCESSING PLANT OF OXIDIZED ORES)**

**Мета.** Мета статті полягає в дослідженні ефективності будівництва Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд та доцільності інвестування в гірничодобувну промисловість.

**Методи.** В ході дослідження використані загальнонаукові методи наукового пізнання. Зокрема, історичний метод використано під час дослідження об'єкту з початку проектування будівництва — 1978 року до теперішнього часу; логічний метод було використано при відтворенні об'єкту, що розвивається та відбувається у формі історичної теорії. Метод аналогії полягає в тому, що як варіант майбутнього розвитку будівництва запропоновано впровадження технології ІТmk3. Міні заводи за цією технологією вже працюють на родовищах Індії, Бразилії, Австралії. За допомогою аналізу, як загальнонаукового методу, досліджена питома вага витрат залізорудних підприємств та часткова участь країн-учасниць будівництва. Табличний метод було використано під час групування витрат на виробництво.

**Результати.** В статті розглянуто доцільність добудови Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд з економічної та екологічної точок зору. Використання промис-

© Л. Б. Ладигіна, 2021



лових відходів що складавались і продовжують складуватися на відвалах має подвійну перевагу. По-перше, їх переробка більш рентабельна ніж видобуток гірничої маси. По-друге, вирішуються екологічні питання. Крім того, застосування передових технологій виробництва дозволить вийти на світовий ринок металургійної продукції з сучасною готовою продукцією.

В результаті дослідження з'ясовано, що Криворізький гірничо-збагачувальний комбінат окислених руд (КГЗКОР) має перспективні тенденції для закінчення будівництва. Введення комбінату в експлуатацію надасть можливість виконати зобов'язання держави перед іноземними учасниками будівництва, забезпечить металургійні підприємства високоякісною сировиною, збереже експортний потенціал України на європейському ринку залізорудної сировини, дозволить опанувати виробництво нових видів продукції.

Питання добудови комбінату — це питання залучення інвесторів та підтримка з боку держави. Досі доцільність будівництва розглядалась тільки з технічних та соціальних сторін. Якщо ж додати і економічну складову то вирішення питання матиме велику практичну значущість.

**Ключові слова:** Криворізький гірничо-збагачувальний комбінат окислених руд (КГЗКОР), технологія магнітної флотації, хвостосховища, металургійні міні-заводи, ІТmk3.

**Постановка проблеми.** Предметом дослідження є доцільність вкладання коштів в суттєво нові технології та закінчення будівництва Криворізького комбінату окислених руд. Проблема полягає в тому, що при видобутку 1 млрд тонн мінеральної сировини здійснюється видобуток гірничої маси близько 3 млрд тонн, тобто на 1 тону мінеральної сировини припадає 2 тонни породи. При цьому тільки від 5 до 8 % компонентів мінеральної сировини використовується для виробництва готової продукції, решта йде у відвали, та погіршує екологічний стан довкілля. Тому важливим є питання переробки і збагачення вже відпрацьованих порід на основі використання нових технологій.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання будівництва комбінату розглядалось в літературних джерелах і періодичних публікаціях в більшості на початку споруджування. Так, О. Д. Давидов ще в 1989 році описав початок будівництва. Детально описано як в степу під Долинською поблизу села Маловодяне розпочато будівництво криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд. Описані майбутні перспективи освоєння території. [1] В. Ф. Бухтияров [6] відмітив в енциклопедичному словнику факт початку будови комбінату та надав його коротку характеристику. В статті С. С. Шатирьової сформульовано основні передумови залучення окислених руд у переробку, визначено основні складові інвестиційної привабливості добудови та експлуатації КГЗКОР [8]. Починаючи з 2001 року видавались накази Верховної Ради щодо продовження будівництва комбінату [3; 7]. Д. Казанский звертає увагу

на соціальні проблеми та становище в яке потрапили мешканці Долинської в результаті припинення будівництва комбінату [10]. Дослідження, що проводились, стосуються більше фінансових питань добудови, питань прав власності на будівництво. Тема інвестиційної привабливості та доцільності добудови комбінату розкрита не повною мірою та потребує подальшого вивчення.

**Мета статті** полягає в дослідженні економічної доцільності добудови Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд з використанням новітніх технологій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як відомо, в сучасних економічних умовах однією з проблем виробництва є обмеженість ресурсів, в тому числі матеріальних.

Згідно статистичних даних, при видобутку 1 млрд тонн мінеральної сировини здійснюється видобуток гірничої маси близько 3 млрд тонн, тобто на 1 тону мінеральної сировини припадає 2 тонни породи. [5, с. 350] При цьому тільки від 5 до 8 % компонентів мінеральної сировини використовується для виробництва готової продукції, решта йде у відвали.

На сьогоднішній день в нашій державі накопичено близько 5 млрд тонн твердих промислових відходів, які займають більше 1600 км<sup>2</sup> родючих земель. Це територія, що дорівнює п'ятій частині площі Чернівецької області.

Інвентаризація та статистична звітність за останні 10 років свідчить, що на гірничодобувних підприємствах України щороку утворюється 1 млрд твердих промислових відходів які можливо використовувати на виробництві. Саме таким підприємством і мав стати

Криворізький гірничо-збагачувальний комбінат окислених руд (КГЗКОР). Його робота планувалась на сировині окислених руд з відвалів, що одночасно сприяло б поліпшенню екологічної ситуації Криворіжжя.

Заглянемо в історію. У 1978 році інститути: «Кривбаспроект» як генеральний конструктор, «Механобрчермет» в частині збагачування руди, «Укрводоканалпроект» в частині використання хвостосховищ розробили техніко-економічне обґрунтування будівництва заводу з видобутку і збагачення окислених кварцитів. Наказом Міністерства чорної металургії СРСР № 642 від 19 червня 1984 року відповідно до рішення Ради Міністрів СРСР № ПП-7939 від 24 квітня 1984 року була організована дирекція Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд (КГЗКОР). Міністр чорної металургії І. П. Казанець підписав розпорядження організувати дирекцію з тимчасовим розташуванням в місті Кривий Ріг, затвердити штатний апарат в межах виділеного ліміту, виділити асигнування на утримання дирекції і транспортних засобів. Фінансування витрат планувалось за рахунок загальних капітальних інвестицій в межах кошторису їх утримання. Техніко-економічні показники збагачення були прийняті згідно технології магнітної флотації за результатами напівпромислового випробування, проведеного на експериментальній фабриці Інституту «Механобрчермет».

Будівництво комбінату розпочалось в 1985 році поблизу села Маловодне в Долинському районі Кіровоградської області. Підготовчі земляні роботи розпочаті за участю країн соцтабору. В будівництві, крім України приймали участь Румунія, Словенія, Німеччина, Болгарія. Естакада сипучих матеріалів, лінія електропередач ВЛ-150 кВ «Кварцит» та підстанція 35/10 кВ — перші об'єктами, що були введені в експлуатацію на комбінаті. В 1989 році здана в експлуатацію перша житлова будівля в новому житловому масиві для робітників комбінату. [1, с. 7].

В 1990 році планувалось введення комбінату в експлуатацію з потужністю 10 млн тонн окатишів на рік. Запаси сировини (породи в відвалах) для виробництва становили 2 млрд тонн.

Згідно з проектом, виробничі потужності першої лінії повинні були сягати 26,4 млн тонн на рік (10,8 млн т концентрату, 9,9 млн т

окатишів з вмістом заліза 58,7 %). Орієнтовний прибуток від проекту мав би становити 14 млн доларів США на рік.

Пуск комбінату дозволив би вирішити актуальну проблему залучення до промислової переробки відходи діючих гірничо-збагачувальних комбінатів — слабомагнітні окиснені руди. Технологія переробки окиснених руд базувалась на новітніх (на той час) досягненнях науки. Передбачалось вперше у вітчизняній практиці застосування безстічної системи водообміну, ефективної магнітно-флотаційної технології збагачення руд і сепараторів з сильним магнітним полем 6ЕРМ-35/315, які здатні видавати із запланованої сировини концентрат зі вмістом заліза на рівні 66,27 % і діоксиду кремнію менше 3,39 %.

Грандіозні плани не було втілено через розпад СРСР, але намагання тривали.

Влітку 2006 року Кабінетом Міністрів України було вирішено створити спільне підприємство в форма акціонерного товариства з державним пакетом не менше 50 % + 1 акція для залучення інвесторів і побудови комбінату.

Україна (або інвестор після перемоги в тендері) протягом 10 років по закінченню будівництва КГЗКОР повинна була б поставити в Словенію 17 млн тонн окатишів, в Румунію — 30 млн тонн. На жаль це рішення було скасоване.

Згідно проекту, сировиною для роботи комбінату мали стати відвали Південного і Новокриворізького гірничо-збагачувальних комбінатів (на той час), а також родовище «Валявко» (його запаси з низьким вмістом заліза становлять 800 млн тонн руди). Сьогодні АТ Південний гірничозбагачувальний комбінат та ВАТ Новокриворізький гірничозбагачувальний комбінат входять до складу ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг».

При проектуванні КГЗКОР передбачалось, що комбінат буде переробляти слабомагнітні окиснені руди, які попутно добувались разом з магнетитовими і складались в відвали. Окиснених руд накопичилось на той час більше 2,5 млрд тонн, і процес накопичення відвалів розкривних порід продовжується. Цієї сировини буде достатньо приблизно на 100 років експлуатації підприємства.

Одночасно, при використанні сировини з відвалів мали вирішуватись екологічні питання Кривбасу.

На сьогодні покращення екології в Кривбасі і інших гірничо-металургійних регіонах

повинно стати одним з пріоритетів держави. Загострюється проблема відведення нових площин під хвостосховища гірничо-збагачувальних комбінатів (ГЗК). Наповнення хвостосховищ ГЗК Кривбасу досягло критичної межі, але шлам в них продовжують скидати. Це загрожує техногенною екологічною катастрофою, але всі заплющують очі і сподіваються, що «пронесе».

З часу прийняття Постанови Кабміну України 2006 р. минуло багато років, а питання добудови КГЗКОР досить перебуває в невизначеному стані. Періодично виникає ажіотаж і загострюється боротьба великих промислово-фінансових груп за володіння КГЗКОР. На це є багато причин.

У зв'язку з постійним нарощуванням виробництва сталі в світі зростає потреба в залізорудній сировині. Об'єктивно виникає гострий дефіцит залізорудної сировини на міжнародних сировинних ринках. Будівництво нових ГЗК, що заплановане і розпочате в деяких регіонах світу — процес дорогий і тривалий, а сировина потрібна вже сьогодні.

Для добудови КГЗКОР і введення в експлуатацію першої черги комбінату необхідні порівняно невеликі кошти та строки, оскільки готовність комбінату становила у середньому 70 %, а окремих об'єктів (наприклад випалювальних машин) — 80–85 %.

Сьогодні в гірничо-металургійній галузі України сформувались потужні промислово-фінансові групи, здатні швидко добудувати КГЗКОР. Зацікавленість у придбанні КГЗКОР виявляють ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», ПрАТ «Смарт-Холдинг».

КГЗКОР територіально розташований поблизу двох полюсів тяжіння металургійних активів: безпосередньо на одному з найбільших у Європі родовищ залізної руди і поблизу потенційних споживачів його продукції (окатишів) — найпотужніших металургійних комбінатів. Це позитивно впливає на стабільність постачання і мінімізує витрати на транспортування. В результаті підвищується конкурентоспроможність ГЗК і металургійних підприємств.

Крім того, виробничий майданчик КГЗКОР розміщується в регіоні України, де є ресурс кваліфікованої робочої сили для гірничорудних підприємств. Також регіон достатньо забезпечений енергоносіями (електроенергією) і має розвинену залізничну мережу.

Для визначення доцільності закінчення будівництва комбінату необхідно порівняти витрати з економічним ефектом від їх впровадження. Це можливо виконати лише приблизно, базуючись на рівень діючих світових цін на залізну руду, окатиші, чавун.

Загальний обсяг інвестицій, необхідних для завершення будівництва і введення в експлуатацію КГЗКОР, за попередніми даними, оцінювався в \$ 800 млн.

На початку лютого 2017 року Верховну Раду був внесений законопроект про добудову КГЗКОР, який передбачає залучення інвестора — «Української металургійної корпорації» (УМК, Київ) — з метою введення в експлуатацію першої черги підприємства протягом п'яти років, а всього комплексу — за 10 років [2, с. 7].

Згідно з даними авторів законопроекту, за станом на 1 січня 2017 року за будівництві об'єктів КГЗКОР виконані роботи на суму \$ 1,649 млрд, у тому числі вартість української частки незавершеного будівництва становить \$ 884,1 млн.

Орієнтовно, загальний обсяг капіталовкладень на завершення будівництва з перепрофілюванням частини потужностей КГЗКОР оцінювався авторами законопроекту в \$500 млн, а необхідний обсяг інвестицій для будівництва першого пускового комплексу — не більше \$ 150 млн.

Після завершення будівництва, згідно концепції, очікуваний щорічний обсяг виробництва становитиме близько \$700 млн; прибуток до оподаткування — близько \$ 160 млн. Зазначена величина прибутку дозволила б розраховатися з країнами-учасниками будівництва КГЗКОР протягом 20 років без залучення коштів з держбюджету.

Перевагами відновлення фінансування є й те, що на першому етапі реалізації інвестиційного проекту планується створення 4353-х робочих місць, що позитивно позначиться на працевлаштуванні жителів Долинської та навколишніх сіл.

Передбачається що запуск КГЗКОР забезпечить сировиною ряд українських металургійних підприємств, які, в перспективі можуть мати проблеми з нестачею високоякісної залізорудної сировини.

Як було зазначено раніше, комбінат є міжнародним промисловим об'єктом, часткова участь у його проекті становить: Укра-

їни — 56,4 %, Румунії — 27 %, Словаччини — 16,2 %), Болгарії — 0,4 %. Кошторисна вартість об'єкту визначалась в сумі \$ 2406,09 млн [1, с. 35]. Всього за роки будівництва було освоєно \$ 1649,08 млн.

За даними Фонду держмайна України, заборгованість країни по КГЗКОР на час замороження об'єкту становить: перед Румунією — \$ 353 млн, Словаччиною — \$ 115,1 млн, Болгарією — \$ 1,4 млн, Німеччиною — \$ 47,34 млн. Загальна заборгованість — \$ 516,84 млн.

Отже виконана більша частина робіт, незавершене будівництво становить близько 30 %.

Не менш важливим є те, що прихід інвестора на комбінат ліквідує джерело соціальної напруженості в регіоні. В період будівництва комбінату поблизу нього, у місті Долинська, виріс цілий мікрорайон. Після того, як будівництво заморозили, цей населений пункт перетворився на місто-привід з тисячами недобудованих, або побудованих але незаселених квартир. Кожна зима стає черговим випробуванням для мешканців. Близько 70 % міських покрівель, більшість мереж тепло- та водопостачання, колись прокладених за тимчасовою схемою, потребують капітального ремонту, а бюджетних коштів не вистачає навіть на фі-

Таблиця 1

Обсяги робіт та дольова участь країн у будівництві КГЗКОР (млн дол. США) [1]

Держава	Обсяг робіт по проекту	% участі	Виконано	%	Залишок робіт до завершення будівництва	
					Всього	У т. ч. 1-й пусковий комплекс
Україна	1358,35	56,4	884,14	65,1	474,21	180,0
Словаччина	389,37	16,2	233,20	63,7	156,17	76,1
Румунія	649,69	27,0	526,64	81,0	123,05	78,7
Болгарія	8,68	0,4	5,10	58,7	3,58	3,59
Усього	2406,09	100	1649,08	68,5	757,01	338,39

нансування захищених статей. Якщо комбінат працюватиме, від цього виграють і місцевий і державний бюджети. І річ не тільки в тому, що залишаться без роботи ті люди (близько 700 осіб), які працюють там зараз. Комбінат, крім іншого, забезпечує місто питною водою, яка надходить в Долинську з Кривого Рогу. Якщо підприємство працює — така схема водопостачання себе виправдовує. Якщо ж комбінат призупинить качати воду, місто залишиться без водопроводу і каналізації, бо собівартість постачання води складає більше 60 грн. за м<sup>3</sup>. Населення неспроможне заплатити таку суму [10, с. 2].

Враховуючи нестабільний стан економіки України, будова комбінату за рахунок держбюджету — під питанням. Але завжди можливо знайти вихід. Єдиний можливий вихід з ситуації, що склалась — залучення інвесторів. Позитивним є розуміння ситуації з боку держави.

Так, Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України прийнято Наказ № 477 від 12 березня 2020 року «Про утворення робочої групи щодо виконання положень Меморандуму про взаємопоро-

зуміння між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та компаніями «Kobe Steel Ltd.» і «Hares Engineering GmbH» щодо співробітництва в рамках реалізації проекту із впровадження новітньої технології переробки окисленої сировини на базі споруджуваного Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд (КГЗКОР)» (зі змінами та доповненнями, внесеними наказами Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 19 серпня 2020 року № 1597, від 9 вересня 2020 року № 1701 [3, с. 7].

Відповідно до пункту 4 Меморандуму про взаємопорозуміння між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та компаніями «Kobe Steel Ltd.» і «Hares Engineering GmbH» щодо співробітництва в рамках реалізації проекту із впровадження новітньої технології переробки окисленої сировини на базі Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд (КГЗКОР), передбачено утворити робочу групу щодо виконання положень Меморандуму про взаємопорозуміння між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та компаніями «Kobe



Steel Ltd.» і «Hares Engineering GmbH» щодо співробітництва в рамках реалізації проекту із впровадження новітньої технології переробки окисленої сировини на базі будованого Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд (КГЗКОР) [3, с. 7].

Зазначимо, що «Kobe Steel» and «Hares Engineering» розробили нову технологію переробки окислених руд і давно зацікавлені в будівництві переробного комплексу на базі КГЗКОР.

Про інтерес «Kobe Steel» до КГЗКОР повідомлялося ще у другій половині минулого десятиліття. Зокрема, у березні 2009 року під час візиту тодішнього міністра промислової політики України Володимира Новицького до Японії було підписано меморандум між Міністерством галузевої політики «Kobe Steel» та австрійською Hares Engineering про співпрацю з розгляду впровадження технології ITmk3® (технологія безпосереднього відновлення заліза третього покоління, Ironmaking Technology Mark Three) на КГЗКОР. Вже тоді планувалося створити робочу групу для підготовки конкретних пропозицій.

Зокрема слід зазначити, що технології, які вважались сучасними на початку будівництва КГЗКОР, на сьогодні є застарілими. Впровадження технології відновлення заліза ITmk3 на КГЗКОР є прогресивним рішенням в ефективній схемі добування комбінату, так як дозволить отримувати високоякісну продукцію з мінімальними затратами енергоносіїв.

Головна унікальна особливість технології ITmk3 полягає в тому, що відновлення і плавлення складових окатишів здійснюється при відносно низькій температурі (близько 1350°C. При цьому гарячий метал легко відокремлюється від шлаку. Плавка відбувається після процесу відновлення. Залишковий вміст закису заліза (FeO) — не менше 2 %, і це не надає руйнівного впливу на вогнетриву печі [4, с. 3].

Порівняно з іншими технологіями виготовлення чавуну розробка ITmk3 має ряд переваг:

- відновлення і шлаковидалення забезпечується протягом однієї фази;
- відсутня необхідність застосовувати надвисокі температури;
- закис заліза не пошкоджує вогнетриву;
- метал легко відокремлюється від шлаку;

— існує можливість використовувати дрібно дроблену та низько сортової породи.

До переваг технології також можна віднести можливість отримання не окатишів, а кінцевого продукту — гранульованого чавуну, вже придатного для використання в сталеплавильних агрегатах. Крім того ITmk3 виключає з технологічного ланцюга в чорній металургії ресурсо- та енерговитрати коксохімічні та доменні виробництва.

Технологія ITmk3 була перевірена шляхом досліджень окислених руд на родовищах Індії, Бразилії, Австралії. Прогнозується особливий економічний ефект в умовах України. Адже ITmk3 дозволить максимально включити в економіку країни родовища природно бідного кам'яного вугілля України. Порівняно з доменним процесом скорочуються витрати газу. Особливий ефект досягається при використанні бідної залізородної сировини. Отже КГЗКОР — практично ідеальний об'єкт для впровадження і подальшої експлуатації ITmk3 [4, с. 3].

Саме будівництво міні-заводу і передбачається в оновленому проекті добування КГЗКОР. Металургійні міні-заводи — це сучасні металургійні комплекси потужністю від 10–50 тисяч тонн до 1–2 млн тонн виробництва на рік. Для розміщення обладнання потрібні невеликі площі (18–20 га на 1 млн т виплавленої сталі на рік), це в 8–15 разів менше, ніж для інтегрованих металургійних комбінатів з повним циклом. Економія в загальному розмірі капітальних інвестицій може становити від 20 до 60 %.

Ці підрахунки опосередковані. Будівництво міні-заводу і розвиток виробничих потужностей триває 1,5–2 роки, для заводів з повним циклом — 7–10 років. За даними Міжнародного інституту заліза і сталі, рівень рентабельності на американських металургійних заводах повного циклу в останні роки становить 6–7%, на міні-заводах перевищив 20 %.

**Висновки.** Отже, КГЗКОР має всі можливості для перспективного розвитку. Добудова комбінату та введення його в експлуатацію надасть можливість виконати зобов'язання держави перед іноземними учасниками будівництва, забезпечить металургійні підприємства високоякісною сировиною, збереже експортний потенціал України на європейському ринку залізородної сировини, дозволить опанувати виробництво нових видів продукції.

Суттєвим є й те, що реалізація проекту надасть можливість відкриття нових робочих місць для 15–20 тис. чоловік, збільшити надходження до державного бюджету і бюджету Кіровоградської області.

#### Список літератури

1. Давыдов А. Д. В степи под Долинской... [Криворож. горн.-обогащит. комбинат окислен. руд]. Днепропетровск : Проминь, 1989. 173 с.

2. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про завершення будівництва Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд. (щодо забезпечення формування сприятливих умов відносно впровадження та функціонування інноваційно-інвестиційних проектів)». *Урядовий кур'єр*. 2017. № 164. С. 7.

3. Про утворення робочої групи щодо виконання положень Меморандуму про взаємопорозуміння між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України і компаніями «KobeSteelLTD» і «HaresEngineeringGmbH» щодо співробітництва в рамках реалізації проекту із впровадження новітньої технології переробки окисленої сировини на базі будованого Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд (КЗГКОР) : Наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 12 березня 2020 р. № 477. URL : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ME200280.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME200280.html) (дата звернення: 10.03.2021 р.).

4. Зайцев О. Инновационная технология переработки руды. *Металлы мира*. 2003. № 10. URL : <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=6608> (дата звернення: 26.02.2021 р.).

5. Гірничий енциклопедичний словник у 3 т./за ред.. В. С. Білецького. Донецьк : Східний видавничий дім. 2004. Т. 3. 752 с.

6. Бухтияров В. Ф. Криворожский горно-обогащительный комбинат окисленных руд. *Энциклопедия Криворожья* Т. 1. Кривой Рог : Явва, 2005. С. 504.

7. Про організацію завершення будівництва Криворізького гірничо-збагачувального комбінату окислених руд : Розпорядження президента України від 08.11.2001 №301/2001рп. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/301/2001-%D1%80%D0%BF#Text> (дата звернення: 03.03.2021 р.).

8. Шатирьова С. С. Оцінка інвестиційної привабливості Криворізького гірничо-збага-

чувального комбінату окислених руд. *Економічний вісник національного гірничого університету* 2006. № 2 (14). С. 46.

9. Казанский Д. Долинская. Забытый город у недостроенного комбината. 14.08.2015. URL : <https://vlada.io/articles/dolinskaya-zabytyiy-gorod-u-nedostroennogo-kombinata/> (дата звернення: 26.02.2021 р.).

#### References

1. Davydov, A. D. (1989). *V stepi pod Dolinskoj...* [Krivorozh. gorn.-obogatit. kombinat okislen. rud] [In the steppe near Dolinskaya... [Krivoy Rog mining and processing plant of oxidized ores]. Dnepropetrovsk, Promin Publ., 173 p.

2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2017). *Poiasnuvalna zapyska do proektu Zakonu Ukrainy «Pro zavershennia budivnytstva Kryvorizkoho hirnocho-zbahachuvalnoho kombinatu okysleny khrud. (shchodo zabezpechennia formuvannia spryiatlyvykh umov vidnosno vprovadzhennia ta funktsionuvannia innovatsiino-investytsiinykh proektiv)»* [Explanatory Note to the Draft Law of Ukraine “On Completion of Construction of Kryvyi Rih Mining and Processing Plant of Oxidized Ores. (to ensure the formation of favorable conditions for the implementation and operation of innovation and investment projects)]. *Uriadovyi kurier* [Government Courier], no. 164, p. 7.

3. The Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine (2020). *Pro utvorennia robochoi hrupy shchodo vykonannia polozhen Memorandumu pro vzaiemporozuminnia mizh Ministerstvom ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy i kompaniiamy «KobeSteelLTD» i «HaresEngineeringGmbH» shchodo spivrobitnytstva v ramkakh realizatsii proektu iz vprovadzhennia novitnoi tekhnolohii pererobky okyslenoi syrovyny na bazi budovanoho Kryvorizkoho hirnocho-zbahachuvalnoho kombinatu okyslenykh rud (KZHKOR): Nakaz Ministerstva rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy vid 12 bereznia 2020 r. № 477* [On the establishment of a working group to implement the provisions Memorandum of Understanding between the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine and Kobe Steel LTD and Hares Engineering Gmb Honcooperation in the project to implement the latest technology for processing oxidized raw material on the basis of Kryvyi Rih Mining-enrichment plant of oxidized ores (KZG-KOR): Order of the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine [dated

March 12, 2020]. Available at : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ME200280.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ME200280.html) (Accessed 4 May 2021).

4. Zajcev, O. (2003). *Innovacionnaja tehnologija pererabotki rudy* [Innovative technology of ore processing]. *Metally mira* [Metals of the world], no. 10. Available at : <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=6608> (Accessed 4 May 2021).

5. Biletskyi, V. S. (ed.) (2004). *Hirnychi entsyklopedychnyi slovnyk u 3t.* [Mining encyclopedic dictionary in 3 volumes]. Donetsk, Eastern Publishing House Publ., 752 p.

6. Buhtjarov, V. F. (2005). *Krivorozhskij gornobogatitel'nyj kombinat okislennyh rud* [Kryvyi Rih mining and processing plant of oxidize dores]. *Jenciklopedija Krivorozh'ja* [Encyclopedia of Kryvyi Rih], Kryvyi Rih, Yavva Publ., 504 p.

7. President of Ukraine (2001). *Pro orhanizatsiiu zavershennia budivnytstva Kryvorizkoho hirnycho-zbahachovalnoho kombinatu okyslenykh rud: Rozporiadzhennia*

*prezydenta Ukrainy vid 08.11.2001 №301/2001rp* [On the organization of the completion of the construction of the Kryvyi Rih Mining and Processing Plant of Oxidized Ores: Order of the President of Ukraine of November 8, 2001 № 301 / 2001]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/301/2001-%D1%80%D0%BF#Text> (Accessed 5 May 2021).

8. Shatyrova, S. S. (2006). *Otsinka investytsiinoi pryvablyvosti Kryvorizkoho hirnocho-zbahachovalnoho kombinatu okyslenykh rud* [Estimation of investment attractiveness of Kryvyi Rih mining and processing plant of oxidize dores]. *Ekonomichnyi visnyk natsionalnoho hirnychoho universytetu* [Economic Bulletin of the National Mining University], 46 p.

9. Kazanskij, D. (2015). *Dolinskaja. Zabytyj gorod u nedostroennogo kombinata. 14.08.2015* [Dolinskaya. The forgotten city near then finished plant. 08/14/2015]. Available at : <https://vlada.io/articles/dolinskaya-zabyityy-gorod-u-nedostroennogo-kombinata/> (Accessed 5 May 2021).

**Objective.** *The objective of the present article is to study the construction of the Kryvyi Rih Mining and Processing Plant of Oxidized Ores and the feasibility of investing in the mining industry.*

**Methods.** *General scientific methods of scientific cognition are used in the research, in particular, the historical method has been used in the study of the object from the beginning of construction design in 1978 to the present; logical method has been used in the reproduction of an object that develops and takes place in the form of historical theory. The method of analogy is offered as a variant of future development of construction the introduction of ITmk3 technology. Mini-plants using this technology are operating in the fields of India, Brazil and Australia. With the help of analysis, as a general scientific method, the share of costs of iron ore enterprises and the share of countries — participants in the construction have been studied. The tabular method has been used when grouping production costs.*

**Results.** *The expediency of completion of the Kryvyi Rih Mining and Processing Plant of Oxidized Ores from the economic and ecological point of view is considered in the article. The use of industrial waste that has been stored and continues to be stored in dumps has a double advantage. First, their processing is more cost-effective than mining. Secondly, environmental issues are being addressed. In addition, the use of advanced production technologies will allow to enter the world market with modern finished products. The study found that KGZKOR has promising trends for the completion of construction. The commissioning of the plant will provide an opportunity to fulfill the state's obligations to foreign construction participants, provide metallurgical enterprises with high-quality raw materials, preserve Ukraine's export potential on the European iron ore market, and allow it to master the production of new products. The issue of completion of the plant is a matter of attracting investors and support from the state. Until now, the feasibility of construction has been considered only from a technical and social point of view. If we add the economic component, the solution of the issue will have great practical significance.*

**Key words:** *Kryvyi Rih Mining and Processing Plant of Oxidized Ores (KGZKOR), magnetic flotation technology, tailings, metallurgical mini-plants, ITmk3.*

*Надійшла до редакції 30.04.2021*



DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-32-41

JEL: J23, J40, A10

УДК 331.5:311.219.1

**Макєєва О. О.,**  
асистентДонецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: makeeva\_oo@donnuet.edu.ua**АНАЛІЗ СИТУАЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ У 2012–2019 РР.**

UDC 331.5:311.219.1

**Makieieva O. O.,**  
Assistant ProfessorMykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: makeeva\_oo@donnuet.edu.ua**ANALYSIS OF THE SITUATION ON THE LABOR MARKET  
OF UKRAINE IN 2012–2019 YEARS**

**Мета.** Мета статті — аналіз стану та визначення особливостей розвитку ринку праці України у 2012–2019 рр.

**Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння (для визначення авторського підходу до розуміння сутності поняття «ринок праці»), аналіз і синтез (для визначення суб'єктної структури ринку праці), індукція та дедукція (для обґрунтування впливу стану ринку праці на розвиток економіки), а також табличний метод (для наочного відображення стану та особливостей розвитку ринку праці), аналізу часових рядів (для визначення тенденцій розвитку ринку праці України у 2012–2019 рр.).

**Результати.** За результатами проведеного дослідження обґрунтовано, що під ринком праці доцільно розуміти складну відкриту соціально-економічну систему, що є складовою національної економіки країни, значно впливає на її розвиток та конкурентоспроможність, включає осіб, що шукають роботу, зайнятих працівників, роботодавців та об'єднання кожної із зазначеної категорії учасників, а також Державну службу зайнятості та ін. зацікавлені сторони; основними суб'єктами ринку праці України є: зайняте населення; особи, які шукають роботу, та безробітні; роботодавці; об'єднання зазначених вище суб'єктів (об'єднання зайнятого населення, об'єднання роботодавців тощо), Державна служба зайнятості; встановлено, що у 2012–2019 рр. ситуація на ринку праці України характеризується наступними особливостями: зменшується обсяг пропозиції робочої сили, кількість зайнятого та безробітного населення; підвищується рівень безробіття, зменшується рівень економічної активності населення; структура зайнятості населення за видами економічної діяльності залишається незмінною (серед видів економічної діяльності найбільшою часткою зайнятого населення характеризувалися: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (в середньому майже 22 %); сільське, лісове та рибне господарство (в середньому 17,6 %); промисловість (в середньому 15,6 %); освіта (в середньому 8,7 %)). Встановлено, що у структурі безробітного населення переважає молодь: безробітні особи у віці від 15–24 років — в середньому 19,8 % від загальної кількості безробітних, а також особи у віці 25–29 років — в середньому 9,7 %, особи у віці 30–39 років — в середньому 7,8 %; найбільша кількість безробітних спостерігається серед чоловіків та сільського населення; у структурі економічно неактивного населення переважають пенсіонери (в середньому 53,3 % від загальної кількості економічно неактивного населення); основними причинами безробіття є стан здоров'я, зневіра, відсутність знань про те де та як шукати роботу. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання при розробці стратегії розвитку та підвищення конкурентоспроможності ринку праці України.

**Ключові слова:** ринок праці, економічно активне населення, зайняте населення, безробітне населення, рівень зайнятості, рівень безробіття.



**Постанова проблеми.** Ринок праці є однією із найважливіших складових ринкової економічної системи, тому навіть найменший його дисбаланс може призвести до серйозних економічних наслідків. Разом із тим, розвиток ринку є досить чутливим до загальногосподарської кон'юнктури, а отже залежить від загальної економічної ситуації в країні, розвитку підприємництва, рівня залученості населення в економічну діяльність держави, рівня доходів населення, а також від унікальної системи цінностей, якими керується суспільство та його члени.

Беручи до уваги все зазначене вище, вивчення ринку праці, його складових, відстеження та аналіз ситуації, що склалась протягом певного періоду часу, завжди залишатиметься актуальним.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Аналіз ринку праці України, виявлення основних його показників та тенденцій, проблем здійснювали у своїх працях багато науковців, серед яких: О. О. Дорошко, К. М. Крамаренко, Ю. В. Машика, Л. Г. Федунчик, Л. М. Федоришина та ін. Відзначаючи фундаментальний внесок зазначених вчених у розвиток теорії та практики функціонування ринку праці України, звертає на себе увагу той факт, що зазначені дослідження здебільшого не актуалізовані, охоплюють часовий інтервал до 2017 року. Беручи до уваги все зазначене вище, а також значення та роль ринку праці для забезпечення економічного зростання та розвитку, функціонування економіки, і, разом із тим, взаємообумовленість розвитку ринку праці та національної економіки, сьогодні можна констатувати, що багато аспектів цієї багатогранної теми потребують постійного моніторингу та подальшого розвитку. Одним із таких аспектів є ситуація, що склалася на ринку праці України у 2012–2019 рр., що й обумовило мету роботи.

**Мета статті.** Метою статті є аналіз стану та визначення особливостей розвитку ринку праці України у 2012–2019 рр..

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз робіт дозволяє стверджувати, що на сучасному етапі розвитку наукової думки у наукових колах немає консенсусу щодо сутності поняття «ринку праці». У залежності від цілей дослідження, авторського розуміння сутності зазначеного поняття його трактування змінюється. Так, відповідно до Закону України

«Про зайнятість населення» [3], «ринку праці — система правових, соціально-трудових, економічних та організаційних відносин, що виникають між особами, які шукають роботу, працівниками, професійними спілками, роботодавцями та їх організаціями, органами державної влади у сфері задоволення потреби працівників у зайнятості, а роботодавців — у найманні працівників відповідно до законодавств» [3]. На думку Л. Г. Федунчик, «ринку праці — це складна соціально-економічна система, що відображає відносини найманого працівника і роботодавця з приводу купівлі-продажу робочої сили особисто або через посередників, а ситуація на ньому є індикатором стану економіки країни» [1, с. 32]. На думку О. В. Волкової, ринок праці представляє собою систему обміну індивідуальних здібностей до праці на фонд життєвих цінностей, необхідних для відтворення робочої сили» [8, с. 14].

Узагальнення авторських підходів [1–10] до розуміння сутності поняття «ринку праці» дає підстави стверджувати, що під цим поняттям доцільно розуміти складну відкриту соціально-економічну систему, що є складовою національної економіки країни, значно впливає на її розвиток та конкурентоспроможність, включає осіб, що шукають роботу, зайнятих працівників, роботодавців та об'єднання кожної із зазначеної категорії учасників, а також Державну службу зайнятості та ін. зацікавлені сторони.

Суб'єктна структура ринку праці представлена зайнятим населенням; особами, які шукають роботу, та безробітними; роботодавцями; об'єднаннями зазначених вище суб'єктів (об'єднання зайнятого населення, об'єднання роботодавців тощо), Державною службою зайнятості.

Згідно із Законом України «Про зайнятість населення» [3]:

1) до зайнятого населення належать:

— особи, які працюють за наймом на умовах трудового договору (контракту) або на інших умовах, передбачених законодавством;

— особи, які забезпечують себе роботою самостійно (у тому числі члени особистих селянських господарств);

— особи, які проходять військову чи альтернативну (невійськову) службу, на законних підставах працюють за кордоном та які мають доходи від такої зайнятості;

— особи, які навчаються за денною або дуальною формою здобуття освіти у закладах загальної середньої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти та поєднують навчання з роботою;

— непрацюючі працездатні особи, які фактично здійснюють догляд за дитиною з інвалідністю, особою з інвалідністю I групи або за особою похилого віку, яка за висновком медичного закладу потребує постійного стороннього догляду або досягла 80-річного віку, та отримують допомогу, компенсацію та/або надбавку відповідно до законодавства;

— батьки-вихователі дитячих будинків сімейного типу, прийомні батьки, якщо вони отримують грошове забезпечення відповідно до законодавства;

— особи, які проживають разом з особою з інвалідністю I чи II групи внаслідок психічного розладу, яка за висновком лікарської комісії медичного закладу потребує постійного стороннього догляду, та одержує грошову допомогу на догляд за нею відповідно до законодавства [3];

2) до безробітного населення відносять осіб віком від 15 до 70 років, які через відсутність роботи не має заробітку або інших передбачених законодавством доходів як джерела існування, готові та здатні приступити до роботи [3].

Відповідно до Порядку реєстрації, переєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу, «особа, яка шукає роботу, — особа, яка звернулася до центру зайнятості з метою отримання послуг із сприяння у працевлаштуванні» [10].

Відповідно до Закону України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності», «роботодавець-юридична особа (підприємство, установа, організація) або фізична особа-підприємець, яка в межах трудових відносин використовує працю фізичних осіб» [9].

Державна служба зайнятості є посередником між всіма категоріями суб'єктів, що представлені на ринку праці.

«Служба складається з Державного центру зайнятості, Центру зайнятості Автономної Республіки Крим, обласних, Київського та Севастопольського міських центрів зайнятості, міських, районних і міськрайонних центрів зайнятості, Інституту підготовки кадрів державної служби зайнятості України, закладів професійної (професійно-технічної) освіти державної

служби зайнятості, інших закладів освіти державної служби зайнятості, а також підприємств, установ, організацій, утворених Службою» [10].

Державна служба зайнятості покликана забезпечити соціальний захист та реалізацію державної політики у сфері зайнятості, шляхом здійснення аналізу стану ринку праці; сприяння громадянам у підборі відповідної роботи; надання роботодавцям послуг із добору працівників; участі в організації проведення громадських та інших робіт тимчасового характеру; сприяння громадянам в організації підприємницької діяльності; організації підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації безробітних з урахуванням поточної та перспективної потреб ринку праці, підтвердження результатів неформального професійного навчання; проведення професійної орієнтації населення та ін. [10].

У 2012–2019 рр. ринок праці характеризується зменшенням пропозиції робочої сили у абсолютному вимірі. Так, протягом періоду, що аналізується, кількість населення у працездатному віці зменшилася на 1936 тис осіб. У той же час пропозиція робочої сили у відносному значенні збільшується. Так, якщо у 2012 році частка працездатного населення до населення відповідної вікової групи становила 72,9 %, то у 2019 році — 74 % (таб. 1).

Протягом періоду, що аналізується, кількість зайнятого працездатного населення у абсолютному вимірі суттєво зменшилася (на 1833,7 тис осіб), зменшилася кількість безробітних (на 102,3 тис осіб). Рівень зайнятості та рівень безробіття підвищилися на 0,7 % та 0,4 % відповідно (табл. 2).

Особливістю сучасного стану зайнятості в Україні є те, що здійснюється перехід від повної, формальної, неефективної зайнятості, що існувала в попередній економічній системі, до продуктивної, вільно обраної зайнятості населення [2, с. 148].

За даними державної служби статистики [4], чисельність зайнятого населення в Україні станом на 2019 р. становить 16578,3 тис. осіб. та постійно зменшується (у 2012–2019 рр. — на 2683,1 тис осіб). При цьому слід зазначити, що у 2012–2019 рр. спостерігалось зменшення кількості зайнятих за всіма видами економічної діяльності:

— сільське, лісове та рибне господарство — на 298,1 тис. осіб,

— промисловість — на 775,2 тис. осіб,

Таблиця 1

**Пропозиція робочої сили на ринку праці України  
(складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])**

Рік	Робоча сила			
	у віці 15–70 років		працевдатного віку	
	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи
2012	20 851,2	64,5	19 317,8	72,9
2013	20 824,6	64,9	19 399,7	72,9
2014	19 920,9	62,4	19 035,2	71,4
2015	18 097,9	62,4	17 396,0	71,5
2016	17 955,1	62,2	17 303,6	71,1
2017	17 854,4	62,0	17 193,2	71,5
2018	17 939,5	62,6	17 296,2	72,7
2019	18 066,0	63,4	17 381,8	74,0
2012–2019	-2 785,20	-1,10	-1 936,00	1,10

Таблиця 2

**Зайнятість та безробіття в Україні (складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])**

Рік	зайняте населення				безробітне населення (за методологією МОП)			
	у віці 15–70 років		працевдатного віку		у віці 15–70 років		працевдатного віку	
	у середньо- му, тис. осіб	у % до на- селення відповід- ної вікової групи	у серед- ньому, тис. осіб	у % до на- селення відповід- ної вікової групи	у серед- ньому, тис. осіб	у % до ро- бочої сили відповід- ної вікової групи	у серед- ньому, тис. осіб	у % до робочої сили від- повідної вікової групи
2012	19 261,4	59,6	17 728,6	66,9	1 589,8	7,6	1589,2	8,2
2013	19 314,2	60,2	17 889,4	67,3	1 510,4	7,3	1510,3	7,8
2014	18 073,3	56,6	17 188,1	64,5	1 847,6	9,3	1847,1	9,7
2015	16 443,2	56,7	15 742,0	64,7	1 654,7	9,1	1654,0	9,5
2016	16 276,9	56,3	15 626,1	64,2	1 678,2	9,3	1677,5	9,7
2017	16 156,4	56,1	15 495,9	64,5	1 698,0	9,5	1697,3	9,9
2018	16 360,9	57,1	15 718,6	66,1	1 578,6	8,8	1577,6	9,1
2019	16 578,3	58,2	15 894,9	67,6	1 487,7	8,2	1486,9	8,6
2012– 2019	-2 683,10	-1,40	-1833,70	0,70	-102,10	0,60	-102,30	0,40

— будівництво — на 137,4 тис. осіб,  
 — оптова та роздрібна торгівля — на 358,9 тис. осіб,  
 — транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність — на 151,9 тис. осіб,  
 — тимчасове розміщування й організація харчування — на 22,7 тис. осіб,  
 — інформація та телекомунікації — на 8,7 тис. осіб,  
 — фінансова та страхова діяльність — на 104,2 тис. осіб,  
 — операції з нерухомим майном — на 62,7 тис. осіб,

— професійна, наукова та технічна діяльність — на 82,5 тис. осіб,  
 — діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування — на 26,0 тис. осіб,  
 — державне управління та оборона — на 133,1 тис. осіб,  
 — освіта — на 244,5 тис. осіб,  
 — охорона здоров'я та надання соціальної допомоги — на 207,2 тис. осіб,  
 — мистецтво, спорт, розваги та відпочинок — на 28,0 тис. осіб,  
 — інші види економічної діяльності — на 42,2 тис. осіб.

Найбільша кількість зайнятих у 2012–2019 рр. спостерігається у галузі оптової та роздрібно-ї торгівлі; ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів; сільському, лісовому та рибному господарству; промисловості (табл. 3).

У 2012–2019 рр. структура зайнятості населення за видами економічної діяльності практично не змінилася. Серед видів економічної діяльності найбільшої часткою зайнятого населення характеризувалися: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (в середньому майже 22 %); сільське, лісове та рибне господарство (в середньому 17,6 %); промисловість (в середньому 15,6 %); освіта (в середньому 8,7 %). На зазначені види економічної діяльності у 2012–2019 рр. припадає в середньому майже 65 %

від зайнятого населення країни. Протягом періоду, що аналізується, спостерігалось незначне збільшення частки зайнятих за такими видами економічної діяльності, як: сільське, лісове та рибне господарство; оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, тимчасове розміщування й організація харчування, інформація та телекомунікації, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; зменшення: промисловість; будівництво; фінансова та страхова діяльність; операції з нерухомим майном; професійна, наукова та тех-

Таблиця 3

Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012–2019 рр., тис. осіб (складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])

Показники	Роки					Абсолютне відхилення (+; -)
	2012	2014	2016	2018	2019	
Усього зайнято	19261,4	18073,3	16276,9	16360,9	16578,3	-2683,1
Сільське, лісове та рибне господарство	3308,5	3091,4	2866,5	2937,6	3010,4	-298,1
Промисловість	3236,7	2898,2	2494,8	2426,0	2461,5	-775,2
Будівництво	836,4	746,4	644,5	665,3	699,0	-137,4
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4160,2	3965,7	3516,2	3654,7	3801,3	-358,9
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1150,9	1113,4	997,2	995,1	999,0	-151,9
Тимчасове розміщування й організація харчування	326,7	309,1	276,7	283,0	304,0	-22,7
Інформація та телекомунікації	297,9	284,8	275,2	280,3	289,2	-8,7
Фінансова та страхова діяльність	315,8	286,8	225,6	214,0	211,6	-104,2
Операції з нерухомим майном	322,2	286,1	255,5	259,4	259,7	-62,5
Професійна, наукова та технічна діяльність	504,1	456,0	428,1	437,9	421,6	-82,5
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	343,9	334,3	304,3	304,3	317,9	-26,0
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	1003,62	959,52	973,1	939,3	870,52	-133,1
Освіта	1633,2	1587,7	1441,4	1416,5	1388,7	-244,5
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1181,4	1150,5	1030,4	995,4	974,2	-207,2
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	225,6	221,2	201,6	196,9	197,6	-28,0
Інші види економічної діяльності	414,3	382,2	345,8	355,2	372,1	-42,2

нічна діяльність; освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги та ін. (табл. 4).

Для оцінки ринку праці треба не лише аналіз зайнятого населення, а й безробіття.

Таблиця 4

**Зайняте населення за видами економічної діяльності у 2012–2019 рр., %  
(складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])**

Показники	Роки					Абсолютне відхилення (+:-)
	2012	2014	2016	2018	2019	
Усього зайнято	100	100	100	100	100	-
Сільське, лісове та рибне господарство	17,18	17,10	17,61	17,96	18,16	0,98
Промисловість	16,80	16,04	15,33	14,83	14,85	-1,96
Будівництво	4,34	4,13	3,96	4,07	4,22	-0,13
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	21,60	21,94	21,60	22,34	22,93	1,33
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	5,98	6,16	6,13	6,08	6,03	0,05
Тимчасове розміщування й організація харчування	1,70	1,71	1,70	1,73	1,83	0,14
Інформація та телекомунікації	1,55	1,58	1,69	1,71	1,74	0,20
Фінансова та страхова діяльність	1,64	1,59	1,39	1,31	1,28	-0,36
Операції з нерухомим майном	1,67	1,58	1,57	1,59	1,57	-0,11
Професійна, наукова та технічна діяльність	2,62	2,52	2,63	2,68	2,54	-0,07
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	1,79	1,85	1,87	1,86	1,92	0,13
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	5,21	5,31	5,98	5,74	5,25	0,04
Освіта	8,48	8,78	8,86	8,66	8,38	-0,10
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	6,13	6,37	6,33	6,08	5,88	-0,26
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1,17	1,22	1,24	1,20	1,19	0,02
Інші види економічної діяльності	2,15	2,11	2,12	2,17	2,24	0,09

Безробіття — «це соціально-економічне явище, для якого характерно незайнятість частини робочої сили (економічно активного населення) у сфері економіки. Тобто, у реальному житті безробіття виступає як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї» [5, с. 123].

У 2012–2019 рр. кількість безробітних у абсолютному вимірі зменшилася на 102,1 тис осіб (з 1589,9 тис осіб у 2012 р. до 1487,7 тис осіб у 2019 р.), у відносному вимірі (у % до робочої сили) збільшилася на 0,6 % (із 7,6 % у 2012 р. до 8,2 % у 2019 р.) (табл. 5).

У структурі безробітного населення у 2012–2019 рр. переважали особи у віці:

— 15–24 років — в середньому 19,8 % від загальної кількості безробітних,

— 25–29 років — в середньому 9,7 %;

— 30–39 років — в середньому 7,8 %.

Таким чином, у структурі безробітного населення переважає молодь. Для порівняння,

Таблиця 5

**Безробітне населення за 2012–2019 рр., тис. осіб  
(складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])**

Рік	Безробітне населення (за методологією МОП) у віці 15–70 років	
	у середньому, тис. осіб	у % до робочої сили відповідної вікової групи
2012	1 589,8	7,6
2013	1 510,4	7,3
2014	1 847,6	9,3
2015	1 654,7	9,1
2016	1 678,2	9,3
2017	1 698,0	9,5
2018	1 578,6	8,8
2019	1 487,7	8,2
2012–2019	-102,1	0,6



серед осіб у віці 40–49 років рівень безробіття у середньому у 2012–2019 рр. становив 7,2 %, у віці 50–59 років — 6,7 %.

У 2012–2019 рр. спостерігається незначне зменшення частки молоді у структурі безробітного населення (на 4,6 %), але все ще залишається значною. У той же час протягом періоду, що аналізується, має місце підвищення рівня безробіття серед осіб у віці 40–49 років (на 1,4 %), у віці 50–59 років (на 2,2 %), що пов'язано із структурними змінами в економіці країни та кризовими явищами (табл. 6).

У 2012–2019 рр. найбільша кількість безробітних спостерігається серед населення чоловічої статі. Так, у 2012–2019 рр. в середньому частка безробітних чоловіків у загальній кількості робочої сили чоловічої статі становила 9,85 %, частка жінок у загальній кількості робочої сили жіночої статі — 7,4 % (табл. 7). Таким чином, частка безробітних серед чоловіків більша за частку безробітних серед жінок приблизно на 2 % щорічно. У 2012–2019 рр. рівень безробіття серед жінок збільшився на 1,4 %, чоловіків — на 0,7 %.

Таблиця 6

**Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за віковими групами у 2012–2019 рр., %  
(складено автором на основі даних джерела [4])**

Вік	Рік							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
15–24	17,3	17,4	23,1	22,4	23,0	18,1	21,4	15,7
25–29	9,5	8,7	11,1	11,2	11,7	12,0	5,8	7,2
30–39	6,7	6,4	8,7	8,5	8,5	9,8	8,0	6,0
40–49	6,2	6,2	7,3	7,6	7,7	8,6	6,4	7,6
50–59	5,3	5,1	6,0	6,3	7,3	8,0	8,3	7,5
60–70	0,1	-	0,1	0,1	0,1	0,03	-	-

Таблиця 7

**Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за статтю у 2012–2019 рр., у % до робочої сили відповідної статі (складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])**

Стать	Рік								Абсол. відхилення (+; -)
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Жінки	6,4	6,2	7,5	8,1	7,7	7,8	8	7,8	1,4
Чоловіки	8,5	8	10,8	10,1	10,8	11,3	10,1	9,2	0,7

Серед безробітного населення переважає сільське населення (табл. 8). Частка сільського населення у 2012–2019 рр. в загальній кількості безробітного населення є вищою (7,3–10,4 %), ніж частка міського населення (7,1–9,3 %). При цьому у 2012–2019 рр. рівень безробіття міського населення підвищився на 0,5 %, сільського населення на 1,8 %.

Чисельність економічно неактивного населення протягом періоду, що аналізується, постійно зменшується. В 2019 році чисельність економічно неактивного населення ста-

новить 10 430 500 осіб, порівняно із 2012 р. (11 456 900 осіб), знизилась на 1 026 400 особи.

У структурі економічно неактивного населення переважають пенсіонери (в середньому 53,3 % від загальної кількості економічно неактивного населення). У 2012–2019 рр. частка пенсіонерів у загальній кількості економічно неактивного населення збільшилася на 6,8 %, що говорить про значне та зростаюче навантаження на пенсійний фонд країни.

Серед причин, що обумовлюють економічну неактивність осіб у працездатному віці,

Таблиця 8

**Рівень безробіття населення (за методологією МОП) за місцем проживання у 2012–2019 рр., %  
(складено та розраховано автором на основі даних джерела [4])**

Місце проживання	Рік								Абсол. відхилення (+; -)
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
Міське населення	7,6	7,1	9,2	9,0	9,2	9,3	8,7	8,1	0,5
Сільське населення	7,4	7,3	9,5	9,4	9,7	10,4	9,7	9,2	1,8

домінують стан здоров'я (в середньому 1,23 % від економічно неактивного населення), зневіреність у своїх силах (в середньому 0,83 %), переконання про відсутність відповідної роботи (в середньому 0,6 %). У той же час, свою економічну неактивність пов'язують із відсутністю знань про те де і як шукати роботу, пов'язують середньому 0,25 % економічно неактивного населення, сезонним характером

роботи, сподіваннями повернутися на попередню роботу — 0,3 % економічно неактивного населення. При цьому слід зазначити, що протягом періоду, що аналізується, спостерігається збільшення частки осіб, які не знають де і як шукати роботу, які не працюють через стан здоров'я, зменшення частки осіб, які зневірилися, вважають, що немає відповідної роботи (табл. 9).

Таблиця 9

Населення України за причинами економічної неактивності за 2012–2019 рр.  
(складено автором на основі даних джерела [4])

Рік	Економічно неактивне населення, всього, тис. осіб	У тому числі за причинами економічної неактивності, %								
		Пенсіонери	учні, студенти денної форми навчання	виконують домашні (сімейні) обов'язки, перебувають на утриманні	стан здоров'я	зневірені	не знають де і як шукати роботу	вважають, що немає відповідної роботи	сезонний характер роботи, сподіваються повернутися на попередню роботу	інші
у відсотках до підсумку										
2012	11456,9	50,3	24,6	20,5	1,2	0,9	0,3	0,6	0,3	1,3
2013	11270,1	51,0	24,8	20,2	1,0	0,9	0,2	0,6	0,2	1,1
2014	12023,0	53,3	21,5	20,2	1,2	1,2	0,3	0,7	0,5	1,1
2015	10925,5	53,3	22,3	19,8	1,2	1,0	0,3	0,7	0,3	1,1
2016	10934,1	52,8	21,4	21,6	1,2	0,8	0,2	0,7	0,3	1,0
2017	10945,0	53,6	20,7	22,0	1,1	0,8	0,1	0,5	0,3	0,9
2018	10724,8	54,7	20,9	20,9	1,0	0,6	0,1	0,5	0,2	1,1
2019	10430,5	57,1	20,3	22,5	1,9	0,4	0,5	0,5	0,3	1,3

**Висновки.** Таким чином, у 2012–2019 рр. ситуація на ринку праці України характеризується наступними особливостями:

— зменшується обсяг пропозиції робочої сили, кількість зайнятого та безробітного населення;

— підвищується рівень безробіття, зменшується рівень економічної активності населення;

— структура зайнятості населення за видами економічної діяльності залишається незмінною. Серед видів економічної діяльності найбільшою часткою зайнятого населення характеризувалися: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (в середньому майже 22 %); сільське, лісове та рибне господарство (в середньому 17,6 %); промисловість (в середньому 15,6 %); освіта (в середньому 8,7 %). На зазначені види

економічної діяльності у 2012–2019 рр. припадає в середньому майже 65 % від зайнятого населення країни

— у структурі безробітного населення переважає молодь: безробітні особи у віці від 15–24 років — в середньому 19,8 % від загальної кількості безробітних, а також особи у віці 25–29 років — в середньому 9,7 %, особи у віці 30–39 % — в середньому 7,8 %;

— найбільша кількість безробітних спостерігається серед чоловіків та сільського населення;

— у структурі економічно неактивного населення переважають пенсіонери (в середньому 53,3 % від загальної кількості економічно неактивного населення);

— основними причинами безробіття є стан здоров'я, зневіра, відсутність знань про те де та як шукати роботу.

## Список літератури

1. Федунчик Л. Г. (2016). Ринок праці в Україні: проблеми та напрями їх вирішення. *Ринок праці та зайнятість населення*. № 2. С. 31–34.
2. Крамаренко К. М. (2014). Безробіття населення як макроекономічна проблема. *Молодий вчений*. № 6 (1). С. 147–150.
3. Закон України «Про зайнятість населення». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Машика Ю. В., Бобруйко О. І. (2013). Стан та проблеми безробіття в Україні. *Економічний простір*. № 74. С. 122–130.
6. Дорошко О. О. Безробіття в Україні та шляхи його подолання. *Ефективна економіка*. 2010. № 12. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2010\\_12\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_12_33).
7. Федоришина Л. М. Безробіття в Україні: актуальні проблеми і шляхи вирішення. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 4. С. 103–108. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre\\_2015\\_4\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_4_16).
8. Волкова О. В. Ринок праці. К. : Центр учб. літератури, 2007. 624 с.
9. Закон України «Про організації роботодавців, їх об'єднання, права і гарантії їх діяльності». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5026-17#Text>.
10. Порядок реєстрації, перереєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/792-2018-%D0%BF#Text>.
11. Положення про Державну службу зайнятості. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1305-20#Text>.

## References

1. Fedunchyk, L. H. (2016). *Rynok pratsi v Ukraini: problemy ta napriamy yikh vyrishennia* [Labor market in Ukraine: problems and directions of their solution]. *Rynok pratsi ta zainiatist naseleennia* [Labor market and employment], no. 2, pp. 31–34.
2. Kramarenko, K. M. (2014). *Bezrobittia naseleennia yak makroekonomichna problema* [Unemployment as a macroeconomic problem].

*Molodyi vchenyi* [Young scientist], no. 6 (1), pp. 147–150.

3. *Zakon Ukrainy «Pro zainiatist naseleennia»* [Law of Ukraine «On Employment»]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (Accessed 24 June 2021).

4. *Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy* [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed 24 June 2021).

5. Mashyka, Yu. V., Bobruiko, O. I. (2013). *Stan ta problemy bezrobittia v Ukraini* [The state and problems of unemployment in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir* [Economic space], no. 74, pp. 122–130.

6. Doroshko, O. O. (2010). *Bezrobittia v Ukraini ta shliakhy yoho podolannia* [Unemployment in Ukraine and ways to overcome it]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 12. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2010\\_12\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_12_33). (Accessed 24 June 2021).

7. Fedoryshyna, L. M. (2015). *Bezrobittia v Ukraini: aktualni problemy i shliakhy vyrishennia* [Unemployment in Ukraine: current problems and solutions]. *Stalyi rozvytok ekonomiky* [Sustainable economic development], no. 4, pp. 103–108. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre\\_2015\\_4\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_4_16). (Accessed 25 June 2021).

8. Volkova, O. V. (2007). *Rynok pratsi* [Labor market]. Kyiv, Tsentr uchb. Literatury Publ., 624 p.

9. *Zakon Ukrainy «Pro orhanizatsii robotodavtsiv, yikh obiednannia, prava i harantii yikh diialnosti»* [Law of Ukraine «On employers' organizations, their associations, rights and guarantees of their activities»]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5026-17#Text>. (Accessed 25 June 2021).

10. *Poriadok reiestratsii, perereiestratsii bezrobitykh ta vedennia obliku osib, yaki shukaiut robotu* [The procedure for registration, re-registration of the unemployed and keeping records of job seekers]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/792-2018-%D0%BF#Text>. (Accessed 25 June 2021).

11. *Polozhennia pro Derzhavnu sluzhbu zainiatosti* [Regulations on the State Employment Service]. Available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1305-20#Text> (Accessed 26 June 2021).

**Objective.** *The objective of the article is analysis and determining the development peculiarities of the Ukrainian labor market in 2012–2019.*



**Methods.** The following general scientific methods and techniques of cognition are used in the research: theoretical generalization and comparison (to determine the author's approach to understanding the concept essence of «labor market»), analysis and synthesis (to determine the subjective structure of the labor market), induction and deduction (to justify the impact of the labor market on the economy development), tabular method (to clearly reflect the state and features of the labor market), time series analysis (to determine trends in the labor market of Ukraine in 2012–2019).

**Results.** According to the results of the research, the term «labor market» should be understood as a complex open socio-economic system that is part of the national economy, significantly affects its development and competitiveness, includes job seekers, employees, employers and associations of each from this participant's category, organizations such as the State Employment Service and other stakeholders. The main subjects of the labor market of Ukraine are: employed population; job seekers and the unemployed; employers; associations of the above entities (associations of the employed population, associations of employers, etc.), the State Employment Service. It is established that in 2012–2019 the situation on the Ukrainian labor market is characterized by the following features: the supply of labor, the number of employed and unemployed population decreases; the unemployment rate increases, the level of economic activity of the population decreases; the structure of employment by type of economic activity remains unchanged (among the types of economic activity the largest share of the employed population was characterized by: wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles (on average almost 22 %); agriculture, forestry and fisheries on average 17.6 %), industry (average 15.6 %), education (average 8.7 %)). It is established that the structure of the unemployed population is dominated by young people: unemployed persons aged 15–24 years — an average of 19.8 % of the total number of unemployed, as well as persons aged 25–29 years — an average of 9.7 %, persons in ages 30–39 — an average of 7.8 %. The largest number of unemployed are observed among men and the rural population; The structure of the economically inactive population is dominated by retirees (on average 53.3 % of the total economically inactive population), the main causes of unemployment are health, despair, lack of knowledge about where and how to look for work.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of its use in developing a competitiveness increasing strategy of the Ukrainian labor market.

**Key words:** labor market, economically active population, employed population, unemployed population, employment rate, unemployment rate.

*Надійшла до редакції 30.04.2021*

**ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ**

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-42-49

JEL: D20

УДК 338.488.2:338.486.4

**Костакова Л. Д.,  
старший викладач**Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського,  
Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: kostakova@donnuet.edu.ua**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ  
У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

UDC 338.488.2:338.486.4

**Kostakova L. D.,  
Senior Lecturer**Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: kostakova@donnuet.edu.ua**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF EXPENSES FORMATION  
IN THE ESTABLISHMENTS OF THE RESTAURANT INDUSTRY**

**Мета.** *Мета статті — дослідити підходи щодо формування витрат в умовах діяльності підприємств ресторанного господарства.*

**Методи.** *Проведене дослідження ґрунтується на застосуванні таких наукових методів як: порівняння, узагальнення, типології, абстракції, а також системного та логічного підходів, пов'язаних з реалізацією теоретико-методичних підходів до формування витрат.*

**Результати.** *Визначено місце підприємств ресторанного господарства в сучасному суспільстві, а також кількість та якість послуг, що ними пропонуються. З'ясовано, що за функціональним призначенням підприємства ресторанного господарства, як і промислові підприємства, виготовляють та реалізують продукцію з метою задоволення суспільних потреб та отримання прибутку. Досліджено трансформаційні підходи до визначення теоретичної сутності витрат ресторанного господарства та на їх основі представлено власне бачення щодо їх природи. Уточнено підходи до систематизації витрат підприємств ресторанного господарства та доведено їх комплексний характер в межах різних класифікаційних ознак. В процесі дослідження методичних підходів до формування витрат у закладах ресторанного господарства визначено, що основним методом розрахунку продажних цін на продукцію власного виробництва та покупні товари виступає калькулювання, а документом в якому зазначається вартість сировинного набору на відповідне блюдо є калькуляційна карта. Розкрито сутність таких методів калькулювання як торговельний та виробничий. З метою визначення переваг та недоліків даних методів було проведено їх порівняння. Визнано, що перевагами виробничого методу калькулювання собівартості реалізованої продукції та продукції власного виробництва є прогресивність і точність, а недоліком виступає його трудомісткість порівняно з торговельним методом. Розглянуто сутність позамовного методу калькулювання, який активно використовується у ресторанному бізнесі за умов організації різних заходів та кейтерингу.*

**Ключові слова:** *ресторанне господарство, витрати, класифікація, формування, методи, калькулювання.*

**Постановка проблеми.** Сучасний економічний розвиток торкнувся всіх сфер діяльності підприємств, що функціонують у ринковому середовищі України. Особливо, це стосується індустрії гостинності, що є аб-

солютно зрозумілим, адже на підприємствах ресторанного господарства цикл «виробництво-реалізація-виручка» є коротким і вкладені у виробництво гроші повертаються досить швидко та запускаються в подальший оборот.

© Л. Д. Костакова, 2021

Така властивість і є одним із тих чинників, що приваблює сучасних підприємців до розвитку даної сфери діяльності. Намагаючись збільшити свої доходи та прибуток, вони постійно розширюють та удосконалюють спектр своїх послуг.

Звичайно, що надання широкого спектру послуг підприємствами ресторанного господарства вимагає значних витрат, які мають місце в усіх процесах пов'язаних, як із функціями організації та управління, так і із функціями виробництва та реалізації продукції. Тож, вважаємо за необхідне з'ясувати яким чином відбувається формування витрат у закладах ресторанного господарства та який методичний інструментарій застосовується для розрахунку собівартості і продажних цін на їх продукцію.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретико-методичні аспекти формування витрат у закладах громадського харчування досліджувалися ще на теренах пострадянського простору. Погляди науковців стосовно класифікації витрат за відповідними статтями, їх облік та калькулювання продажних цін на продукцію власного виробництва та покупних товарів були усталеними. Зазначені питання знайшли своє відображення у роботах Ф. Ф. Бутинця, А. Г. Загороднього, В. В. Сопка, М. Г. Чумаченка та ін.

Разом із розбудовою України суттєві зміни відбулися і у нормативно-законодавчій базі, і в стандартах бухгалтерського обліку, і в підходах до формування витрат та калькуляційного процесу, що потребувало суттєвих роз'яснень для практиків. Тож, наразі, тематика стосовно витрат, що формуються у закладах ресторанного господарства залишається актуальним питанням для дискусій та активно досліджується нашими сучасниками, серед яких особливу увагу привертають наукові здобутки Л. М. Янчевої, А. В. Янчева, Л. О. Кирильєвої, Д. Д. Шеховцової, О. В. Чумак, І. С. Андрющенко, О. М. Гриценко, П. О. Куцик, Л. І. Коваль, Ф. Ф. Макарук, Л. Н. Котенко, Н. В. Манжос, Н. І. Дуляби, Н. Г. Міщенко, І. В. Десяткіної та ін. Їх роботи присвячені управлінню витратами, обліку та аудиту витрат, класифікації поточних витрат, удосконаленню методики формування виробничої собівартості продукції в індустрії гостинності тощо [4–9].

Проте, окремі теоретико-методичні аспекти стосовно формування витрат у ресто-

ранному господарстві є недостатньо висвітленими та потребують деяких уточнень.

**Мета статті** полягає у систематизації теоретичних та методичних підходів щодо формування витрат в сфері діяльності підприємств ресторанного господарства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Економічне середовище є досить мінливою категорією і не тільки тому, що динамічним змінам підвладні, як макроекономічні, так мікроекономічні показники, а ще й тому, що на зміну одним термінам приходять інші. Так, досить відомий всім термін «підприємства громадського харчування» було замінено на термін «ресторанне господарство», який застосовують у світовій практиці. По суті нічого не змінилося, хіба, що сучасні вимоги торгівлі значно розширили коло закладів де можна поїсти, або поїсти та відпочити. Наразі, у сфері ресторанного господарства можна виділити наступні типи закладів: ресторани, кафе, бари, буфети, закуочні, їдальні, кафетерії, фабрики-кухні, шашличні, піцерії, вареничні, спеціалізовані кулінарії, комбінати напівфабрикатів, домові кухні, ресторани за спеціальними замовленнями (catering) тощо. Кількість та якість послуг в закладах ресторанного господарства залежить від вибагливості споживача та тієї суми грошей яку він може дозволити собі витратити на їх споживання.

За своєю функціональною належністю підприємства ресторанного господарства схожі на промислові підприємства, оскільки в основі їх діяльності лежить виробництво та реалізація продукції. Однак, підприємства ресторанного господарства реалізують не тільки продукцію власного виробництва, а і покупні товари, крім того, в основному, реалізація продукції здійснюється через зали, що облаштовані для споживання їжі та відпочинку. До того ж, сучасна індустрія гостинності значно розширила сферу надання своїх послуг, до яких можна віднести і організацію обслуговування корпоративних вечірок, сімейних свят та учасників різних заходів (конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів тощо), і організацію доставки їжі та напоїв у номери готелю, пасажирський транспорт, на робочі місця та додому тощо. Всі ці послуги із задоволенням виконуються за замовленнями клієнтів, оскільки вони виступають якщо не основним, то додатковим

джерелом доходу для підприємств ресторанного господарства. Крім того, сфера послуг може бути значно ширшою. Наприклад, в залах закладів ресторанного господарства, споживаючи улюблені страви можна послухати фонову музику, потанцювати, подивитися на виступи музикантів та співаків тощо.

Сучасні підприємства ресторанного господарства є виробничою системою, яка здійснює не тільки перетворення різноманітних видів сировини задля повного і своєчасного задоволення потреб своїх клієнтів у різноманітних стравах та напоях, а і організовує їх споживання, як у власних приміщеннях, так і поза їх межами. Тож, лівовою часткою витрат, що формують собівартість продукції власного виробництва на даних підприємствах є матеріальні витрати, а саме сировина, яка складає основу готової продукції та витрати по організації її споживання.

Виходячи з зазначеного, можна стверджувати, що витрати закладів ресторанного господарства є складною комплексною категорією, яка потребує їх дослідження на предмет теоретичних та методичних підходів щодо їх формування.

Відповідно до «Методичних рекомендацій з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності», до їх складу належать витрати торговельної діяльності, які виникають у процесі руху товарів, а також витрати закладів ресторанного господарства, що пов'язані з випуском і реалізацією продукції власного виробництва. Самі витрати, у відповідності до чинних методичних рекомендацій, представляють собою «грошове відбиття витрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально-речовим складом становлять спожиту частину матеріальних, нематеріальних, трудових та фінансових ресурсів» [1].

У П(С)БО 16 «Витрати» представлено загальне визначення витрат, яке не дає відповіді на питання стосовно їх приналежності до тієї чи іншої галузі народного господарства. Тож, у даному стандарті зазначено, що «витрати — це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) за звітний період» [2].

О. В. Чумак та І. С. Андрющенко, які є дослідниками управління витратами на підприємствах ресторанного господарства, зазначають, що «витрати операційної діяльності представляють собою вартісну оцінку ресурсів, використаних під час здійснення поточної виробничо-торговельної діяльності підприємства, які забезпечують формування фінансових результатів» [3].

Н. І. Дуляба, досліджуючи витрати торговельного підприємства, наголошує, що «економічний підхід до визначення витрат походить з їх економічної природи (як витрати на просте відтворення ресурсів, що використовуються), а не з характеру джерел відшкодування» [4].

Автори Н. Г. Міценко та Л. С. Малецька під витратами ресторанного господарства розуміють «витрати виробництва, витрати обігу (реалізації) і витрати з організації споживання. До витрат виробництва (приблизно 50–55 % усіх витрат) належать витрати на заробітну плату робітникам кухні, на амортизацію основних виробничих засобів, оренду й утримання виробничих приміщень, на газ і електроенергію для виробничих потреб й інші виробничі витрати» [5].

І. В. Десяткіна виділяє витрати виробництва, що «представляють собою матеріальні витрати на виготовлення продукції власного виробництва та витрати обігу — витрати матеріальних, грошових і трудових ресурсів, що пов'язані з процесом обігу (придбання, реалізація) готової продукції та товарів, виражених в грошовій одиниці» [6].

Тож, на підґрунті розглянутих точок зору, під витратами ресторанного господарства слід вважати грошовий вираз сукупності всіх витрат живої й уречевленої праці, що були понесені підприємством на виготовлення, реалізацію і споживання продукції власного виробництва та реалізацію покупних товарів.

Враховуючи комплексний характер витрат підприємств ресторанного господарства розглянемо їх класифікаційні ознаки та характеристики, що лежать в основі їх формування.

У загальному вигляді, в процесі планування та обліку поточних витрат торговельної діяльності, їх класифікація відбувається за видами діяльності, за економічними елементами та за статтями витрат [1].

Проте, існує досить значна кількість підходів до класифікації витрат ресторанного

господарства які є майже ідентичними за класифікаційними ознаками, що застосовуються на промислових підприємствах.

На рис. 1 узагальнено інформацію щодо класифікації витрат ресторанного господар-

ства. Такий підхід не в повній мірі розкриває характер операційних витрат. Тому необхідною є їх деталізація у розрізі місць виникнення та центрів відповідальності, а також у розрізі елементів та статей витрат (табл. 1).

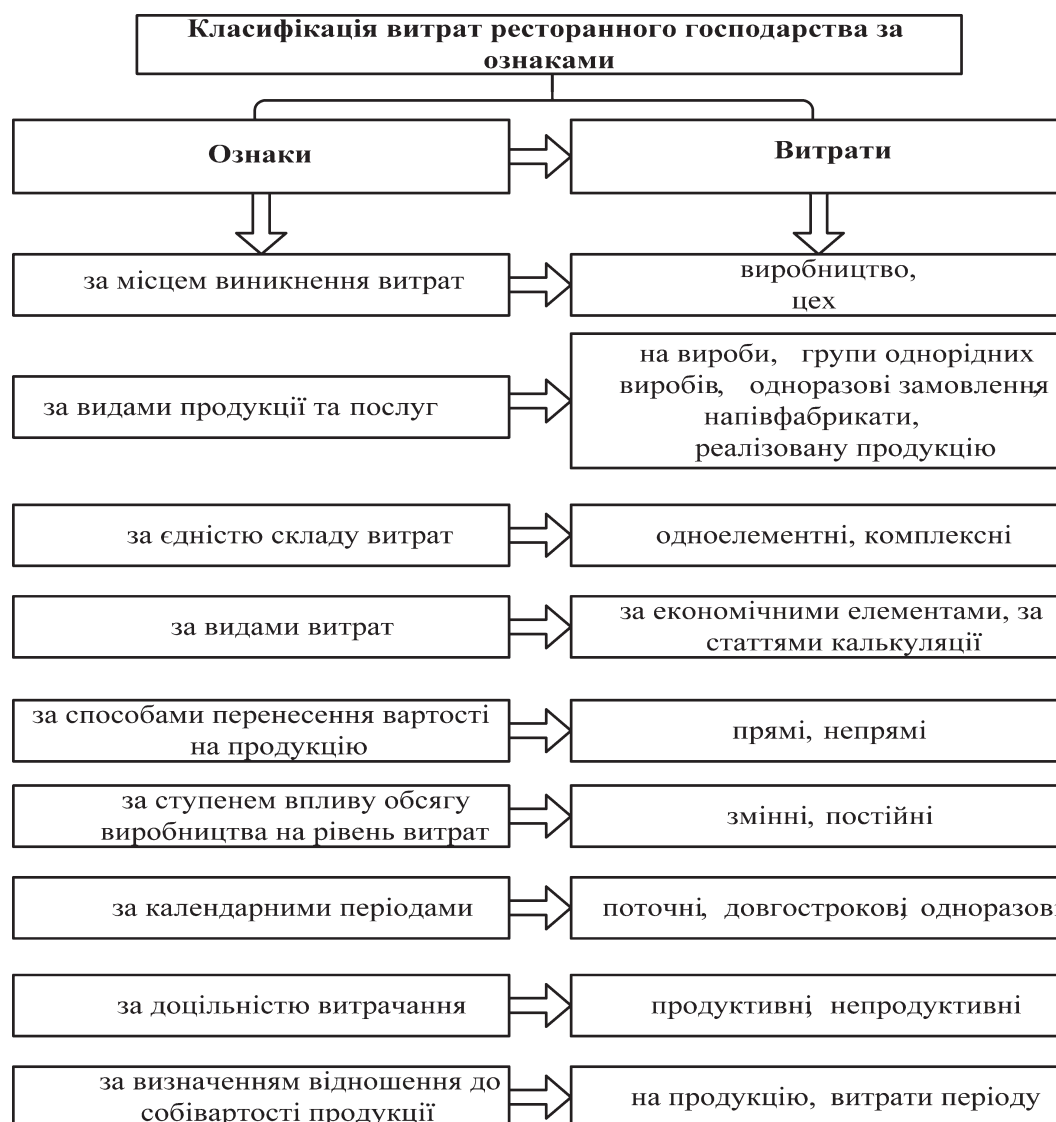


Рис. 1. Схема класифікації витрат підприємств ресторанного господарства (складено на основі [1])

За потреби, підприємства ресторанного господарства можуть вводити в облік витрат і такі статті, як втрати від участі в капіталі, надзвичайні витрати, брак у виробництві, зворотні відходи, інші витрати від звичайної діяльності тощо.

Слід зазначити, що значну частку витрат на підприємствах ресторанного господарства, складають витрати які формують собівартість реалізованої продукції, та продукції власного виробництва. Собівартість продукції власного виробництва та покупних товарів розраховують за допомогою калькулювання.

Для підприємств ресторанного господарства калькулювання представляє сукупність прийомів, що застосовуються в процесі формування вартості продукції власного виробництва. Ціни на покупну продукцію розраховуються шляхом додавання до їх вартості відповідної націнки. Націнка виступає джерелом покриття витрат, що пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції і власного виробництва, і покупної продукції. Калькуляцією у ресторанному господарстві вважають бухгалтерський розрахунок витрат у грошовому вираженні на



Таблиця 1

## Систематизація операційних витрат ресторанного господарства (складено на основі [1])

№ з/п	Ознаки систематизації операційних витрат	Характеристика витрат в межах відповідної ознаки
1.	За місцями виникнення витрат	— виробництво (кухня — для невеликих підприємств); — виробництво (мучний цех, м'ясний цех тощо — для великих підприємств); — бар; — зал; — виїзне обслуговування
2.	За центрами відповідальності	— витрати виробництва (вартість сировини на приготування страв, заробітна плата робітників кухні та відрахування на соціальні заходи, амортизація обладнання кухні тощо); — витрати реалізації (посуд, серветки, заробітна плата та відрахування на соціальні заходи офіціантів, адміністраторів та іншого обслуговуючого персоналу, амортизація меблів зали тощо); — витрати обслуговування (матеріальні витрати по оформленню зали, заробітна плата та відрахування на соціальні заходи працівників, що зайняті у сфері обслуговування тощо)
3.	За економічними елементами	— матеріальні затрати (вартість спожитих в процесі виробництва сировини, напівфабрикатів, вартість енергоносіїв спожитих в процесі виробництва, малоцінні та швидкозношувані предмети, тара тощо); — витрати на оплату праці (нарахована основна заробітна плата по тарифним ставкам та розцінкам та додаткова заробітна плата); — відрахування на соціальні заходи (нарахування в частині основної та додаткової заробітної плати); — амортизація (суми нарахованої амортизації в частині основних засобів та нематеріальних активів відповідно встановлених на підприємстві методів); — інші операційні витрати (всі витрати операційної діяльності, що не були включені до попередніх елементів витрат)
4.	За статтями витрат	— собівартість реалізованої продукції та продукції власного виробництва (розраховують як різницю між продажною вартістю реалізованої продукції власного виробництва та покупних товарів і сумою торговельної націнки на них); — адміністративні витрати (комплексна стаття витрат, яка акумулює в собі витрати пов'язані з утриманням адміністративно-управлінського та загальногосподарського персоналу); — витрати на збут (комплексна стаття витрат, яка акумулює в собі всі витрати пов'язані із збутовою діяльністю — від заробітної плати персоналу задіяного у збутовій діяльності, до робіт по зберіганню, підсортуванню, реалізації, транспортуванню тощо)
5.	Інші операційні витрати	— штрафи, пені, неустойки; — сумнівні борги; — інші операційні витрати, що не ввійшли у попередні статті витрат
6.	Витрати фінансової діяльності	— відсотки по кредитах; — інші фінансові витрати

виробництво одиниці виробу або партії виробів [6].

Калькулювання ціни реалізації продукції власного виробництва відбувається у калькуляційних картах. Калькуляційні карти складають окремо на кожну страву, що представлена в меню закладу.

Формування продажних цін на продукцію власного виробництва може відбуватися за

допомогою або торговельного методу обліку (продукти обліковуються за продажною вартістю), або за допомогою виробничого методу обліку (продукти обліковуються за первісною вартістю).

У першому варіанті до калькуляційної карти заносяться норми закладки сировинного набору (назви продуктів) у розрахунок на 100 порцій (10 кг), відповідно до збірника рецеп-

тур, а також продажні ціни (ціна з націнкою закладу ресторанного господарства) кожного із інгредієнтів, після чого визначається його продажна вартість як сума добутоків норми закладки  $i$ -го інгредієнта на його продажну ціну. Продажна ціна однієї порції виготовленої продукції розраховується шляхом ділення загальної вартості сировинного набору на 100. У тих випадках, коли ціна хоча б на один із інгредієнтів, що входить до складу блюда змінюється, відбувається коригування калькуляції на це блюдо та встановлюється нова ціна [6].

У другому варіанті до калькуляційної карти заносяться облікові (первісні) вартості інгредієнтів, що входять до складу страв. Далі визначається вартість сировинного набору, сума націнки та ціна продажу однієї страви з націнкою. За даним методом до калькуляційної карти додається рядок «Націнка» в якому і розраховується вартість однієї страви з урахуванням націнки. Тож, виробничий метод порівняно з торговельним є прогресивнішим, оскільки і відповідає вимогам національних бухгалтерських положень, і забезпечує більш точне відображення результатів діяльності. Але, в той же час, він є досить трудомістким, оскільки в ринкових умовах ціни не є стабільними і при кожній їх зміні слід складати нову калькуляцію, що вимагає значних витрат часу. Тому, підприємства ресторанного господарства, надають перевагу методу обліку продукції та сировини за продажною вартістю (тобто з урахуванням націнки) [6].

Розглянуті методи відповідають нормативному методу обліку витрат.

Ще одним із методів калькулювання собівартості продукції, що активно використовується в індустрії гостинності є позамовний метод. Його застосовують тоді, коли є замовлення з боку клієнтів на обслуговування у залі тих чи інших свят, або подій, а також у разі кейтерингу. Замовлення відкривається окремо на кожну подію із зазначенням кількості гостей та обраного меню. Це меню забезпечується калькуляційними картками на продукцію власного виробництва та покупні товари з актуальними на відповідну дату цінами. Далі, шляхом множення продажної ціни відповідного блюда на кількість гостей визначають вартість того чи іншого блюда. Якщо в замовлення входить наприклад 15 блюд, то підсумок їх вартості в розрахунку на певну кількість гостей і буде загальною вартістю замовлення [6].

**Висновки.** Таким чином, було встановлено, що в умовах діяльності підприємств ресторанного господарства формування витрат, переважно, відбувається за видами діяльності, елементами витрат та статтями витрат. Серед витрат діяльності підприємств, особливе місце належить статті «Собівартість реалізованої продукції та продукції власного виробництва», оскільки в ній формуються витрати на виготовлення всього обсягу продукції власного виробництва, що була реалізована за відповідний період часу, а також вартість реалізованих покупних товарів. Формування вартості сировинного набору на те чи інше блюдо відбувається в калькуляційних картах. Калькулювання, представляє собою сукупність прийомів які застосовуються в процесі формування, як цін на продукцію власного виробництва, так і цін на покупні товари. Методами, що використовуються в процесі калькулювання продажних цін на продукцію виступають торговельний та виробничий, в основу яких покладено нормативний облік витрат. Проте, підприємства ресторанного господарства надають перевагу торговельному методу обліку витрат для обчислення ціни однієї порції страви, який з точки зору трудомісткості вважається більш раціональним.

#### Список літератури

1. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності № 226 від 02.03.2010 р. URL : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0145569-02> (дата звернення: 15.03.2021).
2. П(С)БО № 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів № 318 від 31.12.1999. URL : <http://www.rada.kiev.ua/laws/pravo/all/mdpn.Htm> (дата звернення: 05.03.2021).
3. Чумак О. В., Андрющенко І. С. Управління витратами в інформаційно-аналітичній системі підприємств ресторанного господарства : монографія. Х. : Видавець Іванченко І. С., 2016. 268 с. (дата звернення: 10.03.2021).
4. Дуляба Н. І. Класифікація поточних витрат торговельного підприємства. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2013. №1. С. 10–15. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei\\_2013\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei_2013_1_3) (дата звернення: 21.03.2021).
5. Міценко Н. Г., Малецька Л. С. Витрати ресторанного господарства, основні шляхи їх

оптимізації та резерви економії. *Збірник науково-технічних праць: науковий вісник*. 2006. № 16.2, С. 242–247. URL : [http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltsu/16\\_2/242\\_Micenko\\_16\\_2.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/16_2/242_Micenko_16_2.pdf) (дата звернення: 07.03.2021).

6. Десяткина И. В. Оптимизация построения калькуляционной системы на предприятиях ресторанного бизнеса. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки*. 2006. № 4 (38). С. 259–264 (дата звернення: 03.03.2021).

7. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2010. *Національний класифікатор України*. URL : <http://regstral.kiev.ua/kved> (дата звернення 04.03.2021).

8. Друри К. Управленческий и производственный учет пер. с англ. 6-е изд. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 1423 с. (дата звернення 14.03.2021).

9. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2009. 654 с. (дата звернення 07.03.2021).

10. Шим Д. К., Сигел Д. Г. Методы управления стоимостью и анализа затрат: книга. пер. с англ. М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1996. 344 с. (Серия «Экономика для практиков») (дата звернення 04.03.2021).

### References

1. *Metodychni rekomendatsii z formuvannia skladu vytrat ta poriadku yikh planuvannia v torhovelnii diialnosti* (2010). [Methodical recommendations on the formation of costs and the order of their planning in trade], no. 226. Available at : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0145569-02>. (Accessed 15 March 2021).

2. Order of the Ministry of Finance (1999). Ukrainian Accounting standards no. 16 «Costs», no. 318. Available at : <http://www.rada.kiev.ua/laws/pravo/all/mdpn.htm> (Accessed 05 March 2021).

3. Chumak, O. V. & Andryushchenko, I. S. (2016). *Upravlinnya vytratamy v informatsiyno-analitychniy systemi pidpryyemstv restorannoho hospodarstva* [Cost management in the information-analytical system of restaurant enterprises].

Kharkiv, Ivanchenko I. S. Publ., 268 p. (Accessed 15 March 2021).

4. Duliaba, N. I. (2013). *Klasyfikatsiya potochnykh vytrat torhovoho pidpryyemstva* [Classification of current costs of a trading company]. *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences], no. 1, pp. 10–15. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei\\_2013\\_1\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei_2013_1_3). (Accessed 10 March 2021).

5. Mitsenko, N. G. & Maletska, L. S. (2006). *Vytraty restorannoho hospodarstva, osnovni shlyakhy yikh optymizatsiyi ta rezervy ekonomiyi* [Restaurant costs, the main ways to optimize them and savings]. *Zbirnyk naukovykh i tekhnichnykh prats: naukovyy visnyk* [Collection of scientific and technical works: scientific bulletin], no. 16.2, pp. 242–247. Available at : [http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvnltsu/16\\_2/242\\_Micenko\\_16\\_2.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/16_2/242_Micenko_16_2.pdf). (Accessed 07 March 2021).

6. Desiatkina, I. V. (2006) *Optymyzatsiyya postroyennya kal'kulyatsyonnoy systemy na predpryyatyyakh restorannoho byznesa* [Optimization of the construction of the costing system in the restaurant business]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of Zhytomyr State Technological University. Economic sciences], no. 4 (38), pp. 259–264. (Accessed 03 March 2021).

7. *Klasyfikatsiia vydiv ekonomichnoi diyalnosti* [Classification of economic activities]. Available at : <http://regstral.kiev.ua/kved>. (Accessed 04 March 2021).

8. Drury, K. (2015). *Upravlencheskiy i proizvodstvennyy uchet* [Management and cost account]. Moscow, UNITI-DANA Publ., 1423 p. (Accessed 14 March 2021).

9. Savitska, G. V. (2009). *Ekonomichniy analiz diialnosti pidpryyemstva* [Economic analysis of the enterprise]. Kiev, Knowledge Publ., 654 p. (Accessed 07 March 2021).

10. Shim, D. K. & Siegel, D. G. (1996). *Metody upravleniya stoimost'yu i analiza zatrat* [Cost management and cost analysis techniques]. Moscow, Information and publishing house “Filin” Publ., 344 p. (Accessed 04 March 2021).

**Objective.** *The objective of the article is to study approaches to the formation of costs in the context of the activities of restaurant enterprises.*

**Methods.** *The study is based on the use of such scientific methods as: comparison, generalization, typology, abstraction, as well as systemic and logical approaches associated with the implementation of theoretical and methodological approaches to the formation of costs.*

**Results.** *The place of restaurant enterprises in modern society, as well as the quantity and quality of the services they provide, has been determined. It has been established that according to the functional purpose of the restaurant industry, like industrial enterprises, they manufacture and sell products in order to meet social needs and make a profit. The transformational approaches to the definition of the theoretical essence of the costs of the restaurant industry have been investigated and, on their basis, own vision regarding their nature has been presented. The approaches to the systematization of the restaurant enterprises costs have been clarified and their complex nature has been proved within the framework of various classification features. In the process of studying the methodological approaches to the formation of costs in the establishments of the restaurant industry, it is determined that calculation is the main method for calculating the selling prices for products of own production and purchased goods; a calculation card is the document in which the cost of a raw set for the corresponding dish is formed. The essence of such calculation methods as trade and production is disclosed. In order to determine the advantages and disadvantages of these methods, they are compared. It is recognized that the advantages of the production method for calculating the cost of goods sold and products of its own production are progressiveness and accuracy, and the disadvantage is its labor intensity compared to the trading method. The essence of the out-of-order method of calculation which is actively used in restaurant business under the conditions of the organization of various actions and catering is examined.*

**Key words:** *restaurant industry, costs, classification, formation, methods, calculation.*

*Надійшла до редакції 17.04.2021*



## ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-50-57

JEL: C10, D81, L81

УДК 338.24

**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

**Маловичко С. В.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: lanamalowy@gmail.com

### ПРОГНОЗУВАННЯ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

UDC 338.24

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

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine  
e-mail: ivanova@donnuet.edu.ua

**Malovychko S. V.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: lanamalowy@gmail.com

### FORECASTING IN THE PROCESS OF MAKING A MANAGERIAL DECISION BY A TRADING COMPANY

**Мета.** Метою даної статті є розробка прогностичної моделі результатів діяльності торговельного підприємства для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

**Методи.** Теоретичною базою дослідження виступають досягнення зарубіжних та вітчизняних науковців щодо управлінських рішень та їх обґрунтування. Для досягнення поставленої мети було використано наступні методи дослідження: метод кореляційного аналізу — для виявлення існування та щільності зв'язку між рівнем загального товарообігу супермаркету та ціною і товарообігом окремих груп товарів; регресійний метод для розробки багатofакторної прогностичної моделі зміни товарообігу досліджуваного об'єкту; метод згладжування для прогнозування можливих змін ціни та обсягів продажів окремих груп товарів супермаркету; графічний та побудови аналітичних таблиць — для наочного відображення результатів дослідження.

**Результати.** В результаті дослідження було доведено, що процес прийняття управлінських рішень складається із базових — типових етапів, одним із яких є обґрунтування, який вимагає володіння відповідними методами аналізу, прогнозування, оптимізації тощо. Будь-якому рішення повинні передувати аналіз ситуації, що склалася, і прогноз наслідків ухвалення або не ухвалення того або іншого управлінського рішення. Для здійснення ефективної управлінської діяльності необхідно сформулювати відповідний інструментарій для прийняття своєчасного та обґрунтованого управлінського рішення. Одним із таких інструментів можуть стати відповідні прогностичні моделі, які б описували зв'язки між результативним показником (функція, параметр, базовий орієнтир) та факторами впливу, і застосування якою дозволило б передбачити зміну результативного показника в наслідок зміни включених в модель факторів. В результаті застосування каузального методу прогнозування, а саме багатofакторної регресії, було розроблено прогностичну модель реалізації товарів підприємством роздрібною торгівлю, яка характеризується дуже високим рівнем достовірності прогностичних розрахунків. Застосування даної моделі в управлінні торговельною організацією дозволить визначити можливі зміни обсягу в залежності від зміни ціни основних торговельних груп та

© Н. С. Іванова, С. В. Маловичко, 2021



розробити і реалізувати відповідні управлінські рішення щодо розвитку торговельної організації. Недоліком запропонованої моделі є неврахування сезонності, доцільно в наступних дослідженнях провести аналіз наявності сезонності продажів за групами товарів та в цілому по організації.

**Ключові слова:** управлінське рішення, методи обґрунтування управлінських рішень, кореляція, регресійна модель, прогнозування, товарообіг.

**Постановка проблеми.** Досвід розвинених країн показує, що прогнозування прибутку як абсолютного кінцевого показника діяльності підприємства дозволяє уникнути значних прорахунків та пов'язаних з ними збитків. Одним із параметрів результативності діяльності торговельного підприємства є його товарообіг, який складається із сукупності товарообігу різних товарних груп. Інформація про найбільш значимі для узагальнення показника діяльності супермаркету групи товарів є основою відповідних управлінських рішень. В даному випадку прогнозна модель може стати інструментарієм менеджера для обґрунтованих та результативних рішень. Актуальність даної теми обумовлена широким тлумаченням процесу прийняття управлінських рішень, специфікою діяльності торговельних підприємств та складністю застосування моделей прогнозування в умовах змінності зовнішнього середовища.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** В економічній літературі існує велика кількість наукових праць, які присвячені прогнозуванню результатів діяльності підприємства та процесу прийняття управлінських рішень. Методи та моделі фінансового прогнозування були розглянуті в роботах М. М. Алексеевої, Є. А. Афітова, І. Т. Балабанова, М. А. Болюхи, Б. Е. Грабовецького, В. М. Гриневої, В. С. Єфремова, В. Є. Москалюка. Значну роль у визначенні доцільності та ефективності прогнозування фінансових результатів у своїй роботі відводили такі українські науковці, як О. І. Бобір, Е. Брігам, С. Ф. Головка, К. І. Редченко тощо.

Вітчизняними та зарубіжними вченими пропонуються різні схеми процесу розроблення та прийняття управлінських рішень, які відрізняються між собою мірою деталізації окремих процедур та операцій, але всі вони передбачають обробку і аналіз кількісної й якісної інформації із застосуванням відповідних методів та моделей.

Так В. А. Кадієвський та Л. П. Перхун представляють когнітивну модель прийняття управлінських рішень на підприємстві, яка

описує результати імпульсного моделювання за кількома сценаріями. Автори [1] доводять, що варіантний підхід, реалізований на основі методології когнітивного моделювання, дає можливість оцінювати наслідки прийняття управлінських рішень.

Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова [2] підґрунтям прийняття управлінських рішень двох груп стейкхолдерів (власників і менеджерів, акціонерів та інвесторів) є моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства під впливом факторів; при цьому моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства здійснюється із використанням методу «дерева» рішень. Дослідниками [2] розроблено матрицю рішень, відповідно до якої власники, менеджери, акціонери й інвестори можуть приймати рішення відносно напрямків збільшення інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства та доцільності першого чи подальшого інвестування у розвиток товариства.

І. В. Синчук доводить, що застосування SWOT-аналізу в системі прийняття управлінських рішень, а саме на стадії збору та обробки інформації, є досить ефективним, адже він дає змогу дослідити сильні та слабкі сторони підприємства, тобто внутрішнє середовище, та можливості і загрози, тобто зовнішнє середовище підприємства; SWOT-аналіз дозволяє зрозуміти на що саме необхідно звернути увагу в процесі управління для того, щоб покращити свою конкурентну позицію на ринку, що в період кризи є одним з найнеобхідніших заходів [3].

Погоджуємося із твердженням багатьох науковців-практиків, що фінансова звітність є інструментом для об'єктивної та достовірної оцінки фінансово-господарського стану підприємства та слугує джерелом для здійснення аналізу діяльності, впливає на те, які саме рішення щодо управління підприємством будуть прийняті [4].

Отже, процес прийняття управлінських рішень є проблемою, яка досліджується достатньою кількістю і науковців і практиків.

Але через мінливість зовнішнього середовища, специфікою та станом внутрішнього середовища організації виникає потреба в постійному визначенні більш ефективних методів та моделей обґрунтування управлінських рішень.

**Метою статті** є саме розробка прогнозованої моделі результатів діяльності торговельного підприємства для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Управлінське рішення — це результат вибору суб'єктом управління способу дій, спрямованих на вирішення поставленого завдання в наявній чи спроектованій ситуації [5]. Процес прийняття управлінських рішень є головною передумовою ефективної діяльності кожного вітчизняного підприємства. Для покращення діяльності підприємств необхідно більше уваги приділяти обґрунтованому поетапному

процесу підготовки та прийняття управлінських рішень [6].

Обґрунтованість управлінських рішень досягається шляхом взаємодії з економічною діагностикою. Економічна діагностика спрямована на аналіз та розрахунок необхідних даних, котрих не вистачає для остаточного прийняття рішення. Підсумком діагностування є підготовка висновків про нинішній стан об'єкта і прогноз його зміни у майбутньому [7].

Процес прийняття рішень — це циклічна послідовність дій суб'єкта управління, спрямованих на вирішення проблем організації та яке в аналізі ситуації, генерації альтернатив, прийняття рішення і організації його виконання [8].

Основні правила забезпечення порівняльності альтернативних варіантів управлінського рішення представлено на рис. 1.

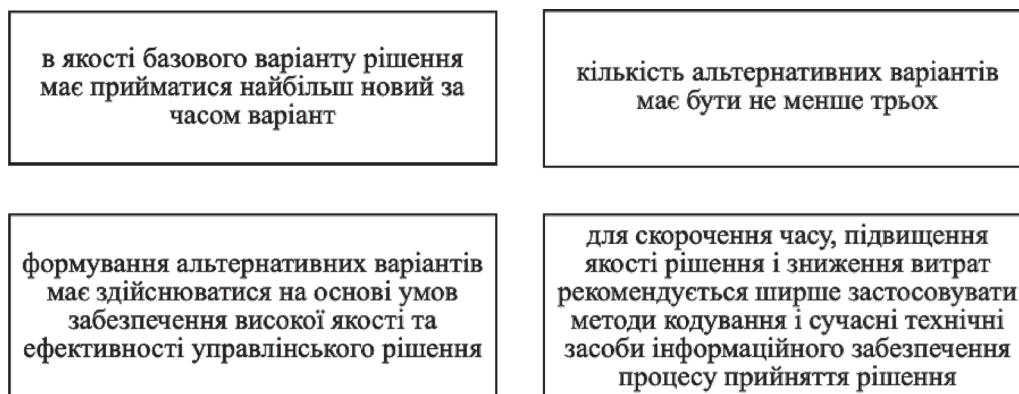


Рис. 1. Основні правила забезпечення порівняльності альтернативних варіантів управлінського рішення (побудовано авторами за даними [9])

Необхідність прогнозування фінансових результатів обумовлена змінами в зовнішньому та внутрішньому середовищі, результати прогнозування дозволять керівництву планувати розвиток матеріально-технічної бази, свої витратні статті, віддача яких не співпадає в часі з їх здійсненням. Окрім того прогнозування дозволяє отримати науково-обґрунтовані висновки про фінансові результати за заданими умовами, про термін досягнення бажаних результатів або навпаки — застерегти про небажані зміни та необхідність своєчасного прийняття певних управлінських рішень.

Прогнозування — процес передбачення майбутнього стану, перспектив змін певного явища чи процесу. Мета прогнозування — отримання науково обґрунтованих варіантів тенденцій розвитку показників, що характеризують відповідні явища та процеси і впли-

вають на прийняття управлінського рішення та на управління організації в цілому [10].

Одним із методів економічного прогнозування є каузальні методи прогнозування (у т. ч. багатофакторна регресія), застосування яких доцільно, коли прогнозована величина залежить від великої кількості складних факторів, які можна використовувати тільки за наявності обчислювальної техніки та відповідного програмного забезпечення [10].

Застосування методу регресійного моделювання досліджено за даними торговельної мережі «Сільпо». Для побудови загальної прогнозованої моделі реалізації товарів супермаркету в цілому визначено рівень тісноти зв'язку між факторними показниками та товарообігом. В якості критерію приймався показник кореляції, який розраховано за допомогою модуля MS Excel «Аналіз даних»

Кореляція», результати розрахунків наведено на рис. 2.

Дані рис. 3 дозволили зробити висновок про досить тісний зв'язок між товарообігом

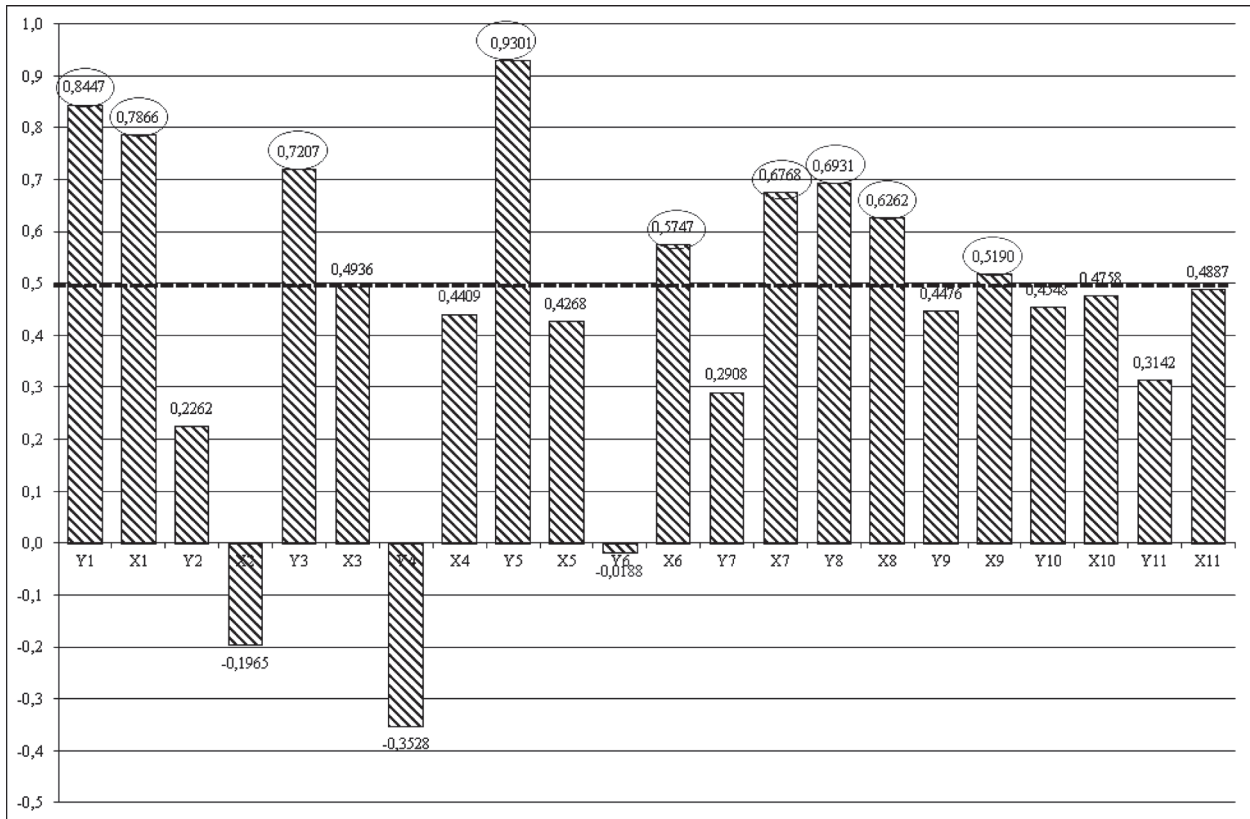


Рис. 2. Рівень впливу  $\Delta$  факторних показників на  $\Delta$  товарообігу роздрібно підприємства (q) де Y1 — товарообіг групи товарів «Кондитерські вироби»; X1 — ціна групи товарів «Кондитерські вироби»; Y2 — товарообіг групи товарів «Крупи, сіль, макаронні вироби»; X2 — ціна групи товарів «Крупи, сіль, макаронні вироби»; Y3 — товарообіг групи товарів «Чай, кава»; X3 — ціна групи товарів «Чай, кава»; Y4 — товарообіг групи товарів «Слабоалкогольні напої»; X4 — ціна групи товарів «Слабоалкогольні напої»; Y5 — товарообіг групи товарів «Сири»; X5 — ціна групи товарів «Сири»; Y6 — товарообіг групи товарів «Сигарети»; X6 — ціна групи товарів «Сигарети»; Y7 — товарообіг групи товарів «Заморозка»; X7 — ціна групи товарів «Заморозка»; Y8 — товарообіг групи товарів «Ковбаси, м'ясо»; X8 — ціна групи товарів «Ковбаси, м'ясо»; Y9 — товарообіг групи товарів «Непродовольчі товари»; X9 — ціна групи товарів «Непродовольчі товари»; Y10 — товарообіг групи товарів «Кулінарія власна»; X10 — ціна групи товарів «Кулінарія власна»; Y11 — товарообіг групи товарів «Риба заморозка»; X11 — ціна групи товарів «Риба заморозка»; Y — товарообіг супермаркету.

підприємства та такими факторами як обсяг реалізації та ціна на групу товарів «Кондитерські вироби» (0,8447 та 0,7866 відповідно); обсяг реалізації товарної групи «Сири» — дуже сильний 0,93; обсяг реалізації групи товарів «Чай, кава» — 0,7207.

Щільність зв'язку між обсягом реалізації та ціною товарної групи «Ковбаси, м'ясо» відносно товарообігу по супермаркету в цілому складає відповідно 0,6931 та 0,6262; ціна заморожених продуктів — 0,6768; ціна товарної групи «Сигарети» — 0,5747 та ціна товарної групи «Нехарчових продуктів» — 0,519. Всі інші факторні показники були відсіяні, так як щільність зв'язку між їхніми темпами зростання та темпами зростання обсягу реалізації по супермаркету в цілому не перевищує значення 0,5.

В результаті проведених розрахунків із застосуванням пакету MS Excel «Аналіз даних — Регресія» розроблено багатфакторну прогнозну модель реалізації товарів роздрібним підприємством (супермаркет «Сільпо»). Математично модель описується наступним чином (1) та (2):

$$\begin{aligned} \Delta Y^* = & 0,002756562 + 0,125626714 * \Delta Y1 + 0,175385971 * \Delta X1 - 0,09991 * \Delta Y3 + \\ & + 0,704464 * \Delta Y5 + 0,384688 * \Delta X6 + 0,072413 * \Delta X7 + 0,108596 * \Delta Y8 - \\ & - 0,408 * \Delta X8 + 0,001215 * \Delta X9 \end{aligned} \quad (1)$$

або

$$\Delta Q^* (\%) = 0,0028 + 0,126 * \Delta Q_{01} + 0,175 * \Delta P_{01} - 0,1 * \Delta Q_{07} + 0,704 * \Delta Q_{13} + 0,385 * \Delta P_{14} + 0,072 * \Delta P_{16} + 0,109 * \Delta Q_{21} - 0,408 * \Delta P_{21} + 0,0012 * \Delta P_{25}, \quad (2)$$

де  $\Delta Q^*$  (%) — прогнозне значення темпів зростання обсягу реалізації товарів підприємством роздрібною торгівлю;

$\Delta Q_{01}$  — темпи зростання обсягу реалізації товарної групи «Кондитерські вироби», %;

$\Delta P_{01}$  — темпи зростання середньо групової ціни товарної групи «Кондитерські вироби», %;

$\Delta Q_{07}$  — темпи зростання обсягу реалізації товарної групи «Чай, кава», %;

$\Delta Q_{13}$  — темпи зростання обсягу реалізації товарної групи «Сири», %;

$\Delta P_{14}$  — темпи зростання середньо групової ціни товарної групи «Сигарети», %;

$\Delta P_{16}$  — темпи зростання середньо групової ціни товарної групи «Заморозка», %;

$\Delta Q_{21}$  — темпи зростання обсягу реалізації товарної групи «Ковбаса, м'ясо», %;

$\Delta P_{21}$  — темпи зростання середньо групової ціни товарної групи «Ковбаса, м'ясо», %;

$\Delta P_{25}$  — темпи зростання середньо групової ціни товарної групи «Непродовольчі товари», %;

Для практичного застосування розробленої моделі було визначено можливі зміни ціни та обсягу реалізації факторів моделі (методом експоненціального згладжування, позначені «\*») (табл. 1).

Таблиця 1

Приклад реалізації моделі прогнозування зміни обсягу реалізації товарів підприємством роздрібною торгівлю «Сільпо», %

Параметри моделі	$\Delta Q_{01}$	$\Delta P_{01}$	$\Delta Q_{07}$	$\Delta Q_{13}$	$\Delta P_{14}$	$\Delta P_{16}$	$\Delta Q_{21}$	$\Delta P_{21}$	$\Delta P_{25}$	$\Delta Q^*$
	0,126	0,175	-0,100	0,704	0,385	0,072	0,109	-0,408	0,0012	
$T_1^*$	-6,12	4,49	4,15	3,33	-0,29	-0,70	1,10	2,51	-1,71	1,16 %
$T_2^*$	-1,53	2,77	-3,99	1,68	-0,54	2,79	0,46	3,02	-17,17	0,95 %
$T_3^*$	3,53	8,96	4,65	6,22	-0,70	6,54	0,24	1,82	9,62	5,71 %
$T_4^*$	0,29	2,06	9,27	1,69	-1,00	10,19	-2,64	2,40	14,52	0,05 %
$T_5^*$	-0,38	2,15	2,93	-2,59	-0,24	8,32	-8,44	-1,67	3,28	-1,23 %

Таким чином, відповідно заданих змін факторних ознак моделі визначено рівень та напрямок змін товарообігу супермаркету. Так, протягом наступних п'яти місяців показ-

ник товарообігу буде зростати у межах 0,05 % ( $T_4^*$ ) — 5,71 % ( $T_3^*$ ). В  $T_5^*$  прогнозується зменшення обсягу реалізації на 1,23 % відносно попереднього періоду (рис. 3).

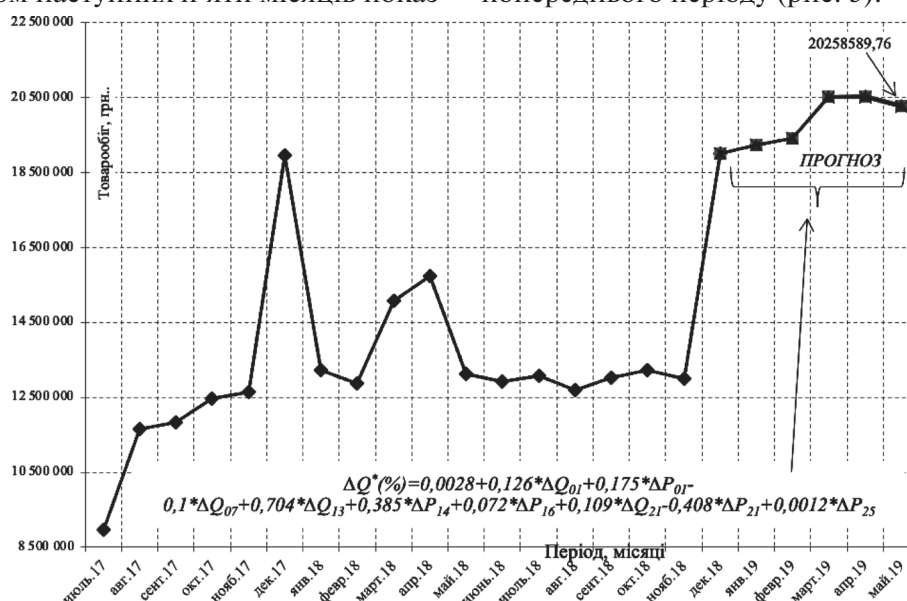


Рис. 3. Реалізація розробленої моделі прогнозування зміни обсягу реалізації товарів підприємством роздрібною торгівлю «Сільпо», %



Треба зазначити, що похибка прогнозу становить лише 1,25 %, відповідно достовірність прогнозних розрахунків складає 98,75 %. Граничні значення прогнозованого показника викладені в табл. 2

Таким чином, за результатами прогнозу в  $T_4^*$  область можливих значень складає від 20507604,26 грн до 20546241,8 грн, тобто розмах значень складає 38637,54 грн. В  $T_5^*$  розмах зменшується до 31852,34 грн, область

Таблиця 2

## Граничні значення прогнозованого показника реалізації товарів підприємствам роздрібною торгівлі (грн.)

Термін прогнозу	$\Delta Q^* - 1,25\%$		$\Delta Q^*$		$\Delta Q^* + 1,25\%$
$T_1^*$	19224819,42	≤	19227572,91	≤	19230326,4
$T_2^*$	19404503,39	≤	19409557,42	≤	19414612,1
$T_3^*$	20498207,3	≤	20517394,16	≤	20536588,91
$T_4^*$	20507604,26	≤	20526918,97	≤	20546241,8
$T_5^*$	20258589,76	≤	20274514,89	≤	20290442,11

можливих значень від 20258589,76 грн до 20290442,11 грн.

**Висновки.** Управлінське рішення є результатом будь-якої управлінської діяльності, обґрунтованість якого визначає подальший розвиток організації. Саме тому управлінське рішення одна із базових категорій результативності функціонування підприємства. В результаті дослідження було доведено, що процес прийняття управлінських рішень складається із базових — типових етапів, одним із яких є обґрунтування, який вимагає володіння відповідними методами аналізу, прогнозування, оптимізації тощо. Для здійснення ефективної управлінської діяльності необхідно сформувати відповідний інструментарій для прийняття своєчасного та обґрунтованого управлінського рішення. Одним із таких інструментів можуть стати відповідні прогнозні моделі, які б описували зв'язки між результативним показником (функція, параметр, базовий орієнтир) та факторами впливу, і застосування якою дозволило б передбачити зміну результативного показника в наслідок зміни включених в модель факторів.

В результаті застосування каузального методу прогнозування, а саме багатофакторної регресії, було розроблено прогнозну модель реалізації товарів підприємством роздрібною торгівлі, яка характеризується дуже високим рівнем достовірності прогнозних розрахунків (98,75 %). Застосування даної моделі в управлінні торговельною організацією дозволить визначити можливі зміни обсягу в залежності від зміни ціни основних торговельних груп («Кондитерські вироби», «Чай, кава», «Сири», «Сигарети», «Заморозок», «Ковбаса, м'ясо», «Непродовольчі товари») та розробити і реалізувати відповідні управлінські рішення щодо розвитку торговельної організації.

Недоліком запропонованої моделі є неврахування сезонності, доцільно в наступних дослідженнях провести аналіз наявності сезонності продажів за групами товарів та в цілому по організації. При тому враховуючи високе значення достовірності представлена модель рекомендується для практичного застосування на відповідних підприємствах роздрібною торгівлі України в процесі прийняття управлінських рішень.

## Список літератури

1. Кадієвський В. А., Перхун Л. П. Когнітивне моделювання прийняття управлінських рішень на підприємстві. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2016. № 3. С. 48–56.
2. Брюховецька Н. Ю., Хасанова О. В. Моделювання інвестиційної привабливості публічного акціонерного товариства як основа прийняття управлінських рішень. *Бізнес Інформ*. 2014. № 1. С. 307–313. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_1\\_57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_1_57) (дата звернення: 10.05.2021).
3. Синчук І. В. Вплив SWOT-аналізу на прийняття управлінських рішень в умовах фінансової кризи. *Молодий вчений*. 2016. № 3. С. 174–178. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_3\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_3_43) (дата звернення: 11.05.2021).
4. Ганін, В. І., Христофор, А. В. Фінансова звітність підприємства — інформаційне джерело для ухвалення управлінських рішень. *Економіка і суспільство*. 2018. (18). С. 881–887. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-122>.
5. Цюцюра С. В., Цюцюра М. І. Математична постановка задачі оптимізації складу множини робіт проекту при плануванні проектів модернізації. *Управління проектами та*



розвиток виробництва. Зб. наук. праць СНУ ім. В. Даля. 2008. № 1 (25). С. 36–41.

6. Груб'як С. В. Сучасні аспекти розроблення і прийняття управлінських рішень. URL : [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11\\_ukr/33.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/33.pdf) (дата звернення: 12.05.2021).

7. Коваленко О. В., Біла Д. М. Обґрунтування використання економічної діагностики для прийняття управлінського рішення. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 6. С. 5–11.

8. Лепа Р. М., Тимохин В. М. Прийняття управлінських рішень на підприємстві: теорія та практика. Донецьк : ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2004. 262 с.

9. Фірсова І. А. Методи прийняття управлінських рішень. URL : [https://stud.com.ua/45763/menedzhment/efektivnist\\_yakist\\_upravliniskih\\_rishen](https://stud.com.ua/45763/menedzhment/efektivnist_yakist_upravliniskih_rishen) (дата звернення: 11.05.2021).

10. Петруня Ю. Є., Літовченко Б. В., Пасічник Т. О. та ін. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / за ред. Ю. Є. Петруні. [4-те вид., переробл. і доп.]. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. 276 с.

### References

1. Kadiievskiy, V. A. & Perkhun, L. P. (2016). *Kognitivne modelivannia pryiniattia upravliniskiykh rishen na pidpriemstvi* [Cognitive modeling of managerial decision-making process in the enterprise]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu* [Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing], no. 3, pp. 48–56.

2. Briukhovetska, N. Yu. & Khasanova, O. V. (2014). *Modelivannia investytsiinoi pryvablyvosti publichnoho aktsionernoho tovarystva yak osnova pryiniattia upravliniskiykh rishen* [Modeling the investment attractiveness of a public joint-stock company as a basis for making managerial decisions]. *Biznes Inform* [Business Inform], no. 1, pp. 307–313. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2014\\_1\\_57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_1_57). [Accessed May 10, 2021].

3. Synchuk, I. V. (2016). *Vplyv SWOT-analizu na pryiniattia upravliniskiykh rishen v umovakh finansovoi kryzy* [The SWOT analysis impact on managerial decisions in the context of financial crisis], no. 3, pp. 174–178. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_3\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_3_43) [Accessed May 11, 2021].

nbuv.gov.ua/UJRN/molv\_2016\_3\_43 [Accessed May 11, 2021].

3. Hanin, V. I. & Khrystofor, A. V. (2018). *Finansova zvitnist pidpriemstva — informatsiine dzherelo dlia ukhvalennia upravliniskiykh rishen* [The financial statements of the enterprise is a source of information for managerial decision-making process]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and Society], no. 18, pp. 881–887. Available at : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-122>. [Accessed May 11, 2021].

4. Tsiutsiura, S. V. & Tsiutsiura, M. I. (2008). *Matematychna postanovka zadachi optymizatsii skladu mnozhyzny robiv proektu pry planuvanni proektiv modernizatsii* [Mathematical formulation of the problem of optimizing the project tasks set composition, while planning of modernization projects]. *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnystva* [Project management and production development]. *Zb. nauk. prats SNU im. V. Dalia* [Collection of scientific works of Volodymyr Dahl East Ukrainian National University], no. 1 (25), pp. 36–41.

5. Hrub'iak, S. V. *Suchasni aspekty rozroblennia i pryiniattia upravliniskiykh rishen* [Modern aspects of development and making managerial decisions]. Available at : [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11\\_ukr/33.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/33.pdf). [Accessed May 12, 2021].

6. Bila, D. M. & Kovalenko, O. V. (2014). *Obgruntuvannia vykorystannia ekonomichnoi diahnostryky dlia pryiniattia upravliniskoho rishennia* [Rationale for the use of economic diagnostics for making managerial decision]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii* [Economic Bulletin of the Zaporizhzhia State Engineering Academy], no. 6, pp. 5–11.

7. Lepa, R. M., Tymokhin, V. M. (2004). *Pryiniattia upravliniskiykh rishen na pidpriemstvi: teoriia ta praktyka*, [Managerial decisions in the enterprise: theory and practice]. Donetsk, Iuhovostok Publ., 262 p.

8. Firsova, I. A. *Metody pryiniattia upravliniskiykh rishen* [Methods of making managerial decisions]. Available at : [https://stud.com.ua/45763/menedzhment/efektivnist\\_yakist\\_upravliniskih\\_rishen](https://stud.com.ua/45763/menedzhment/efektivnist_yakist_upravliniskih_rishen) [Accessed May 11, 2021].

9. Petrunia, Yu. Ye. (Ed.) (2020). *Pryiniattia upravliniskiykh rishen* [Managerial decisions]., Dnipro, Universytet mytnoi spravy ta finansiv Publ., 276 p.

**Objective.** *The objective of the present article is to develop a forecasting model of the trading company performance to make substantiated managerial decisions.*

**Methods.** *The theoretical foundation of the study is the achievements of foreign and Ukrainian scientists on managerial decisions and their substantiation. To achieve the objective of the article, the following methods have been used: the method of correlation analysis (to identify the existence and density of the correlation between the level of total turnover of the supermarket and the price and turnover of individual commodity groups); regression method (to develop a multi-factor forecasting model of changes in the turnover of the object under study); smoothing method (to forecast possible changes in the price and sales volume of certain commodity groups of supermarket); graphical method and building of analytical tables (to visualize the results of the study).*

**Results.** *As a result of the study, it has been proved that the process of making managerial decisions includes several basic, typical stages, such as substantiation, which requires the mastery of appropriate methods of analysis, forecasting, optimization, etc. Any decision must be preceded by an analysis of the situation and forecasting of the consequences that the adoption or non-adoption of a certain managerial decision may lead to. In order to carry out effective management activities, it is necessary to create the appropriate toolkit for making timely and sound managerial decisions. One of such tools may be appropriate forecasting models, which would describe the relationship between the performance indicator (function, parameter, baseline) and the impact factors. Its use would allow to predict the change of the performance indicator due to changes in the factors included in the model. As a result of application of the causal forecasting method — multiple regression — the forecasting model of goods realization by the retail entity, that is characterized by a high level of reliability of the forecast calculations, has been developed. The application of this model in the trading company management process will help to identify possible changes in volume depending on changes in the major commodity groups price, also develop and implement appropriate managerial decisions for the trading company development. The disadvantage of the proposed model is seasonality neglecting. It is recommended to analyze the seasonality impact on sales level by commodity groups and for the organization as a whole, in further studies.*

**Key words:** *managerial decision, methods of managerial decisions substantiation, correlation, regression model, forecasting, commodity turnover.*

*Надійшла до редакції 20.04.2021*

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-58-64

JEL: M31, M37

УДК 339

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

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

**Маловичко С. В.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: malovychko@donnuet.edu.ua

**Крижовська В. Ю.,**  
здобувач вищої освіти

e-mail: kryzhovska@donnuet.edu.ua

### АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА РИНКОВУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ «БОРЖОМІ»

UDC 339

**Karabaza I. A.,**  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: karabaza@donnuet.edu.ua

**Malovychko S. V.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: malovychko@donnuet.edu.ua

**Kryzhovska V. Yu.,**  
Student

e-mail: kryzhovska@donnuet.edu.ua

### ANALYSIS OF THE MACRO ENVIRONMENTAL FACTORS INFLUENCE ON THE MARKET BEHAVIOR OF «BORJOMI» MINERAL WATER CONSUMERS

***Мета:** проаналізувати вплив факторів макросередовища на ринкову поведінку споживачів мінеральної води «Боржомі».*

***Методи:** використано методи аналізу (при дослідженні підходів вітчизняних науковців до вивчення факторів впливу на поведінку українських споживачів), синтезу (зادля узагальнення основних елементів макросередовища, які мають вплив на поведінку споживача бутильованих мінеральних вод), метод експертних оцінок (для визначення впливу факторів макросередовища на ринкову поведінку споживачів мінеральної води «Боржомі»).*

***Результати.** У статті встановлено основні фактори макросередовища, які впливають на поведінку споживача мінеральної води «Боржомі»: політико-правові, економічні, соціально-культурні. Визначено, що серед політичних факторів найбільш негативний вплив на поведінку споживачів води «Боржомі» справляє загальний рівень політичної стабільності. Економічні фактори, які впливають на поведінку споживачів води «Боржомі», поділено на дві групи: ті, що мають позитивний вплив (різноманіття ринку та затребуваність товару, зростання рівня доходів населення країни, введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19) та ті, що мають негативний вплив (падіння ВВП через пандемію COVID-19, маленький розмір прожиткового мінімуму, коливання курсів обміну валюти, висока ціна пляшки «Боржомі» в Україні, введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19). Встановлено, що введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19 мало як позитивний, так і негативний вплив на поведінку споживачів мінеральної води «Боржомі», адже з одного боку «Боржомі» відноситься до продуктових товарів першої необхідності, і споживання води мало шанс на зростання протягом періоду карантину, але з іншого боку, дохід споживачів зменшився за рахунок того, що фінансова скрута торкнулась працівників малого та середнього бізнесу, тому споживачі віддавали перевагу альтернативним мінеральним водам, з нижчою ціною. Визначено, що культурні фактори мають позитивний вплив на*

© І. А. Карабаза, С. В. Маловичко, В. Ю. Крижовська, 2021

зростання попиту на товар, адже «Боржомі» має гарний стійкий імідж на ринку України, вживання під час та після новорічних свят та вживання води «Боржомі» для лікування підвищується.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості розробки пропозицій щодо планування стратегії просування товару з врахуванням змін зовнішнього середовища країни. У подальших дослідженнях доцільно запропонувати заходи PR-комунікацій для більш успішного просування товару на ринок та підтримки іміджевої стратегії компанії.

**Ключові слова:** імідж, ринок бутильованих мінеральних вод, фактори макросередовища, поведінка споживачів, просування.

**Постановка проблеми.** Успішне просування товарів на ринок в сучасних умовах неможливе без постійного аналізу зовнішніх факторів, які впливають на поведінку споживачів опосередковано, але суттєво. Реклама товару буде ефективною лише у випадку, якщо у процесі своєї розробки вона враховує не лише цінності та потреби цільових споживачів, а й враховує політичні та економічні умови існування споживачів, їх ментальні та культурні традиції. Особливо важливо це враховувати при розробці стратегії просування на український ринок та реклами імпортової продукції, зокрема, мінеральної води «Боржомі».

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням факторів впливу на поведінку українських споживачів займалися багато вітчизняних науковців. Зокрема, І. М. Тесленок, О. В. Коротунова, Ю. В. Косенко обґрунтували «необхідність та доцільність проведення PEST-аналізу та аналізу п'яти сил конкуренції М. Портера для визначення характеру впливу зовнішнього середовища на діяльність машинобудівних підприємств для виявлення основних тенденцій та змін зовнішнього середовища, при цьому автори поглибили існуючі науково-методичні положення щодо комплексного діагностування стану впливу зовнішніх факторів на функціонування підприємства» [1].

Д. І. Берницька вказує, що «зовнішнє середовище являє собою об'єктивні обставини, фактори, що оточують підприємство в суспільстві (державі, світі), до яких воно мусить пристосовуватися. Усі вони можуть діяти позитивно або негативно та сприяють можливостям розвитку підприємства або створюють загрози для його діяльності. Їх необхідно постійно прогнозувати та враховувати» [2].

Д. Штефаніч, О. Дячун уточнили «склад факторів впливу зміни макросередовища на маркетингову діяльність фірми (виокремили міжнародні фактори) та запропонували методику розрахунку цих впливів на показники обсягів продажу фірми» [3].

Г. О. Пчелянська у своїй праці розкриває «фактори впливу на поведінку споживачів на продовольчому ринку з використанням інституційного й маркетингового підходів та розробляє напрями вдосконалення діяльності суб'єктів продовольчого ринку. Автор визначає, що на поведінку споживачів впливатимуть інституційні й маркетингові чинники, такі як споживчі настрої населення, фактори формування конкурентних переваг для підприємства, діюча маркетингова концепція» [4].

Проте, питання визначення портрету потенційного споживача при плануванні PR-стратегії підприємства є недостатньо дослідженим у вітчизняній економічній літературі і потребує подальшого вивчення.

**Мета статті.** Метою статті є проаналізувати вплив факторів макросередовища на ринкову поведінку споживачів мінеральної води «Боржомі».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Зовнішнє середовище являє собою сукупність факторів, які формують довгострокову прибутковість організації і на які організація не може впливати взагалі або має незначний вплив. Воно є джерелом, що забезпечує організацію ресурсами, необхідними для підтримки її внутрішнього потенціалу на належному рівні [10].

Серед основних елементів макросередовища, які мають вплив на поведінку споживача можна назвати політико-правові, економічні, соціально-культурні фактори (табл. 1–3).

Проаналізувавши політико-правові фактори макросередовища, можна зазначити, що належний захист прав споживачів, присвоєні міжнародні стандарти якості забезпечують високий рівень довіри до товару. Однак, у зв'язку з тим, що на східній частині території України продовжуються військові дії, загальний рівень політичної стабільності в країні дуже низький. Саме тому цей фактор негативно впливає на покупців Боржомі, адже багато споживачів



Таблиця 1

## Політико-правові фактори макросередовища (складено авторами)

№	Чинник	Сутність	Реакція споживача та його ринкової поведінки	Вплив на поведінку споживача
1	Низький рівень політичної стабільності	Починаючи з 2014 року і по теперішній час на частині територій України підірвано суспільно-політичну стабільність. Це пов'язано з військовими діями на сході країни та АР Крим.	Більшість споживачів купують більш дешеву продукцію вітчизняного виробника, а ніж мінеральну воду «Боржомі»	Негативний
2	Затверджена система контролю та присвоєні міжнародні стандарти якості	На заводах «Боржомі» проводиться ретельна перевірка якості продукції та води. Для цього створений сучасний хімічний та мікробіологічний лабораторний комплекс. Аналізи проводяться згідно з вимогами директив Єврокомісії щодо якості питної та мінеральної води. Для гідрогеологічного моніторингу родовища «Боржомі» використовуються послуги місцевих та міжнародних експертів. Зразки води регулярно надсилаються для зовнішніх лабораторних аналізів у Тбілісі та країни-імпортери. Система контролю якості «Боржомі» дає можливість контролювати виробничий процес на всіх його етапах — від видобутку до розливу та доставки. «Боржомі» стала першою мінеральною водою в країнах СНД і Балтії, якій був привласнений стандарт якості ISO 22000	Відповідність стандарту якості ISO 22000, а також постійна перевірка якості продукції, підвищує серед споживачів ступінь довіри до неї, що, в свою чергу, позитивно впливає на зростання попиту та обсягів споживання.	Позитивний

Таблиця 2

## Економічні фактори макросередовища (складено авторами на основі [1–7])

№	Чинник	Сутність	Реакція споживача та його ринкової поведінки	Вплив на поведінку споживача
1	Падіння ВВП через пандемію COVID-19	У зв'язку зі світовою кризою внаслідок пандемії, ВВП України у 2020 році зменшився на 6 % у порівнянні з 2019 роком [6].	Люди купуватимуть більш дешеві аналоги	Негативний
2	Маленький розмір прожиткового мінімуму	Відповідно до ст. 7 Закону Про Державний бюджет на 2020 рік, розмір прожиткового мінімуму на одну особу в розрахунку на місяць з 1 липня становив — 2118 грн [7].	Середньостатистичні споживачі купують дешеві альтернативи води, такі як Поляна Квасова, Трускавецька, Свалява, Моршинська.	Негативний
3	Різноманіття ринку та затребуваність товару	Все більше українців у останні роки піклуються про своє здоров'я і прагнуть до споживання якісних і корисних для здоров'я продуктів, в тому числі і питну воду. Більш ніж 77 % українців споживають бутильовану мінеральну воду [8].	Серед споживачів щорічно зростає рівень споживання води в пляшках.	Позитивний
4	Рівень доходів населення країни	Рівень доходів населення країни збільшується. Так у 2020 році мінімальна зарплата зросла на 550 грн, та становить 4723 грн [5]. Середня зарплата в Україні у 2020 році — 14179 грн, вона зросла порівняно з 2019 роком на 3492 грн [6].	Зростання доходів збільшує можливості для купівлі мінеральної води «Боржомі»	Позитивний
5	Коливання курсів обміну валют	Внаслідок суттєвого послаблення курсу гривні в попередні періоди, імпортованих товарів залишатиметься невигідним.	Імпортована вода Боржомі користується меншим попитом серед населення, ніж продукція вітчизняного виробника.	Негативний



№	Чинник	Сутність	Реакція споживача та його ринкової поведінки	Вплив на поведінку споживача
6	Середня ціна пляшки (0,5 л) Боржомі у склі в Україні	Вартість пляшки води у склі об'ємом 0,5 л становить 26 грн.	Ціна в середньому вдвічі перевищує вартість пляшки столової води аналогічного розміру українських виробників, тому зазвичай користується попитом серед певного сегменту споживачів з середнім та вище середнього доходом	Негативний
7	Карантин у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19	Введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19 протягом з березня до червня із закриттям усіх магазинів окрім тих, що торгують товарами першої необхідності	«Боржомі» є товаром першої необхідності, споживання води зросло протягом періоду карантину Звільнення та фінансова скрута працівників малого та середнього бізнесу зменшує попит на воду «Боржомі»	Позитивний Негативний

цієї марки виберуть більш дешеві аналоги, або намагатимуться зменшити кількість споживання товару, адже у зв'язку з потенційною загрозою життю та звичному порядку життя люди психологічно схильні більше заощаджувати, а не споживати, та замінюють дорогу продукцію дешевою за можливість.

Після вивчення основних економічних факторів, що впливають на споживачів столової мінеральної води Боржомі, можна зробити висновок, що світова криза та сучасний економічний стан країни спонукають до пошуку більш дешевих вітчизняних альтернатив імпортної води Боржомі. Тому такі умови мають негативний вплив на покупців даного товару та зменшують обсяги його споживання.

Однак позитивним економічним фактором макросередовища є різноманіття ринку та запотребованість товару, адже протягом останніх п'ять років ми можемо спостерігати пропаганду здорового способу життя, а разом з цим стрімке зростання споживання бутильованої мінеральної води.

За даними аналізу можна стверджувати, що соціальні та культурні фактори макросередовища безпосередньо мають вплив на зменшення або зростання обсягів споживання столової мінеральної води Боржомі. Це можна аргументувати тим, що культура споживання природної мінеральної води в українських споживачів близька до європейської, тому цей фактор позитивно впливає на споживачів, адже звичка випивати достатню кількість води щодня сприяє збільшенню попиту на товар.

Особливо помітний стрімкий зріст споживання в теплі пори роки, щоб освіжитися та втамувати спрагу, а також в період зимових свят, через те, що завдяки своїм лікувальним властивостям «Боржомі» допоможе організму нормально функціонувати після сімейного застілля. Крім того, розвинена маркетингова культура, яка забезпечує ефективне рекламування або пропаганду різних товарів, і високий рівень соціалізації в країні сприяють тому, що рівень споживання Боржомі зростає.

Серед негативних факторів макросередовища — значна соціальна стратифікація. Полягає він у тому, що через соціальну прірву між заможними та бідними верствами населення, продукцію цієї марки зазвичай купують люди з більш високим матеріальним рівнем. Інші ж, надають перевагу продукції вітчизняного виробника, яка коштує дешевше. Але цей фактор нівелюється нішевою стратегією компанії, яка орієнтована на окремого споживача з доходом середнім та вище середнього.

Серед економічних факторів найвпливовішими є падіння ВВП через пандемію COVID — 19, маленький розмір прожиткового мінімуму, різноманіття ринку та запотребованість товару, коливання курсів обміну валют, а також висока вартість пляшки (0,5 л) «Боржомі» у склі, порівняно з основними конкурентами. Загалом внаслідок світової кризи 2020 року спостерігається зменшення фінансових можливостей населення, адже поряд зі зростанням рівня доходів населення країни рівень зайнятості знижується, адже під

Таблиця 3

## Соціально-культурні фактори (складено авторами на основі [1–10])

№	Чинник	Сутність	Реакція споживача та його ринкової поведінки	Вплив на поведінку споживача
1	Значна соціальна стратифікація	В Україні існує соціальна прірва між заможними та бідними верствами населення. Дані ООН, за коефіцієнтом Джині Україна має ступінь розподілу доходів біля 25 %	Продукція зазвичай користується попитом серед більш заможних верств населення, з високим рівнем доходу	Негативний
2	Високий рівень соціалізації	Україна відноситься до країн з високим рівнем соціалізації населення, практично у кожного активного користувача інтернетом є сторінка/профайл/акаунт, як мінімум, в одній соціальній мережі [10].	Високий рівень соціалізації означає, що споживачі мають змогу дізнатися про мінеральну воду Боржомі, а також про її лікувальні властивості, наприклад, у соціальних мережах, що стимулює ріст рівня споживання продукції.	Позитивний
3	Культура споживання	Грузинські виробники вважають, що український ринок близький до європейського за культурою споживання: у нас багато джерел природної мінеральної води, і вживання саме «мінералки» стало звичкою. На відміну від Європи, в основному газованої (85 % обсягів бутильованих вод).	Високий попит та звичка вживати мінеральну воду позитивно впливають на зростання обсягів споживання Боржомі.	Позитивний
4	Лікувальні властивості та позитивний вплив на організм людини	Завдяки комплексу мінералів вулканічного походження, «Боржомі» нормалізує рівень рН, створює оптимальні умови для обмінних процесів, і діє як «природний енергетик», підвищує тонус організму та природно очищує організм. Боржомі вживають як і в якості столової води за обідом чи вечерею, так і в якості лікувального напою.	Більшість людей знають про цілющі властивості Боржомі, а деякі вже не один раз переконалися в цьому на власному досвіді. Позитивний вплив на здоров'я людини підвищує попит на товар та збільшує обсяги споживання.	Позитивний
5	Маркетингова культура	Маркетингова культура проявляється у використанні ЗМІ для рекламування або пропаганди споживання товару. В Україні вона є розвиненою.	Сприяє підвищенню рівня попиту та споживання мінеральної води Боржомі завдяки використанню ефективних рекламних механізмів, зокрема, у соцмережах.	Позитивний

час карантину велика кількість компаній малого та середнього бізнесу були змушені звільнити працівників. Саме через люди почнуть купувати продукцію вітчизняного виробника та віддавати перевагу більш дешевим альтернативам Боржомі.

Однак культурні фактори мають позитивний вплив на зростання попиту на товар. «Боржомі» має гарний стійкий імідж, що створювався роками на ринку України. В Україні вживання саме «мінералки» стало доброю звичкою багатьох людей, адже щорічно можна спостерігати зростання обсягів споживання бутильованої води. До того ж, більшість людей знають про цілющі властивості Боржомі, а деякі вже не один раз переконалися в цьому на власному досвіді. Під час та після новорічних

свят столова мінеральна вода стає чи не найпопулярнішим товаром. Її вживають також як лікувальний напій при захворюваннях шлунково-кишкового тракту, адже він прискорює обмін речовин, покращує травлення та приводить в норму кислотно-лужний баланс.

Отже, зовнішні фактори макросередовища суттєво впливають на поведінку споживачів і при плануванні стратегії просування товару на ринок доцільно глибоко аналізувати та враховувати зміни зовнішнього середовища країни.

**Висновки.** Проведене дослідження аналізу впливу факторів макросередовища на ринкову поведінку споживачів мінеральної води «Боржомі» дало змогу:

— встановити основні фактори макросередовища, які впливають на поведінку споживача

мінеральної води «Боржомі»: політико-правові, економічні, соціально-культурні фактори;

— визначити, що серед політичних факторів найбільш негативний вплив на поведінку споживачів води «Боржомі» справляє загальний рівень політичної стабільності, він — низький, тому споживачі підсвідомо зменшують кількість споживання коштовних товарів, адже у стані довготривалого стресу люди схильні більше заощаджувати, ніж споживати, та замінюють дорогу продукцію дешевими аналогами;

— вивчити вплив економічних факторів на поведінку споживачів води «Боржомі», виділено дві групи таких факторів: ті, що мають позитивний вплив (різноманіття ринку та запотребованість товару, зростання рівня доходів населення країни, введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19) та ті, що мають негативний вплив (падіння ВВП через пандемію COVID-19, маленький розмір прожиткового мінімуму, коливання курсів обміну валюти, висока ціна пляшки «Боржомі» в Україні, введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19);

— встановити, що введення карантину у зв'язку з розповсюдженням вірусу COVID-19 мало як позитивний, так і негативний вплив на поведінку споживачів мінеральної води «Боржомі», адже з одного боку «Боржомі» відноситься до продуктових товарів першої необхідності, і споживання води мало шанс на зростання протягом періоду карантину, але з іншого боку, дохід споживачів зменшився за рахунок того, що фінансова скрута торкнулась працівників малого та середнього бізнесу, тому споживачі віддавали перевагу альтернативним мінеральним водам, з нижчою ціною;

— визначити, що культурні фактори мають позитивний вплив на зростання попиту на товар, адже «Боржомі» має гарний стійкий імідж на ринку України, вживання під час та після новорічних свят та вживання води «Боржомі» для лікування підвищується.

У подальших дослідженнях доцільно дослідити цінності та потреби, які лежать в основі формування поведінки споживачів «Боржомі» на українському ринку мінеральної води, щоб обґрунтувати більш успішну рекламну стратегію просування води на ринок.

#### Список літератури

1. Тесленок І. М., Коротунова О. В., Косенко Ю. В. Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на функціонування машинобудівного підприємства. *Економіка та*

*держава*. 2019. № 1. С. 73–79. URL : [http://www.economy.in.ua/pdf/1\\_2019/15.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/1_2019/15.pdf).

2. Берницька Д. І. Аналіз зовнішнього мікросередовища підприємств пивоварної промисловості. *Інноваційна економіка*. 2013. № 2. С. 66–71. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_2\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_2_16).

3. Штефаніч Д., Дячун О. Аналіз впливу зміни макросередовища на маркетингову діяльність підприємства. *Вісник ТНЕУ*. 2013. № 2. С. 44–53.

4. Пчелянська Г. О. Поведінка споживачів на продовольчому ринку: інституційний та маркетинговий підходи. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 47.

5. Середня зарплата в Україні у 2020 році URL : <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020>.

6. Держбюджет-2020: прожитковий мінімум. URL : [https://zib.com.ua/ua/140046-derzhbyudzheta\\_2020\\_prozhitkoviy\\_minimum.html](https://zib.com.ua/ua/140046-derzhbyudzheta_2020_prozhitkoviy_minimum.html).

7. Аналіз ринку мінеральної води в Україні. URL : <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-mineralnoj-vody-v-ukraine-prognoz-na-2015-2017-gg.html>.

8. Нерівність доходів по-українськи: «гірше», ніж у Гондурасі, «краще», ніж у Швеції. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2162366-nerivnist-dohodiv-poukrainski-girse-niz-u-gondurasi-krase-niz-u-svecii.html>.

9. Окландер М. А., Жарська І. О. Поведінка споживача : навч. посіб. з грифом МОН України (лист № 1/11-20280 від 23.12.2013 р.). К. : Центр учбової літератури, 2014. 208 с.

10. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. Пер. с англ. СПб. : Питер, 2007. 944 с.

#### References

1. Korotunova, O. V., Kosenko, Yu. V. and Teslenok, I. M. (2019). *Analiz vplyvu faktoriv zovnishnoho seredovyscha na funktsionuvannia mashynobudivnoho pidpriemstva* [Analysis of the environmental factors influence on the machine-building enterprise functioning]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and power], no. 1, pp. 73–79. Available at : [http://www.economy.in.ua/pdf/1\\_2019/15.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/1_2019/15.pdf). [Accessed April 14, 2021].

2. Bernytska, D. I. (2013). *Analiz zovnishnoho mikrosredovyscha pidpriemstv pivovarnoi promyslovosti* [Analysis of the brewing industry external microenvironment]. *Innovatsiina*

*ekonomika* [Innovation Economy], no. 40, pp. 67–71. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2013\\_2\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_2_16).

3. Diachun, O., Shtefanych, D. (2013). *Analiz vplyvu zminy makroseredovyscha na marketynhovu diialnist pidpriemstva* [Analysis of the macroenvironment changes impact on the marketing activities of the enterprise]. *Visnyk TNEU* [Bulletin of TNEU], no. 2, pp. 44–53.

4. Pchelianska, H. O. (2020). *Povedinka spozhyvachiv na prodovolchomu rynku: instytutsiyni ta marketynhovi pidkhody* [Consumer behavior in the food market: institutional and marketing approaches]. *Ekonomika APK* [Economics of agro-industrial complex], no. 3, pp. 47.

5. Minfin (2021). [The average salary in Ukraine in 2020]. Available at : <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020>. [Accessed April 30, 2021].

6. Zakon i biznes (2019). [State budget — 2020: subsistence level]. Available at : [https://zib.com.ua/ua/140046-derzhbyudzhet\\_-\\_2020\\_](https://zib.com.ua/ua/140046-derzhbyudzhet_-_2020_)

[prozhitkoviy\\_minimum.html](http://prozhitkoviy_minimum.html). [Accessed April 25, 2021].

7. Koloro Brand Design (2015). Analysis of the Ukrainian mineral water market. Available at : <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynka-mineralnoj-vody-v-ukraine-prognoz-na-2015-2017-gg.html>. [Accessed April 30, 2021].

8. Ukrinform (2017). *Nerivnist dokhodiv poukrajinsky: «hirshe», nizh u Hondurasi, «krashche», nizh u Shvetsii* [Income inequality in Ukraine: «worse» than in Honduras, «better» than in Sweden]. Available at : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2162366-nerivnist-dohodiv-poukrainski-girse-niz-u-gondurasi-krase-niz-u-svecii.html> [Accessed May 5, 2021].

9. Oklander, M. A., Zharska I. O. (2014), *Povedinka spozhyvacha* [Consumer behavior]. Kyiv, Tsentru uchbovoi literatury Publ.

10. Blackwell, R., Engel, J. and Miniard, P. (2007). *Consumer Behaviour*, 10<sup>th</sup> ed., translated from English. St. Petersburg, Piter Publ.

**Objective:** to analyze the macro environmental factors influence on the market behavior of «Borjomi» mineral water consumers

**Methods.** The following methods have been used: the method of analysis (while studying the approaches of Ukrainian scientists to the study of factors influencing the behavior of Ukrainian consumers), the method of synthesis (while summarizing the key elements of the macro environment that affect the behavior of bottled mineral waters consumers), the method of expert assessment (while assessing the impact of macro environmental factors on the market behavior of «Borjomi» mineral water consumers).

**Results.** In the article, the next key factors of the macro environment that affect the behavior of «Borjomi» mineral water consumers have been identified: political, legal, economic and socio-cultural factors. It has been determined that the general level of political stability is the political factor that has the most negative influence on the behavior of «Borjomi» water consumers. Economic factors that affect the behavior of «Borjomi» water consumers are divided into the following two groups: those that have a positive impact (market diversity and demand for goods, rising incomes, quarantine procedures to prevent the spread of the COVID-19) and those that have a negative impact (falling GDP due to the COVID-19 pandemic, low subsistence level, exchange rate fluctuations, high price of the bottle of «Borjomi» in Ukraine, quarantine procedures to prevent the spread of the COVID-19). It has been determined that the imposition of quarantine to prevent the spread of the COVID-19 had both positive and negative impact on the behavior of «Borjomi» mineral water consumers, because on the one hand «Borjomi» is an essential commodity, and water consumption may have increased during the quarantine period, but on the other hand, consumer income decreased due to the financial hardships small and medium-sized businesses have experienced, so consumers preferred alternative mineral waters, with a lower price. It has been determined that cultural factors have a positive impact on the growth of demand for the product, because «Borjomi» has a good stable brand image in the Ukrainian market. The level of the «Borjomi» water consumption during and after the New Year holidays and of its usage for treatment purposes increases.

**Key words:** image, bottled mineral water market, macro environmental factors, consumer behavior, promotion.

Надійшла до редакції 25.04.2021



DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-65-70

JEL: M29

УДК 338.486

**Лохман Н. В.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

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

**Корнілова О. В.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

Донецький державний університет управління,  
Маріуполь, Україна,  
e-mail: kornilova.o.@inbox.dsum.edu.ua

### ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ СТАРТАПУ

UDC 338.486

**Lokhman N. V.,**  
**Grand PhD**  
in Economic sciences,  
Associate Professor  
**Kornilova O. V.,**  
PhD in Economic Sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua  
Donetsk State University of Management  
Mariupol, Ukraine,  
e-mail: kornilova.o.@inbox.dsum.edu.ua

### FORMATION OF EFFECTIVE TEAM FOR STARTUP

***Мета.** Визначити основні компетенції персоналу та етапи формування успішної команди стартапу із застосуванням сучасних інструментів і персонал-технологій.*

***Методи.** У процесі дослідження використано методи абстракції та логічного аналізу — для визначення етапів формування успішної команди стартапу; аналізу та синтезу — для уточнення основних наукових понять стартап-менеджменту; математичні методи — для визначення оптимального складу мінімальної ідеальної команди стартапу, матричні методи — для побудови матриці базових компетенцій мінімальної ідеальної команди стартапу.*

***Результати.** Розвиток економіки та підтримка підприємництва на державному рівні одночасно сприятиме піднесенню і просуванню українських стартапів. Криза 2008 року стала поштовхом для розвитку стартапів в Україні, але їх вплив на інноваційний розвиток економіки країни став відчуватись лише після 2016 року. Виходу стартапів на новий рівень сприяло поширення освітніх заходів з оволодіння основ побудови стартапів та створення ефективних команд стартап-проекту.*

*Перш за все, при створенні команди стартапу, слід розуміти хто є ключовими фігурами в створенні стартапу. Потім формується основний склад команди стартапу, який може змінюватись протягом життєвого циклу стартапу, і, ці зміни мають відбуватися у відповідності до математичної послідовності Фібоначчі, як дійсно, оптимального. Мінімальна ідеальна команда у своєму складі повинна містити п'ять учасників стартап-проекту: Автора проекту, Продюсера бізнесу, Оператора проекту, Підприємця та Фінансиста. Наступні зміни в команді відбуваються під час зміни кількості необхідного персоналу в роботі компанії.*

*Формування команди стартапа складається з основних етапів, які визначаються організаторами стартапу самостійно. Визначено основні шість етапів у формуванні команди стартапу: поява засновників бізнес-ідеї, обговорення і уточнення та розподіл задач в команді, формування мінімальної ідеальної команди стартапу, рекламна діяльність, розвиток команди, стаціонарна робота команди в процесі перетворення бізнес-проекту в «повноцінну компанію».*

*В процесі формування мінімальної ідеальної команди стартапу одним з ключових питань є визначення стандартних (базових) компетенцій команди стартапу. Підбір працівників рекомендовано здійснювати Продюсером стартапу за допомогою розробленої матриці базових компетенцій з визначенням ступеню володіння компетенцією для кожного члену команди.*

***Ключові слова:** стартап, команда, етапи створення команди стартапу, компетенції, ефективність.*



**Постановка проблеми.** Стійкий розвиток будь-якої галузі економіки не можна уявити без прикладних надбань стартапів. Прямування України до світового економічного простору потребує розвитку інноваційного потенціалу економіки з урахуванням особливостей формування внутрішнього ринку.

Українські стартапи починають відігравати роль каталізатора залучення інвестицій у стогнуючу економіку. Якщо у 2018 році на розвиток стартапів було отримано 337 млн дол. інвестицій, то у 2019 році — вже 510 млн дол. інвестицій. Причому середній чек інвестицій в український стартап зріс на 78 % і склав 5,7 млн дол. [1].

Досягти необхідного рівня розвитку інноваційного потенціалу економіки можливо спираючись на необхідні напрямки та етапи з урахуванням стримуючих факторів і стимулів для їх подолання; зазначені елементи знаходяться у взаємодії і створюють модель розвитку інноваційного потенціалу економіки. Для вирішення проблем розвитку стартапів, як елементу інноваційного потенціалу економіки, необхідною умовою виступає фактор формування ефективної команди стартапу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням організації стартапів присвячені праці зарубіжних і вітчизняних науковців, таких як Guy Kawasaki, Michele Moreno [2], Steve Blank and Bob Dorf [3], Peter Thiel, Blake Masters [4], Eric Ries [5], V. Hwang [6], В. Геєць, В. Семіноженко [7], Є. І Кравченко [8], Л. П. Червінська [9]. В цих публікаціях представлено теоретичні і практичні задачі розвитку стартапів в різних країнах, на прикладах показано можливості організації бізнесу, але питання створення ефективної команди стартапів в науковій літературі висвітлено недостатньо.

**Метою статті** є визначення основних компетенцій персоналу та етапів формування успішної команди стартапу із застосуванням сучасних інструментів і персонал-технологій.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Ефективність реалізації стартапу залежить від трьох компонентів: постановки ідеї, створення ефективної команди та належного фінансування. У своєму дослідженні обмежимося лише розглядом особливостей формування ефективної команди стартапу.

Розвиток стартапів в Україні є складним та поступовим процесом, ефективність цьо-

го процесу можна дослідити, перш за все, на основі формування мінімальної життєздатної команди стартапу. Як відомо склад команди стартапу та її задачі змінюються протягом життєвого циклу стартапу [4].

А. Черняк розглядає процес формування команди стартапу, а саме, зміну кількості учасників проекту на різних його етапах розвитку у відповідності до математичної послідовності Фібоначчі.

Перші два числа в послідовності Фібоначчі є або 1 і 1, або 0 і 1 відповідають початковому етапу формування ефективної команди стартапу, або мінімальній команді. Комбінаційна послідовність чисел така: перші два члени послідовності — одиниці, а кожний наступний є сумою значень двох попередніх чисел. Ця послідовність відображає оптимальну кількість працівників у складі команди стартапу.

Мінімальна команда (Minimum team) має у складі:  $1+1=2$  осіб;

Включає Автора проекту та Продюсера бізнесу. Автор шукає продюсера, який зможе забезпечити його ринком, продажами і необхідними ресурсами, логістикою та ін. Продюсер шукає продукт (товари, вироби або послуги), який є цікавим для ринку і який він зможе успішно просунути і отримати надприбуток.

2. Мінімальна життєздатна команда (Minimum viable team) має у складі:  $1+2=3$  осіб;

Дана команда має в своєму складі Автора проекту, Продюсера бізнесу та Оператора (операціоніста, логіста), що керує процесом виробництва.

3. Мінімальна ідеальна команда (Minimum ideal team) має у складі:  $2+3=5$  осіб;

Дана команда має в своєму складі Автора проекту, Продюсера бізнесу, Оператора і ще додається Підприємець та Фінансист.

Підприємець вирішує комерційні завдання, спілкується з потенційними інвесторами, а Фінансист здійснює контроль витрат, готує платіжні документи та звітність, проводить елементарний економічний аналіз.

Основні зміни в компанії відбуваються під час зміни кількості людей. З кожним новим етапом чисельність персоналу: 8, 13, 21, 34, 55 — істотно змінюється, змінюється і структура команди, її професійний склад [9].

Відбір персоналу слід проводити з використанням сучасних персонал-технологій набору персоналу таких, як brainteaser-інтерв'ю та проективне інтерв'ю. Особливістю даних

методів проведення інтерв'ю потенційних кандидатів є виявлення можливості індивідуального сприйняття будь-якої задачі, та її креативного розв'язання, отримання чітких відповідей на питання анкети [10, с. 32].

На ефективність складу команди, в свою чергу, звертають увагу потенційні інвестори стартапу.

Формування команди стартапа складається з основних етапів, які представлені на рис. 1.

Від ідеї залежить життєздатність стартапу, чим вона більш унікальна, тим більше заслуговує на увагу потенційних споживачів, тим довший життєвий цикл новоствореного продукту, а відповідно і його економічна ефектив-

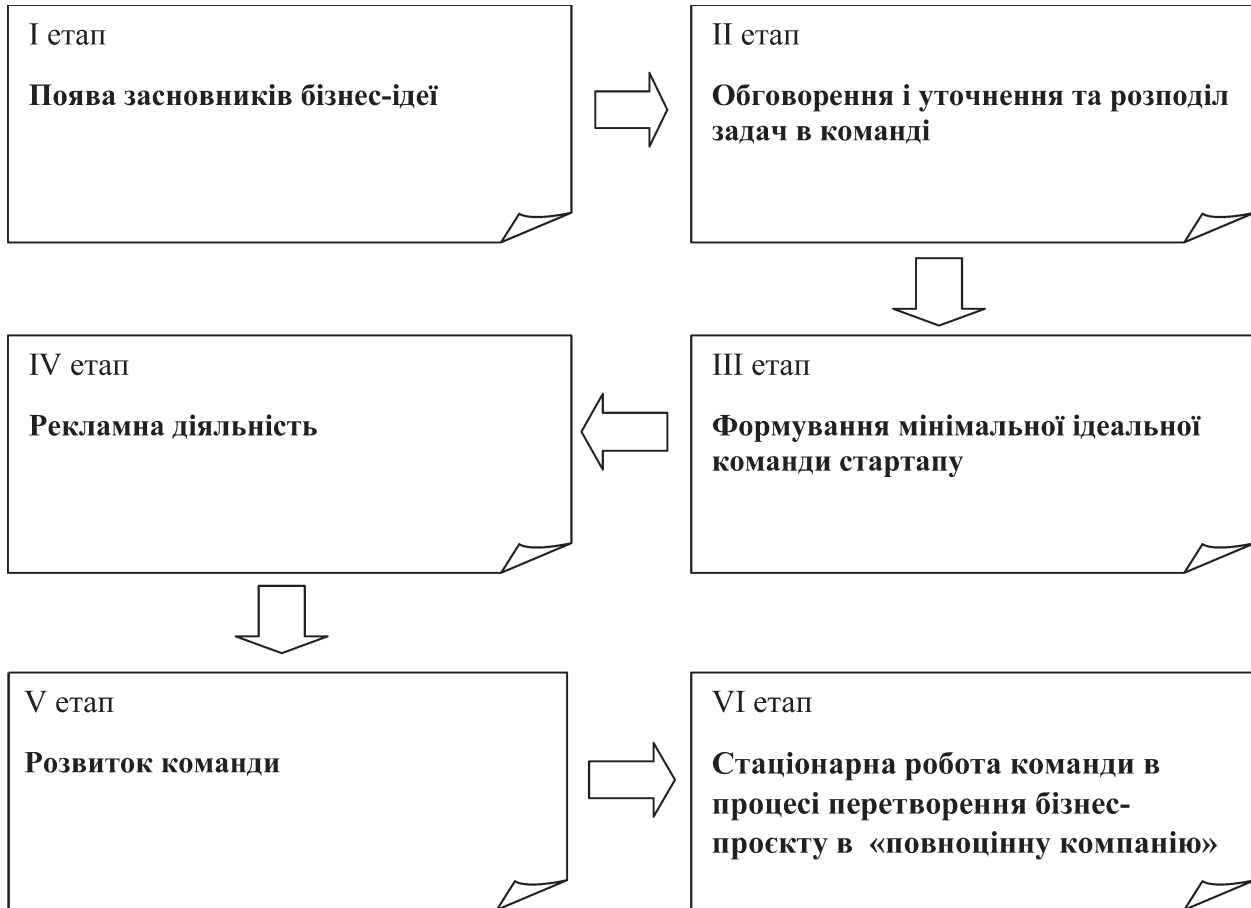


Рис. 1. Етапи формування команди стартапу (складено авторами)

ність. Бізнес ідея Автору стартапу буде обговорюватись у колі друзів потенційних членів команди, але треба знайти Продюсера проекту, а саме зацікавлену особу з багатим досвідом в пошуку інвестора, управлінні і веденні бізнесу.

Наступним етапом є проведення відбору у команду, цілеспрямованих професіоналів, що будуть працювати над втіленням ідеї в життя. В їх обов'язки входить генерація ідей, їх реалізація в інноваційний продукт, розробка стратегії розвитку стартапу, планування, ефективне управління, забезпечення необхідними ресурсами тощо.

При цьому варто зауважити, що на кожному етапі реалізації ідеї, необхідно чітко визначити інвестиційну політику, направлену на

максимізацію прибутку. Головною проблемою зазвичай стають зайво залучені кошти на початку розробки ідеї, які можуть спричинити проблеми в команді, втрату мотивації та їх нестачу в кінці для забезпечення ефективного маркетингу. Тому необхідне поступове планомірне виважене інвестування кожного етапу стартап-проекту.

Необхідно зробити наголос на стандартних (базових) компетенціях команди стартапу. Як відомо, компетенція — це здібність, яка необхідна для вирішення поставленого кола задач. Розрізняють чотири типи компетенцій: базові, стандартні, командні (корпоративні), функціональні.

Базові компетенції — це ключові компетентності, які дозволяють виконувати свою

ділянку робіт у командній праці. Стандартні компетенції — це знання та навички, які потребує діяльність в стартапі. Різні стартапи, таким чином, потребують відповідних професійних навичок від членів команди. Командні компетенції — це всі ті компетенції, що повинні демонструвати члени команд и стартапу, наприклад, командними компетенціями можуть бути: «націленість на кінцевий результат» дій всієї команди або «орієнтованість на клієнта». Підбір компетенцій здійснюється керівником або розробником стартапу. Він повинен

особливу увагу звернути на відсутність тієї чи іншої компетенції у членів команди щоб це не призвело до конфліктів або не згубило проєкт, або не довело його до завершення.

Якщо необхідна компетенція відсутня, то можна вчасно залучити виконавця в команду з необхідними навичками та досвідом, якщо це зробити перед початком реалізації стартапу, то це допоможе забезпечити найкращий результат наприкінці проєкту. На рис. 2 представлена матриця базових компетенцій мінімальної ідеальної команди стартапу.

Компетенція	Автор проєкту	Продюсер бізнесу	Оператор проєкту	Підприємець	Фінансист
Досвід роботи					
Відповідність кваліфікації					
Цілеспрямованість на результат					
Інформованість					
Комунікативність					

Примітка: Рівень необхідності компетенцій

	незначний ступінь необхідності		середній ступінь необхідності
	високий ступінь необхідності		найвищий ступінь необхідності

Рис. 2. Матриця компетенцій мінімальної ідеальної команди стартапу (складено авторами)

Матриця базових компетенцій команди стартапу — це набір моделей компетенцій для членів команди стартапу, які кожний з них повинен застосовувати в своїй роботі, тобто це найбільш загальні компетенції. Знання базового набору компетенцій дозволить сфокусувати увагу на різноманітних компетенціях при наборі команди стартапу. Відповідно до представленої матриці, найвищий ступінь необхідності мають такі компетенції, як цілеспрямованість на результат та інформованість, також високий ступінь необхідності мають компетенції досвіду роботи та комунікативності. Перелік компетенцій можна збільшувати відповідно до уявлень та сучасних вимог до учасників стартапу.

Матриця компетенцій є інструментом для відображення необхідних навичок та якостей команди стартапу. Її використання допомагає керувати подальшими змінами у разі розширення складу команди. Матрицю компетенцій можна доповнити еталонними значеннями ступеню володіння кожною компетенцією для членів команди, але для цього, необхідно володіти інформацією про зміст та напрям, в якому буде реалізовуватись стартап-проєкт.

**Висновки.** Успіх реалізації стартапу залежить не тільки від його інноваційності та привабливості для потенційних інвесторів, але і від злагодженості роботи сформованої команди. Зрозуміло, що склад команди стартапу буде змінюватися на різних етапах його реалізації, тому головну роль в презентації стартапу на перших етапах його реалізації відводиться саме створенню мінімальної ідеальної команди стартапу. Формування команди стартапа складається з основних етапів, які є найбільш узагальненими для різних сфер дії стартапів. При формуванні мінімальної ефективної команди стартапу слід застосовувати матрицю базових компетенцій її членів. Перспективами подальшого розвитку має стати визначення корпоративних компетенцій команди стартапу та вибору методики їх оцінки.

#### Список літератури

1. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2019. Available at : <https://www2.deloitte.com/ua/en/pages/press-room/press-release/2020/investments-into-startups-2019.html>.

2. Kawasaki, G., Moreno, M., (1999). Rules For Revolutionaries: The Capitalist Manifesto for Creating and Marketing New Products and Services. Harper Collins Publishers. USA, pp .206.

3. Blank, Steve & Dorf, B. (2018). The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company 1<sup>st</sup> Edition. Available at : <https://smeportal.unescwa.org/sites>.

4. Thiel, P., Masters B., (2014). Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. Crown Business Publishing, pp. 224.

5. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Random House, pp. 167.

6. Hwang, V. (2014). The Startup Movement Is Not About Startups, Actually. Forbes: Business and Financial Magazine, January 3. Available at : <https://www.forbes.com/sites/victorhwang/2014/01/03/the-startup-movement-is-not-about-startupsactually/#1670300d71a9>.

7. Геєць В., Семіноженко В. Інноваційні перспективи України : монографія. Харків : Константа, 2006. 272 с.

8. Кравченко Є. І. Алгоритм гілок та меж для задачі формування команди та пошуку інвесторів для стартап-проектів. *Науковий огляд*. 2018. № 6 (49). URL : <http://oaji.net/articles/2017/797-1537550267.pdf>.

9. Черняк А. Минимальная команда стартапа (MVT) и числа Фибоначчи. 2015. URL : <http://biznesmodeli.ru/minimalnaya-komanda-startapa-mvt-i-chisla-fobinachchi>.

10. Шульгіна Т. С., Павленко К. О. Сучасні технології підбору персоналу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 23. Частина 3. С. 30–33.

### References

1. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2019. Available at : <https://www2.deloitte.com/ua/en/pages/press-room/press-release/2020/investments-into-startups-2019.html>.

2. Kawasaki, G., Moreno, M., (1999). Rules For Revolutionaries: The Capitalist Manifesto for Creating and Marketing New Products and Services. Harper Collins Publishers. USA, pp .206.

3. Blank, Steve & Dorf, B. (2018). The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company 1<sup>st</sup> Edition. Available at : <https://smeportal.unescwa.org/sites>.

4. Thiel, P., Masters B., (2014). Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. Crown Business Publishing, pp. 224.

5. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Random House, pp. 167.

6. Hwang, V. (2014). The Startup Movement Is Not About Startups, Actually. Forbes: Business and Financial Magazine, January 3. Available at : <https://www.forbes.com/sites/victorhwang/2014/01/03/the-startup-movement-is-not-about-startupsactually/#1670300d71a9>.

7. Heiets, V. & Seminozhenko, V. (2006). *Innovatsiini perspektivy Ukrainy* [Innovation perspectives of Ukraine]. Kharkiv, Konstanta Publ., 272 p.

8. Kravchenko, E. I. (2018). *Alhoritm gilok ta mezh dlya zadachi formuvannya komandy ta poshuku investoriv dlya startup-proektiv* [Algorithm of branches and boundaries for the task of forming a team and finding investors for startup projects]. *Naukoviy oglyad* [Scientific review], no. 6 (49). Available at : <http://oaji.net/articles/2017/797-1537550267.pdf>.

9. Chernyak, A. (2015). *Minimalnaya komanda startapa (MVT) i chisla Fibonachchi*. [Minimum startup team (MVT) and Fibonacci numbers]. Available at : <http://biznesmodeli.ru/minimalnaya-komanda-startapa-mvt-i-chisla-fobinachchi>.

10. Shulgina, T. S. & Pavlenko, K. O. (2017). *Suchasni tekhnolohii pidboru personalu* [Modern technologies of personnel selection]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Kherson State University], issue 23, pp. 30–33.

**Objective.** *The objective of the present article is to determine the main competencies of the personnel and the algorithm for forming a successful startup team using modern tools and personnel technologies.*

**Methods.** *In the course of the research, the methods of abstraction and logical analysis are used in order to form a successful startup team; analysis and synthesis — to clarify the basic scientific concepts of startup management; mathematical methods are used in order to determine the optimal composition of the minimum ideal startup team, matrix methods — to build a matrix of basic competencies of the minimum ideal startup team.*



**Results.** *The economy development and support of entrepreneurs at the state level simultaneously initiates the rise and promotion of Ukrainian startups. The 2008 crisis became an impetus for the development of startups in Ukraine, although their impact on the innovative development of the country's economy began to be felt only after 2016. The rise of startups to a new level contributed to the dissemination of training events for mastering the basics of building startups and creating an effective startup project team.*

*First of all, when creating a startup team, you should understand who are the key figures in creating a startup. Further, the main composition of the startup team was formed, which can change throughout the life cycle of the startup, and these changes will occur in accordance with the mathematical Fibonacci sequence, as indeed optimal. The minimum ideal team should include five participants in a startup project: Project Author, Business Producer, Project Operator, Entrepreneur and Financier. Subsequent changes in the team will occur during the change in the number of required personnel in the company's activities.*

*Formation of a startup team consists of the main stages, which the organizers of the startup independently. We presented the main six stages of building a startup team.*

*In the process of forming the minimum ideal startup team, one of the key questions is to determine the standard (basic) competencies of the startup team. The selection of employees was recommended to be carried out by the Startup Producer using the developed matrix of basic competencies to determine the degree of competence ownership for each team member.*

**Key words:** *startup, team, stages of building startup team, competencies, efficiency.*

*Надійшла до редакції 05.04.2021*

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-70-76

JEL: D83; M21

УДК 331.104.22

**Приймак Н. С.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

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

#### **КОНЦЕПЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ КОМУНІКАЦІЙНОЮ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА**

UDC 65.012:338.2

**Pryimak N. S.,**  
**Grand PhD**  
**in Economic sciences,**  
**Associate Professor**

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: priymak@donnuet.edu.ua

#### **CONCEPT OF INFORMATION SUPPORT OF STRATEGIC MANAGEMENT AND ITS RELATIONSHIP WITH THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE ENTERPRISE**

**Мета.** *Метою даної статті є обґрунтування рівнів і концепції інформаційного забезпечення стратегічного управління та її зв'язку із комунікаційною стратегією підприємства.*

**Методика.** *В процесі дослідження використано сукупність загальнонаукових методів та прийомів дослідження: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, метод аналогій. Теоретико-методологічна база дослідження містить положення теорії стратегічного менеджменту, стратегічного аналізу, комунікаційного менеджменту, а також теорії інформаційного суспільства.*

**Результати.** *В дослідженні на основі актуалізації системи стратегічної інформації обґрунтовано наступні вимоги до її формування: точність, достовірність, своєчасність, значущість для управління, повнота, корисність, порівнянність, прийнятність чинними комунікаційними потоками. Визначено, що інформаційне забезпечення стратегічного управління на підприємстві доцільно розглядати на наступних рівнях: фізичному, організаційному, аналітичному, комунікативному, процесному*

© Н. С. Приймак, 2021



та ієрархічному. Саме рівневість інформаційних потоків покладено в основу концепції інформаційного забезпечення стратегічного управління на підприємстві яка включає ряд управлінських дій від усвідомлення інформаційних потреб до ухвалення рішень в сфері стратегічного управління на підприємстві. Обґрунтований концептуальний підхід до побудови системи стратегічної інформації разом із комунікаційною стратегією підприємства дозволяє забезпечити: єдність системи стратегічної інформації для потреб формування стратегічного набору підприємства; узгодженість комунікаційних інформаційних потоків із стратегічними цілями підприємства; ієрархічність доступу до стратегічної інформації в межах внутрішніх комунікаційних потоків, а значить — комунікаційну безпеку; гнучкість комунікаційної стратегії та системи менеджменту; формування єдиного комунікаційного простору на підприємстві, що значно полегшує обмін інформацією між різними ієрархічними рівнями підприємства та різними ланками організаційного дизайну.

**Ключові слова:** стратегічне управління, стратегічна інформація, інформаційні потоки, комунікації, комунікаційна стратегія.

**Постановка проблеми.** Система менеджменту сучасного підприємства — це динамічна система, успішність якої залежить від добре налагодженої системи збору, узагальнення, обробки та систематизації інформації як підґрунтя прийняття зважених управлінських рішень. Всі етапи та елементи менеджменту задіяні у процесах інформаційного обміну, тобто у зовнішніх та внутрішніх комунікаціях. Від того, на скільки ефективно організовано дані процеси залежить не тільки якість прийняття управлінських рішень, але й швидкість реакції на чинники середовища функціонування всіх рівнів, на виникнення та подальше опрацювання в ході управлінського циклу загроз та можливостей. На жаль, вітчизняний менеджмент переважно акцентується на управлінні матеріальними потоками, надаючи перевагу самому факту отримання прибутку підприємством, ігноруючи можливості, які надають оптимізаційні процеси у допоміжних функціоналах системи управління підприємством. Саме тому виникає потреба більш глибокого дослідження ефективних параметрів організації інформаційного забезпечення системи стратегічного менеджменту підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інформаційне забезпечення стратегічного управління підприємства епізодично розглядається як у наукових працях із стратегічного менеджменту, зокрема у дослідженнях З. Є. Шершньової, С. В. Оборської [8], З. І. Галушки, І. Ф. Комарницького [10] та ін., які розглядають стратегічну інформацію та вимоги до неї в ході аналізу середовища діяльності підприємства, так і у локальних дослідженнях проблем інформаційного забезпечення різних сфер діяльності та сфер менеджменту, таких як дослідження О. М. Фроленко [1],

Ю. В. Гапон [2], О. І. Маслак, І. В. Коробкова [3], А. Й. Серант, І. В. Огірко, О. І. Огірко [4], Л. Р. Прус [9] та інших. Проте, питання визначення рівнів інформаційного забезпечення стратегічного управління та концептуальні основи інформаційного забезпечення стратегічного менеджменту, їх зв'язок із комунікаційною стратегією на підприємстві потребують більш детальної розробки та узагальнення

**Мета статті.** Метою даної статті є обґрунтування рівнів і концепції інформаційного забезпечення стратегічного управління та її зв'язку із комунікаційною стратегією підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Специфіка управлінської праці полягає у неуречевленому об'єкті та предметі праці, а також у специфічних інструментах, пов'язаних із обробкою стратегічної інформації. Стратегічна інформація — це систематизовані узагальнені дані щодо стану окремих факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та тенденцій їх зміни у майбутньому, які використовуються при прийнятті стратегічних рішень [8]. Саме потреба у стратегічній інформації актуалізує формування системи інформаційного забезпечення стратегічного управління.

Інформаційне забезпечення стратегічного управління на підприємстві — це сукупність процесів задоволення потреб системи стратегічного управління у інформаційних ресурсах, а також процесів обробки, аналізу та циркуляції інформації, необхідної для ухвалення господарських рішень та досягнення стратегічних їх цілей.

Основні вимоги до стратегічної інформації, як результату процесу інформаційного забезпечення стратегічного управління, можна звести до наступних:

— точність — інформація повинна відображати потреби системи стратегічного управління та задовольняти всі вимоги до параметрів, які відображають стан всіх рівнів середовища функціонування, суб'єкту та об'єкту стратегічного управління;

— достовірність — тісно пов'язана із попередньою вимогою, та означає, що інформація має відображати реальний об'єктивний стан середовища функціонування, суб'єкту та об'єкту стратегічного управління;

— своєчасність — надходження інформації має відповідати потребам системи стратегічного менеджменту у реальному часі виникнення події, яка спричинила інформаційний запит системи стратегічного управління;

— значущість для управління — здатність стратегічної інформації впливати на процеси розробки, прийняття та ухвалення господарських рішень;

— повнота — обсяг інформації має бути мінімальним, але повністю відображати потреби стратегічного управління та потреби обґрунтування управлінських рішень;

— корисність — інформаційне забезпечення повинне забезпечити надходження лише тієї інформації, яка потрібна для стратегічного управління на підприємстві;

— порівнянність — можливості співставлення інформації, отриманої із різних інформаційних джерел та в різний період часу;

— прийнятність чинними комунікаційними потоками на підприємстві — відповідність інформації потужності комунікаційного каналу, а також складових та учасників комунікаційного процесу.

Результатом інформаційного забезпечення стратегічного управління на підприємстві є інформаційний потік. «Інформаційний потік — це сукупність дієвих рухів інформації, яка циркулює в управлінській системі та яка необхідна для здійснення процесів управління на підприємстві» [5, с. 91].

Інформаційні потоки формують чітку картину стратегічних умов функціонування певного ринку та середовища, які виступають підґрунтям для обґрунтування управлінських рішень на підприємстві.

Інформаційне забезпечення стратегічного управління на підприємстві, як багаторівневий процес, доцільно розглядати із наступних позицій (рис. 1):

— на фізичному, першому, початковому рівні який передбачає збір, обробку та накопичення інформації;

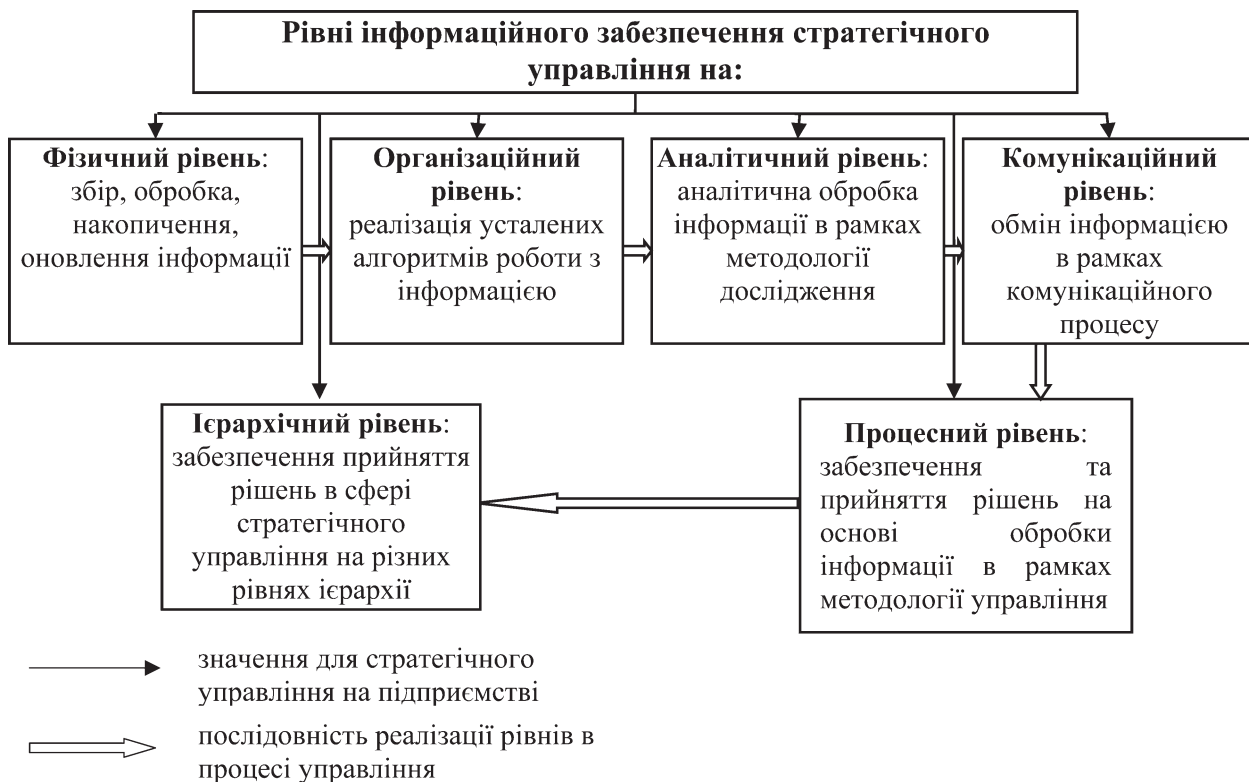


Рис. 1. Характеристика рівнів інформаційного забезпечення стратегічного управління на підприємстві (складено автором із використанням [1])

- на організаційному рівні який передбачає реалізацію усталених алгоритмів роботи із інформацією;
- на аналітичному рівні, який містить аналітичну обробку інформації в межах реалізації функцій менеджменту;
- на комунікативному рівні, який опосередковує аналітичний рівень та забезпечує реалізацію стандартного комунікативного процесу на підприємстві;
- на процесному рівні, спрямованому на забезпечення прийняття рішень на основі попередніх етапів обробки інформації;
- на останньому, ієрархічному рівні, який забезпечує загальну реалізацію стратегічного

менеджменту, досягнення стратегічних цілей та реалізацію місії підприємства.

Зазначені рівні інформаційного забезпечення є дієвим інструментом менеджменту при реалізації концепції

Блок-схема інформаційного забезпечення методологічної платформи дослідження управління стратегічними змінами на підприємстві наведена на рис. 2.

У випадку, якщо чинна на підприємстві система стратегічного менеджменту ухвалює рішення щодо самостійного збору інформації та формування інформаційного потоку, то керівництво має забезпечити повний цикл реалізації умов для збору і обробки інформації

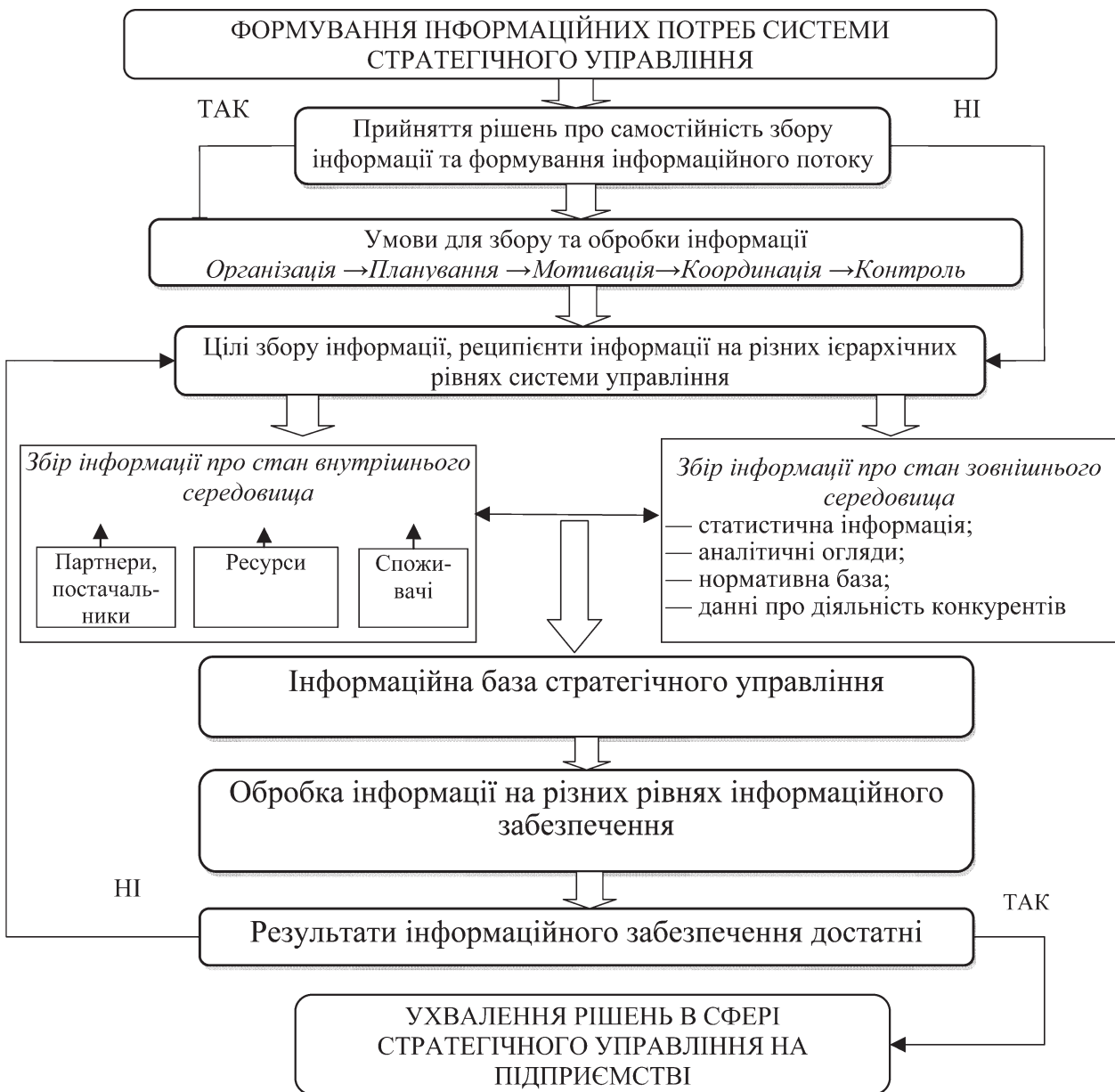


Рис. 2. Концепція інформаційного забезпечення стратегічного управління на підприємстві (складено автором на основі узагальнення [1–5, 7])

ції (реалізація класичного ланцюга функцій менеджменту) та забезпечити чітке формулювання цілей збору інформації відповідно до потреб реципієнтів інформації на різних етапах управлінського процесу.

Наступним етапом збору інформації є формування інформаційних потоків щодо визначення стану зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства. В рамках збору інформації про стан внутрішнього середовища відбувається збір інформації про стратегічні дії партнерів, постачальників ресурсів, стан ресурсного потенціалу (локальні ресурси) і підходи до їх управління, досліджуються відносини із споживачами. В рамках збору інформації про стан зовнішнього середовища здійснюється аналіз статистичної інформації про цільові чинники середовища діяльності та їх зміну, огляд аналітичних досліджень вітчизняних і міжнародних ЗМІ, вивчається нормативна база та здійснюється збір інформації про діяльність конкурентів на цільових сегментах ринку. Мета даного етапу — сформувати інформаційні потоки стратегічної інформації, які відповідають вимогам щодо її точності, достовірності, своєчасності, значущості, повноти, порівняльності, прийнятності.

Наступним кроком є формування інформаційної бази системи стратегічного управління на підприємстві. Таку базу науковці О. І. Маслак, І. В. Коробкова називають «інформаційно-аналітичним порталом» [3, с. 24], науковці А. Й. Серант, І. В. Огірко, О. І. Огірко називають «інформаційно-керуючою системою» [4, с. 66]. Слід зазначити, що така інформаційна база має бути універсальним інструментом, здатним не тільки задовольнити вимоги чинної стратегічної ситуації, але й забезпечити превентивний характер управлінських дій.

На завершальному етапі відбувається обробка інформації в рамках реалізації етапів стратегічного управління та з урахуванням її акумулювання на рівнях інформаційного забезпечення (обґрунтовано на рис. 1). У випадку, якщо на етапі реалізації процесу ієрархічної обробки інформації відбувається ухвалення рішення про її достатність — відбувається ухвалення рішень в галузі стратегічного управління, якщо інформація визнана такою, що не забезпечує вимоги системи прийняття рішень, чи вимоги до самої інформації

не дотримані — відбувається повернення до етапу цілевизначення (рис. 2).

Реалізація зазначеної концепції інформаційного забезпечення стратегічного управління на підприємстві є запорукою ефективної діагностики середовища діяльності та обґрунтованого ухвалення стратегічних рішень на підприємстві.

**Висновки.** Запропонована концепція інформаційного забезпечення стратегічного управління на підприємстві сприятиме досягненню цілей менеджменту тільки при її ефективній інтеграції із комунікаційною стратегією підприємства.

Комунікаційна стратегія — це частина комунікативної взаємодії чи комунікативної поведінки, яка дозволяє інтегрувати цілі, завдання та бізнес-стратегію підприємства з набором конкретних дій у сфері комунікацій підприємства. Основним завданням комунікаційної стратегії є надання інформаційної підтримки стратегії розвитку підприємства. Комунікаційна стратегія базується на корпоративній стратегії та є набором найбільш ефективних інструментів дій для цільової аудиторії [6, с. 83].

Такий підхід до побудови системи стратегічної інформації дозволяє забезпечити:

- єдність системи стратегічної інформації для потреб формування стратегічного набору підприємства;
- узгодженість комунікаційних інформаційних потоків із стратегічними цілями підприємства;
- ієрархічність доступу до стратегічної інформації в межах внутрішніх комунікаційних потоків, а значить — комунікаційну безпеку;
- гнучкість комунікаційної стратегії та системи менеджменту;
- формування єдиного комунікаційного простору на підприємстві, що значно полегшує обмін інформацією між різними ієрархічними рівнями підприємства та різними ланками організаційного дизайну.

#### Список літератури

1. Фроленко О. М. Інформаційне забезпечення маркетингової компоненти стратегічного управління розвитком підприємств машинобудування : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 ; Терноп. нац. техн. ун-т ім. Івана Пулюя. Тернопіль, 2016. 23 с.
2. Гапон Ю. В. Аналіз інформаційної складової потенціалу стратегічних змін ма-



шинобудівних підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2016. № 2 (24). С. 119–124. URL : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n2.html> (дата звернення: 20.05.2021).

3. Маслак О. І., Коробкова І. В. Інформаційне забезпечення процесу управління стратегічною стійкістю підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 4. С. 23–25.

4. Серант А. Й., Огірко І. В., Огірко О. І. Інформаційна технологія та формула управління змінами. *Ефективність державного управління*. 2017. Вип. 2. С. 63–71.

5. Якубенко І. М. Інформаційно-комунікаційні потоки в управлінні підприємством. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 1. С. 90–95. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/estmebi\\_2018\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/estmebi_2018_1_14) (дата звернення: 13.06.2019).

6. Кириченко С. О., Цвях П. В. Проблеми формування комунікацій на підприємстві. *Агроосвіт*. 2020. № 12. С. 79–86.

7. Приймак Н. С. Управління стратегічними змінами на підприємствах: теорія та практика: автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.04 ; Університет імені Альфреда Нобеля. Дніпро, 2020. 42 с.

8. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління : навч. посібник. К. : КНЕУ, 1999. 384 с.

9. Прус Л. Р. Комунікаційний менеджмент. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 1. С. 38–41.

10. Галушка З. І., Комарницький І. Ф. Стратегічний менеджмент. Чернівці : Рута, 2010. 248 с.

## References

1. Frolenko, O. M. (2016). *Informatsiine zabezpechennia marketynhovoї komponenty stratehichnoho upravlinnia rozvytkom pidpriemstv mashynobuduvannia* [Information support of the marketing component of the strategic management of mechanical engineering enterprises development. PhD in Economic sciences thesis]. Ternopil, 23 p. [in Ukrainian].

2. Hapon, Yu. V. (2016). *Analiz informatsiinoi skladovoi potentsialu stratehichnykh zmin mashynobudivnykh pidpriemstv* [Analysis of the information component of the potential of strategic changes of machine-building enterprises]. *Ekono-*

*mika: realii chasu* [Economy: the realities of time], no. 2 (24), pp. 119–124. Available at : <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n2.html>. [Accessed 4 June 2021].

3. Maslak, O. I. & Korobkova, I. V. (2017). *Informatsiine zabezpechennia protsesu upravlinnia stratehichnoiu stiikistiu pidpriemstva* [Information support of the strategic stability management process of the enterprise]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 4, pp. 23–25 [in Ukrainian].

4. Serant, A. I., Ohirko, I. V. & Ohirko, O. I. (2017). *Informatsiina tekhnolohiia ta formula upravlinnia zminamy* [Information technology and change management formula]. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia* [Efficiency of public administration], no. 2, pp. 63–71 [in Ukrainian].

5. Yakubenko, I. M. (2018). *Informatsiino-komunikatsiini potoky v upravlinni pidpriemstvom* [Information and communication flows in enterprise management]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes* [Economy. Management. Business], no. 1, pp. 90–95. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/estmebi\\_2018\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/estmebi_2018_1_14) [Accessed 4 June 2021].

6. Kyrychenko, S. O. & Tsviakh, P. V. (2020). *Problemy formuvannia komunikatsii na pidpriemstvi* [Problems of formation of communications at the enterprise]. *Ahrosvit* [Agroworld], no. 12, pp. 79–86 [in Ukrainian].

7. Pryimak, N. S. (2020). *Upravlinnia stratehichnymy zminamy na pidpriemstvakh: teoriia ta praktyka* [Management of strategic changes in enterprises: theory and practice]. *Extended abstract of Grand PhD in Economic sciences thesis*. Dnipro, University imeni Alfreda Nobelia Publ., 42 p. [in Ukr.].

8. Shershnova, Z. Ye. & Oborska, S. V. (1999). *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management]. Kyiv, KNEU Publ., 384 p. [in Ukrainian].

9. Prus, L. R. (2009). *Komunikatsiinyi menedzhment* [Communication management]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic sciences], no. 1, pp. 38–41 [in Ukrainian].

10. Halushka, Z. I. & Komarnytskyi, I. F. (2010). *Stratehichnyi menedzhment* [Strategic management]. Chernivtsi, Ruta Publ., 248 p. [in Ukrainian].

**Objective.** *The objective of the present article is to substantiate the levels and concepts of information support for strategic management, as well as its relationship with the communication strategy of the enterprise.*



**Method.** *In the process of research, a set of general scientific methods and research techniques are used: analysis, synthesis, generalization, induction, deduction, the method of analogies. The theoretical and methodological base of the research contains the provisions of the theory of strategic management, strategic analysis, communication management, as well as the theory of the information society.*

**Results.** *The study based on the actualization of the system of strategic information substantiates the following requirements for its formation: accuracy, reliability, timeliness, relevance to management, completeness, usefulness, comparability, acceptability of existing communication flows.*

*Information support of strategic management in the enterprise is a set of processes to meet the needs of the strategic management system in information resources, as well as the processes of analysis and circulation of information needed to make business decisions and achieve their strategic goals. It is determined that the information support of strategic management at the enterprise should be considered at the following levels: physical, organizational, analytical, communicative, process and hierarchical. The equality of information flows is the basis of the concept of information support of strategic management in the enterprise which includes a number of management actions from awareness of information needs to decision-making in the field of strategic management in the enterprise.*

*The proposed concept of information support of strategic management at the enterprise will contribute to the achievement of management goals only when it is effectively integrated with the communication strategy of the enterprise. The substantiated conceptual approach to construction of system of the strategic information in unity with communication strategy of the enterprise allows to provide: unity of system of the strategic information for needs of formation of a strategic set of the enterprise; consistency of communication information flows with the strategic goals of the enterprise; hierarchy of access to strategic information within internal communication flows, and hence — communication security; flexibility of communication strategy and management system; formation of a single communication space at the enterprise, which greatly facilitates the exchange of information between different hierarchical levels of the enterprise and different parts of organizational design.*

**Key words:** *strategic management, strategic information, information flows, communications, communication strategy*

*Надійшла до редакції 29.04.2021*

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-77-83

JEL: M18, O18

УДК 330.34

**Хаврова К. С.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

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

**Кореніцина Т. В.,**  
канд. екон. наук  
**Гришук О. А.,**  
асистент

e-mail: grishuk@donnuet.edu.ua

### ЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЩОДО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

UDC 330.34

**Khavrova K. S.,**  
**Grand PhD**  
**in Economic sciences,**  
**Associate Professor**

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: havrova@donnuet.edu.ua

**Korenicina T. V.,**  
**PhD in Economic sciences**  
**Grishuk O. A.,**  
**Assistant Professor**

e-mail: grishuk@donnuet.edu.ua

### THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP REGARDING THE DEVELOPMENT OF THE REGION

***Мета.** Метою представленого дослідження є обґрунтування значення підприємництва для розвитку регіону (Донецька область) та визначення основних напрямів сприяння розвитку підприємництва.*

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

***Результати.** В процесі дослідження змісту терміну «підприємництво» зроблено висновок про неоднозначність економічної, соціальної, фінансової ролі підприємницької діяльності в ринковій економіці, а також про відкритість підприємництва як системи господарювання.*

*Виокремлено та надано характеристику етапам розвитку підприємництва, що дозволило зробити висновок про відсутність єдиної загальноприйнятої концепції (теорії) підприємництва та виділити найбільш важливі моменти, що характеризують підприємництво: ризиковий, ініціативний вид діяльності, пов'язаний з нововведеннями, який переслідує мету — отримання прибутку.*

*Досліджено питання оцінки умов ведення підприємницької діяльності в Донецькому регіоні. Відзначено позитивну тенденцію щодо зростання кількості суб'єктів підприємництва протягом 2016–2020 рр.. Визначено проблеми і стримуючі чинники розвитку малого і середнього підприємництва, до яких віднесено: недовіра представників бізнесу ініціативам влади; недостатня купівельна спроможність населення; економічна криза; збереження адміністративних бар'єрів; недостатньо розвинута інфраструктура підтримки малого і середнього підприємництва; брак кваліфікованих трудових ресурсів; карантинні заходи, запроваджені у зв'язку з епідемією COVID-19; тощо.*

*Обґрунтовано велике значення взаємодія підприємницьких формувань з державними та місцевими органами влади, громадськими організаціями, механізм співпраці яких передбачає максимально ефективно і раціонально використання ресурсів окремого напрямку для стимулювання підприємницької активності. В результаті чого було запропоновано основні напрями розвитку підприємництва, до яких віднесено: створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва; підсилення конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу підприємництва; популяризація підприємницької культури та розвиток підприємницьких навичок.*

*Ключові слова: підприємництво, розвиток, регіон, держава, підприємницька активність.*

**Постановка проблеми.** Одним з локомотивів у стратегічному зростанні держави є розвиток підприємництва. Протягом останніх років в Україні активізуються та нарощуються кількісні і якісні параметри підприємницької діяльності. Але нестабільність соціально-економічної ситуації в деяких регіонах значною мірою стримує поширення підприємницьких структур, обмежує можливості формування та реалізації їх економічного потенціалу. За таких обставин необхідно узагальнити теоретичні підходи і вдосконалити напрямки розвитку підприємництва в регіональних умовах.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** За останні роки було опубліковано чимало статей, збірників і монографій, де розглядалися проблеми становлення і розвитку підприємництва. У числі авторів відповідних помітних публікацій останніх років можна назвати наступних: О. Амосова, Б. Купчака, С. Коробки, С. Мочерний, В. Сизоненко та багато інших. Гідно оцінюючи їх внесок у вирішення досліджуваної проблеми і не заперечуючи правомірності отриманих результатів, слід зазначити, що окремі аспекти процесу розвитку підприємництва в регіонах вимагають доопрацювання і вдосконалення.

**Мета статті.** Метою представленого дослідження є обґрунтування значення підприємництва для розвитку регіону (Донецька область) та визначення основних напрямів сприяння розвитку підприємництва.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одна зі складових розвитку регіону — це розвиток підприємництва. Підприємництво дозволяє вирішувати проблеми з безробіттям, поповнює бюджети різних рівнів, розвиває галузеву економіку, а також відбивається на соціальному розвитку регіонів. На нашу думку, обґрунтування значення підприємництва щодо розвитку регіонів неможливо без узагальнення існуючих наукових положень щодо трактування сутності підприємництва в залежності від етапів його розвитку.

У процесі дослідження науковій літературі визначено, що однозначного визначення сутності підприємництва немає.

Вперше найбільш повне визначення сутності поняття підприємництва у вітчизняній практиці було сформульовано в законі України «Про підприємництво» в якому відзна-

чалось, що підприємництво «безпосередня, самостійна, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством» [6].

На думку О. Амосова та М. Латиніна підприємництво слід розглядати «як самостійну, творчу та ініціативну діяльність, пов'язану з генерацією і освоєнням новаторських ідей, оволодінням перспективними факторами розвитку, здійсненням нових комбінацій факторів виробництва і обігу, розробкою якісно нових технологій і товарів, пошуком прибуткових сфер вкладення інвестицій і способів кращого задоволення попиту споживачів» [1].

Б. Купчак розглядає підприємництво як економічну категорію, що «відображає взаємини між його суб'єктами з приводу виробництва, розподілу і привласнення благ та послуг; як тип економічного мислення суть підприємництва зводиться до ініціативної, новаторської, самостійної діяльності; як метод господарювання підприємництво передбачає найбільш повне та ефективне використання факторів виробництва і прагнення реалізувати свої творчі здібності» [3].

В. О. Сизоненко підприємництвом називає «розвиток інновативної ідеї в процесі самоорганізації та саморозвитку підприємства у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем його функціонування» [8].

Інші вчені пропонують розглядати підприємництво, як «самостійну ініціативну діяльність, спрямовану на одержання прибутку» [4].

Таким чином, можна з упевненістю стверджувати, що різні думки щодо тлумачення змісту терміну «підприємництво» свідчать не тільки про неоднозначність економічної, соціальної, фінансової ролі підприємницької діяльності в ринковій економіці, але і про відкритість підприємництва як системи господарювання.

Розвиток підприємництва проходив у чотири етапи, характеристика яких представлена на рис. 1.

Розглянуті етапи розвитку підприємництва дозволяють зробити висновок про від-

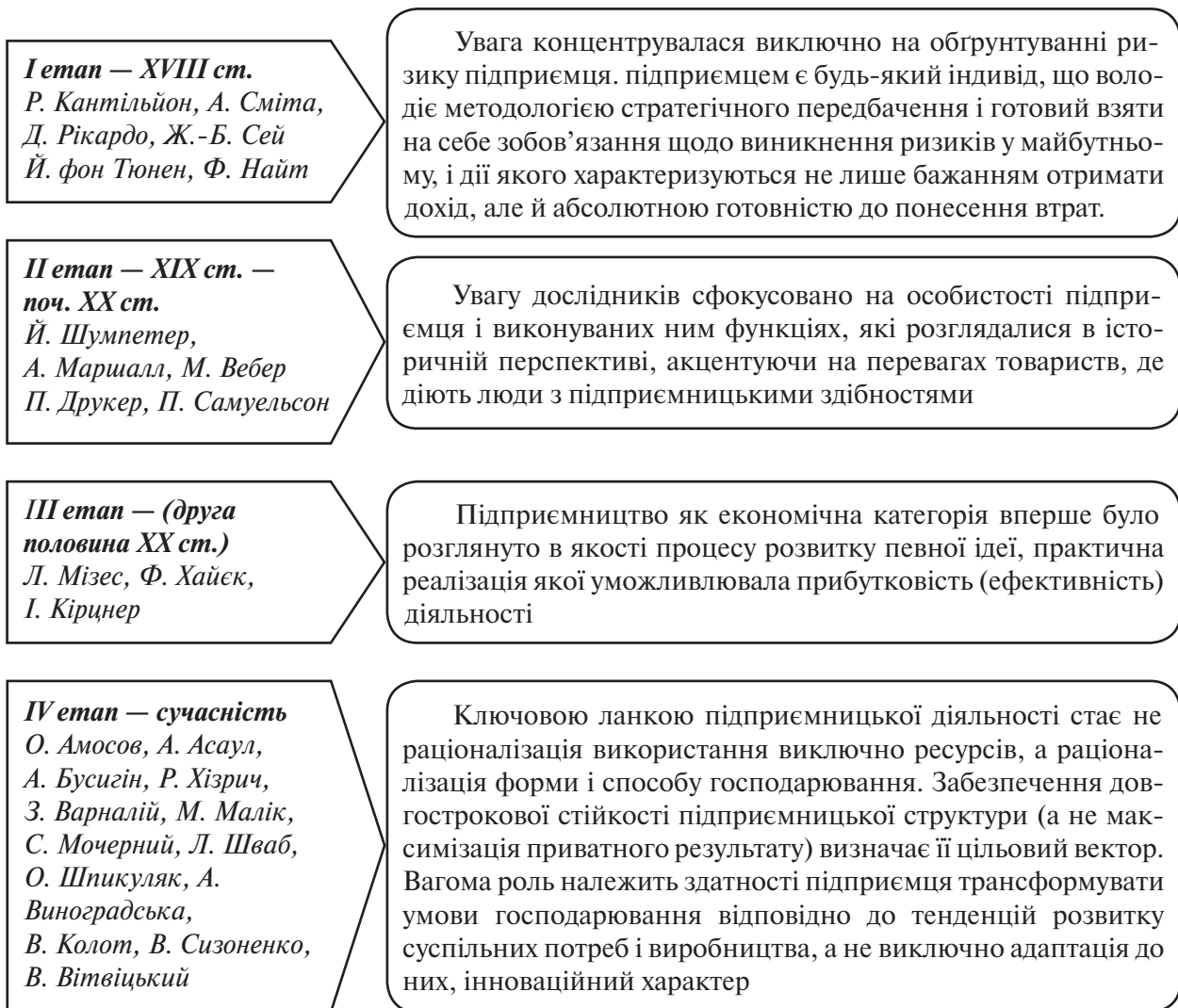


Рис. 1. Етапи розвитку підприємництва (складено авторами за [1–5])

сутність єдиної загальноприйнятої концепції (теорії) підприємництва. Але, тим не менш, можна виділити найбільш важливі моменти, що характеризують підприємництво: ризиковий, ініціативний вид діяльності, пов'язаний з нововведеннями, який переслідує мету — отримання прибутку.

Подальшим обґрунтування значення підприємництва щодо розвитку регіону є дослідження питання оцінки стану розвитку підприємництва в регіоні.

Одним з регіонів, в якому існує базовий набір підприємницьких структур, є Донецький регіон. Оцінка рівня підприємницької активності в Донецькому регіоні дало змогу відзначити позитивну тенденцію щодо зростання кількості суб'єктів підприємництва протягом 2016–2020 рр. на 19,2 %. Поряд із кількісними змінами, мають місце і якісні, пов'язані зі збільшенням у загальній структурі частки підприємців-фізичних осіб, яких

у 2020 році склало 81743 одиниць, а це 89,4 % від загальної кількості суб'єктів господарювання [10].

Аналіз підприємництва по видах економічної діяльності дав змогу зробити висновок, що значне зростання підприємців відбулося у таких сферах, як: освіта — на 131 %; охорона здоров'я — 144 %; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок — на 119 %; харчування — на 35 %; інформація і телекомунікації — на 374 % [10].

Також одним з показників який дає змогу стверджувати про розвиток підприємництва, а відтак і розвиток регіону, є розмір заробітної плати.

Аналіз середньомісячної заробітної плати виявив позитивну динаміку: зростання у 2020 році на 7,9 % до попереднього року.

Проведене дослідження розвитку підприємництва на регіональному рівні виявило основні проблеми і стримуючі чинники розвитку підприємництва, до яких віднесено:



- відсутність/недостатність стартового капіталу/коштів для розвитку бізнесу;
- нестабільна ситуація, пов'язана із проведеним Операції Об'єднаних Сил;
- світова криза, пов'язана з пандемією;
- нестабільність фінансової системи;
- відсутність ефективних механізмів фінансово-кредитної підтримки;
- низька активність суб'єктів підприємництва щодо впровадження інновацій;
- недофінансування програм;
- недосконалість чинної нормативно-правової бази;
- конкуренція та монополістичні порушення;
- недостатній діалог влади та бізнесу. [7]

Серед інших проблем були визначені наступні:

- недовіра представників бізнесу ініціативам влади;
- недостатня купівельна спроможність населення;
- економічна криза;
- збереження адміністративних бар'єрів;
- недостатньо розвинута інфраструктура підтримки малого і середнього підприємства;
- брак кваліфікованих трудових ресурсів;
- карантинні заходи, запроваджені у зв'язку з епідемією COVID-19. [7]

До перелічених проблем, треба додати: нерозвиненість інноваційної і інвестиційної інфраструктури підтримки бізнесу, обмеженість доступу та висока вартість кредитних ресурсів для суб'єктів малого і середнього підприємства, нестача внутрішніх фінансових ресурсів для розвитку бізнесу, відсутність/недостатність комунікацій між приватними інвесторами та органами місцевого самоврядування (велика кількість посередників).

Ефективне вирішення проблем, з якими стикається підприємництво регіону, можливе лише при застосуванні комплексного підходу, налагодження ефективної співпраці влади, бізнесу, громадських інституцій. Прикладом такого поєднання можна навести створений Маріупольським міським центром підтримки та розвитку малого та середнього бізнесу Продовольчий кластер, метою якого є надання сервісних бізнес послуг, залучення ресурсів, створення комунікаційного майданчику підприємців, розширення числа партнерів. У планах кластеру допомагати під-

приємцям розвиватися. Зокрема, в онлайн-продажах, офлайн-продажах, у створенні дистриб'юторської мережі «крокової доступності» та тощо.

Отже, основними заходами щодо усунення адміністративних бар'єрів у діяльності суб'єктів підприємництва є створення механізмів представлення інтересів активних підприємців на регіональному та місцевому рівнях, в т. ч. через саморегульовані професійні асоціації; забезпечення відкритого доступу суб'єктів підприємництва до інформації про підготовку до прийняття нормативно-правових актів.

Таким чином, велике значення має узгоджена взаємодія підприємницьких формувань з державними та місцевими органами влади, громадськими організаціями, механізм співпраці яких передбачає максимально ефективне і раціональне використання ресурсів окремого напрямку для стимулювання підприємницької активності.

**Висновки.** Результати проведеного дослідження середовища підприємництва та динаміки розвитку підприємницької діяльності в Донецькій області показали, що в останні роки спостерігається тенденція зростання обороту підприємців та обсягів їх інвестиційних вкладень в основний капітал, що пояснюється зростанням фінансової результативності їх діяльності.

Моніторинг стану підприємницького середовища дозволило виявити основні проблеми і стримуючі чинники які перешкоджають розвитку підприємницької діяльності, а також запропонувати основні напрями, які сприяють розвитку підприємництва (рис. 2).

Вважаємо, що активізація підприємницької діяльності є провідним фактором зростання якості життя населення регіону. За рахунок підтримки підприємництва на рівні держави і регіону можливо не тільки підвищення, але досягнення нової якості життя населення.

#### Список літератури

1. Амосов О. Ю., Латинін М. А. Економіка підприємства: навчальний посібник для самої вивчення дисципліни. К. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2008. 168 с.
2. Виноградська А. М. Комерційне підприємство: сучасний стан, стратегії розвитку: монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 807 с.

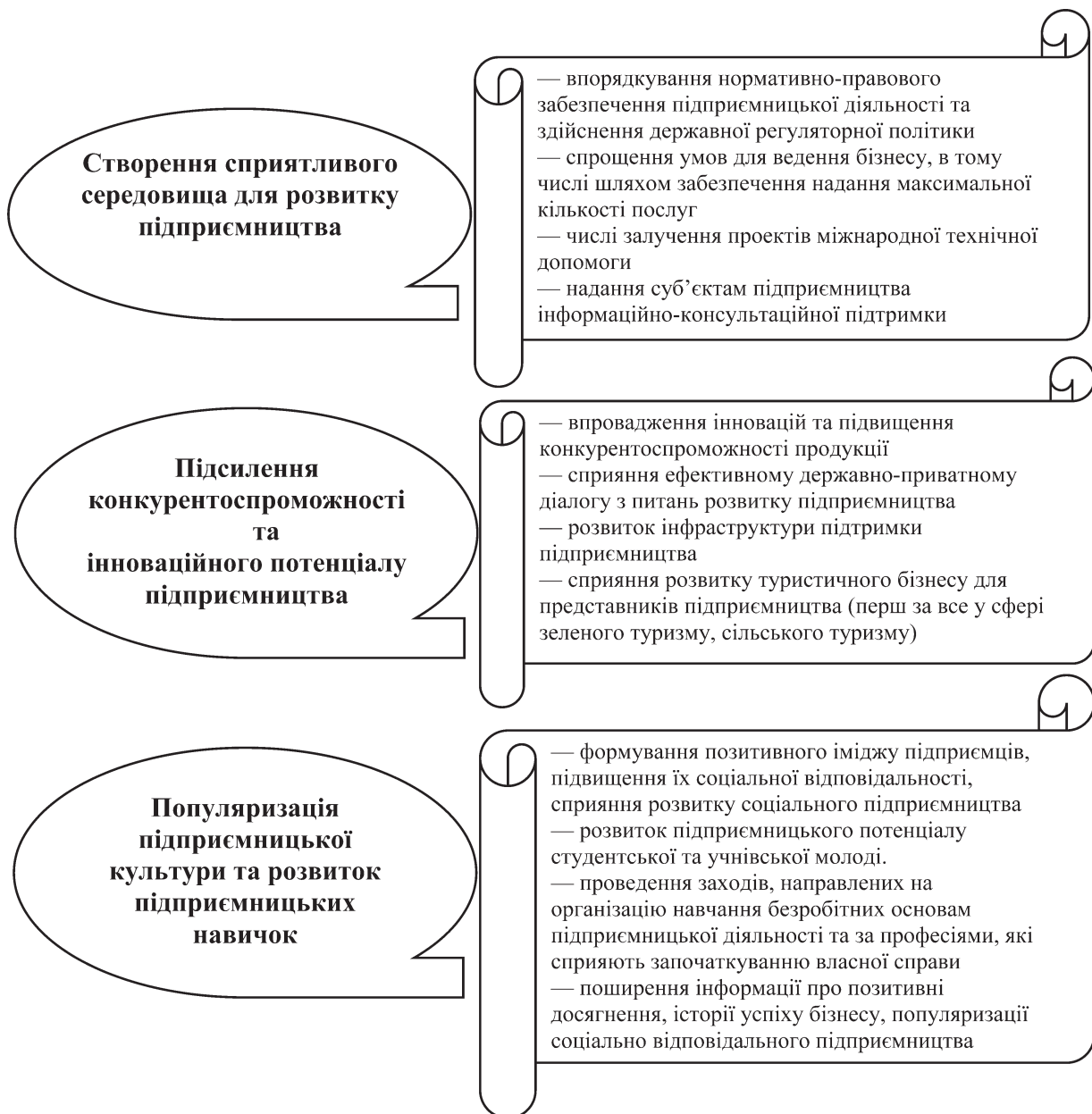


Рис. 2. Основні напрямки сприяння розвитку підприємництва (складено авторами на основі [3–7])

3. Купчак Б. Ф. Підприємництво: суть та умови здійснення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21.2. С. 243–249.

4. Лещик І., Пиріг Г. Аграрне підприємство як об'єкт управління та виробничо-господарської діяльності. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 3 (32). С. 87–93.

5. Мельник А. О. Підприємництво на національному та регіональних ринках послуг України: сучасні тенденції та фактори розвитку. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. Вип. 1. С. 7–21

6. Про підприємництво : Закон України № 698-12 від 07.02.1991. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/698-12> (дата звернення: 20.04.2021).

7. Регіональна програма розвитку малого і середнього підприємництва в Донецькій області на 2019–2020 роки. URL : <https://dn.gov.ua/storage/app/sites/1/NewsODA/11.03.19/Economy/Rozporyadzennya-120.pdf> (дата звернення: 20.04.2021).

8. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження. *Економіка України*. 2002. № 9. С. 45–51.

9. Терещенко В. Л. Сутність підприємництва та тенденції його розвитку в Україні. *Економіка і регіон*. 2009. №1. С. 52–55.

10. Офіційний сайт Головного управління статистики у Донецькій області. URL : <http://donetskstat.gov.ua/statinform1/index.php> (дата звернення: 20.04.2021).

## References

1. Amosov, O. Yu., Latynin, M. A. (2008). *Ekonomika pidpryyemstva: navchalnyy posibnyk dlya samost.vyvchennya dystsypliny* [Economics of the enterprise: a textbook for self-study of the discipline]. Kyi,: Vyd-vo KharRI NADU “Mahistr” Publ., 168 p. (in Ukrainian).
2. Vynohradka, A. M. (2004). *Komertsiyne pidpryyemnytstvo: suchasnyy stan, stratehiyi rozvytku* [Commercial entrepreneurship: current status, development strategies]. Kyiv, Tsentri navchalnoyi literatury Publ., 807 p. (in Ukrainian).
3. Kupchak, B. F. (2011). *Pidpryyemnytstvo: sut ta umovy zdiysnennya* [Entrepreneurship: the essence and conditions of implementation]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Bulletin of NLTU of Ukraine], no. 21.2, pp. 243–249. (in Ukrainian).
4. Leshchik, I., Pyrih, H. (2011). *Ahrarne pidpryyemstvo yak obyekti upravlinnya ta vyrobnycho-hospodarskoyi diyalnosti* [Agricultural enterprise as an object of management and production and economic activity]. *Halytskyy ekonomichnyy visnyk* [Galician Economic Bulletin], no. 3 (32), pp. 87–93 (in Ukrainian).
5. Melnyk, A. O. (2016). *Pidpryyemnytstvo na natsionalnomu ta rehionalnykh rynkakh posluh Ukrayiny: suchasni tendentsiyi ta faktory rozvytku* [Entrepreneurship in the national and regional markets of services of Ukraine: current trends and factors of development]. *Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu* [Bulletin of Ternopil National Economic University], no. 1, pp. 7–21 (in Ukrainian).
6. *Pro pidpryyemnytstvo: Zakon Ukrayiny № 698-12 vid 07.02.1991* [On Entrepreneurship: Law of Ukraine № 698-12 of February 7, 1991]. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/698-12>. (Accessed 20 April 2021).
7. *Rehionalna prohrama rozvytku maloho i serednoho pidpryyemnytstva v Donetskiy oblasti na 2019–2020 roky* [Regional program for the development of small and medium enterprises in the Donetsk region for 2019–2020]. Available at: <https://dn.gov.ua/storage/app/sites/1/NewsODA/11.03.19/Economy/Rozporyadzennya-120.pdf> (Accessed 20 April 2021).
8. Syzonenko, V. (2002). *Teoriya pidpryyemnytstva: zdobutky i problemy doslidzhennya* [Theory of entrepreneurship: achievements and research problems]. *Ekonomika Ukrayiny* [Economy of Ukraine], no. 9, pp. 45–51 (in Ukrainian).
9. Tereshchenko, V. L. (2009). *Sutnist pidpryyemnytstva ta tendentsiyi yoho rozvytku v Ukraini* [The essence of entrepreneurship and trends in its development in Ukraine]. *Ekonomika i rehion* [Economy and region], no. 1, pp. 52–55 (in Ukrainian).
10. *Ofitsiyniy sait Holovnoho upravlinnya statystyky u Donetskiy oblasti* [Official site of Main Department of Statistics in Donetsk region]. Available at: <http://donetskstat.gov.ua/statinform1/index.php>. (Accessed 20 April 2021).

**Objective.** *The objective of the presented article is to substantiate the importance of entrepreneurship for the development of the region (Donetsk region) and determine the main directions for promoting the development of entrepreneurship.*

**Methods.** *While carrying out the research, a complex of general scientific methods are used, such as generalization, comparison, construction and analysis of time series of data, structural and functional analysis.*

**Results.** *In the process of studying the content of the term “entrepreneurship”, it was concluded that the economic, social, financial role of entrepreneurial activity in a market economy is ambiguous, as well as the openness of entrepreneurship as a system of management.*

*The stages of entrepreneurship development are highlighted and characterized. This makes it possible to conclude that there is no single generally accepted concept (theory) of entrepreneurship and highlight the most important points characterizing entrepreneurship: a risky, proactive type of activity associated with innovations, which pursues the goal of making a profit.*

*The issue of assessing the conditions for doing business in the Donetsk region has been investigated. A positive trend in the growth of the number of business entities during 2016–2020 was noted. Problems and constraints in the development of small and medium-sized businesses were identified, which include: distrust of business representatives to government initiatives; insufficient purchasing power of the population; economic crisis; preservation of administrative barriers; insufficiently developed infrastructure for supporting small and medium-sized businesses; lack of qualified labor resources; quarantine measures introduced in connection with the COVID-19 epidemic; the like.*

*Effective solution of the problems faced by entrepreneurship in the region is possible only with the application of an integrated approach, the establishment of effective cooperation between government, business*

and public institutions. An example of such a combination is the Food Cluster created by the Mariupol City Center for Support and Development of Small and Medium Business, the purpose of which is to provide service business services, attract resources, create a communication platform for entrepreneurs, expand the number of partners. The cluster plans to help entrepreneurs develop. In particular, in online sales, offline sales, in the creation of a distribution network “step by step” and so on.

The great importance of interaction of entrepreneurial formations with state and local authorities, public organizations is justified, the mechanism of cooperation of which provides for the most efficient and rational use of resources of a particular direction to stimulate entrepreneurial activity. As a result, the main directions of entrepreneurship development were proposed, which include: creating a favorable environment for the development of entrepreneurship; strengthening the competitiveness and innovative potential of entrepreneurship; promoting an entrepreneurial culture and developing entrepreneurial skills.

**Key words:** entrepreneurship, development, region, state, entrepreneurial activity

*Надійшла до редакції 27.04.2021*



**ФІНАНСИ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ І АУДИТ**

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-84-90

JEL: M40

УДК 657: 339.187.6

**Шевченко Л. Я.,**  
канд. екон. наук,  
доцентДонецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського  
Кривий Ріг, Україна  
e-mail: shevchenko@donnuet.edu.ua**Гейер Е. С.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: geyer@donnuet.edu.ua

**Шендригоренко М. Т.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

**Ємельянова О. А.,**  
асистент

e-mail: yemelyanova@donnuet.edu.ua

**ЛІЗИНГОВІ ОПЕРАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ**

UDC 657: 339.187.6

**Shevchenko L. Ya.,**  
PhD in Economic sciences,  
Associate ProfessorMykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine  
e-mail: shevchenko@donnuet.edu.ua**Geyer E. S.,**  
Grand PhD  
in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: geyer@donnuet.edu.ua

**Shendryhorenko M. T.,**  
PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

**Yemelyanova O. A.,**  
Assistant Professor

e-mail: yemelyanova@donnuet.edu.ua

**LEASING OPERATIONS: CURRENT ISSUES OF ACCOUNTING AND ITS IMPROVEMENT**

*Мета.* Метою статті є вирішення актуальних питань системи обліку лізингових операцій та їх удосконалення.

*Методи.* Методологічною основою дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, що базуються на системно-структурному підході щодо вивчення проблематики обліку лізингових операцій, фінансової звітності та організації ефективної системи, спрямованої на інвестування власних чи залучених фінансових коштів на підприємствах, які здійснюють господарську діяльність. Методи конкретизації, аналіз, синтез використано при визначенні сутності лізингових операцій, їх класифікації. Для наочного представлення даних щодо класифікації лізингових операцій підприємства використано графічний метод.

*Результати.* За результатом дослідження економічних джерел інформації конкретизовано погляди науковців щодо сутності понять «лізинг» та «оренда». Лізингова діяльність сприяє прискоренню темпів оновлення та модернізації основних засобів підприємства, покращенню інвестиційного клімату, орієнтації на міжнародний та національний досвід. У статті проаналізовано упорядкованість в понятійному апараті теорії і практики лізингової діяльності, виокремлено ознаки класифікації лізингових операцій, конкретизовано спільні риси та відмінності лізингу та оренди.

© Л. Я. Шевченко, Е. С. Гейер, М. Т. Шендригоренко, О. А. Ємельянова, 2021

*Систематизовано конкретні питання щодо ролі лізингової діяльності у розвитку економіки України. Розвиток лізингу є результатом економічного зростання економіки країни, розвитку науково-технічного прогресу. В Україні лізинг є вигідним як для суб'єктів, що надають лізингові послуги, так і для користувачів таких послуг. Розкрито актуальні питання щодо підвищення ефективності обліку лізингових операцій. У статті досліджено сучасний стан обліку лізингової діяльності, дано критичну оцінку, розглянуто порядок документального оформлення лізингових операцій та відображення в обліковій політиці елементів обліку лізингових операцій. Систематизовано актуальні питання щодо підвищення ефективності обліку лізингових операцій. Розкрито порядок обліку лізингових операцій в умовах застосування комп'ютерних технологій, а саме програмного продукту «BAS Бухгалтерія», як одного із шляхів удосконалення обліку лізингових операцій. Практичне використання результатів проведеного дослідження дозволить підвищити оперативність та достовірність обліку лізингових операцій.*

**Ключові слова:** оренда, лізинг, лізингові операції, лізингодавець, лізингоодержувач, лізингові платежі.

**Постановка проблеми.** Наявність лізингових операцій, їх обсяг давно є характерною рисою економіки розвинутих країн та одним із основних джерел їх інвестиційної діяльності.

В Україні ринок послуг з фінансового лізингу не достатньо розвинений, тому дослідження проблем обліку лізингових операцій є актуальним і має важливе значення для подальшого економічного розвитку нашої країни. Досвід розвинутих країн свідчить про те, що від рівня розвитку лізингової діяльності залежить інвестиційний клімат країни, її економічна стабільність, вихід на більш розвинутий рівень економіки, що є необхідним для встановлення економічного взаємозв'язку з країнами ЄС.

Якісне управління господарськими процесами, які відбуваються при здійсненні лізингової діяльності в Україні залежить насамперед від достовірної інформації про її економічний стан. Головним джерелом такої інформації є система бухгалтерського обліку, яка служить основою проведення аналізу та аудиту лізингової діяльності.

Одним із актуальних питань та причин неактивності ринку лізингових операцій є проблеми обліку лізингових операцій. До сьогодняшнього дня в економічній літературі немає єдиного трактування поняття лізингу, відсутня чітка класифікація його видів, є розбіжності у застосуванні форм платежів. В бухгалтерському обліку майже відсутня, при таманна обліку лізингових операцій, первинна документація, на сьогодняшній день для обліку лізингових операцій використовуються первинні документи з обліку основних засобів. Питання лізингової діяльності

в Україні законодавчо не врегульовано, що приводить до додаткових проблем при укладанні договору лізингу.

Необхідно систематизувати перелік актуальних питань щодо підвищення ефективності обліку операцій лізингової діяльності:

1) законодавчо правильне трактування поняття «лізинг»;

2) визначення єдиних ознак класифікації лізингових операцій, форм платежів;

3) удосконалення структури та суті первинних документів щодо обліку наявності та руху об'єктів обліку лізингових операцій;

4) удосконалення обліку, аналізу та аудиту лізингових операцій в умовах застосування комп'ютерних технологій, а саме програмного продукту «BAS Бухгалтерія».

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемні питання обліку лізингових операцій досліджували як зарубіжні, так і вітчизняні науковці: Р. Капроні [1], М. Волкова [2], О. Кунченко [2], Н. Гура, В. Горемікін, М. Дем'яненко, С. Кисіль, Г. Коблянська, С. Майерс, М. Макаренко [3], Л. Прилуцький, Н. Рязанова, П. Саблук, Н. Слав'янська, А. Смагуло [4], Я. Усенко, В. Швець [5] та інші.

Відаючи належне значення доробкам науковців, доцільно зазначити, що у вітчизняних наукових напрацюваннях теоретичні засади та практичні навички обліку лізингових операцій не розглянуті. На думку А. Смагуло, «лізинг — це комплекс економічних відносин, пов'язаних головним чином з купівлею-продажем, орендою, кредитом і юридично оформлених відповідними договорами, коли лізингодавець за рахунок власних і залучених коштів набуває у продавця інвестиційні та споживчі товари тривалого користування та

надає їх за певну плату в тимчасове володіння і користування лізингоодержувачу на строк понад одного року (з опціоном і без опціону по закінченні терміну контракту)» [4].

Не можемо не погодитись з думкою І. І. Д'яконової, М. І. Макаренка, Ф. О. Журавки «лізингова операція є специфічною формою фінансування вкладень в основні фонди при посередництві спеціалізованої (лізингової) компанії, яка купує майно для третіх осіб та передає його в довгострокову оренду» [3].

Отже, актуальні питання обліку та методико-аналітичне забезпечення операцій лізингової діяльності потребують уточнення і подальшого наукового дослідження.

**Мета статті.** Метою статті є вирішення актуальних питань системи обліку лізингових операцій та їх удосконалення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Порівнюючи рівень розвитку ліцензійної діяльності у зарубіжних країнах та в Україні, розуміємо, що підприємствам України дуже складно функціонувати без застосування лізингових операцій, тим самим без належного інвестиційного стимулу. Відсоток лізингових послуг в Україні у загальній масі інвестицій в рази менший, ніж у таких розвинутих країнах як Німеччина, Франція та інші.

Одною із проблем лізингової діяльності в Україні є недосконала законодавча база щодо визначення сутності лізингу, ототожнюються поняття лізингу та оренди.

В обліковому понятті, лізингові операції не підтверджені специфічними первинними документами, їх просто не існує, тобто облікові записи щодо лізингових операцій не мають юридичної сили.

Аналізуючи сутність лізингу, ми бачимо, що оренда, з однієї сторони, є складовою лізингу, а з другої сторони, вона поєднує в собі ознаки процесу кредитування. Лізинг більш

складніша форма відносин в лізинговій діяльності.

Оренда — це «...договір, відповідно до якого орендодавець передає орендареві право користування активом на визначених умовах оплати та строку користування» [5].

Лізинг — це «форма довгострокової фінансової оренди, пов'язана з передачею в користування рухомого і нерухомого майна» [5].

Вітчизняне законодавство трактує, що «залежно від особливостей здійснення лізингових операцій лізинг може бути двох видів — фінансовий та оперативний. За формою здійснення лізинг може бути зворотним, пайовим, міжнародним тощо» [6].

Фінансовий лізинг — це «договір лізингу, в результаті укладання якого лізингоодержувач на своє замовлення отримує в платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, не менший за той за який амортизується 60 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладання договору» [6].

Оперативний лізинг — це «договір лізингу, в результаті укладання якого лізингоодержувач на своє замовлення отримує у платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на термін, менший за той, за який амортизується 90 відсотків вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладання договору» (рис. 1) [7].

Виходячи із трактування статей 1 та 2 Закону України «Про фінансовий лізинг» від 16.12.1997 р. (зі змінами та доповненнями) «фінансовий лізинг — це вид цивільно-правових відносин, що виникають із договору фінансового лізингу, за яким лізингодавець зобов'язується набути у власність річ у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов і передати її у користування лізингоодержувачу на визначений строк не менше одного року за встановлену плату (лізингові платежі)» [7].



Рис. 1. Класифікація видів лізингу (розроблено авторами)

В березні 2021 року прийнято Закон України «Про фінансовий лізинг» в новій редакції, який діятиме з 13 червня 2021 року. Він визначає загальні правові та організаційні засади фінансового лізингу в Україні відповідно до міжнародно-правових стандартів у цій сфері. На цей Закон покладається вся надія в розв'язанні проблемних питань в лізинговій діяльності.

Відповідно до цього Закону дано визначення фінансового лізингу, а саме: «фінансовий лізинг — вид правових відносин, за якими лізингодавець зобов'язується відповідно до договору фінансового лізингу на строк та за плату, визначені таким договором, передати лізингоодержувачу у володіння та користування як об'єкт фінансового лізингу майно, що належить лізингодавцю на праві власності та було набуто ним без попередньої домовленості із лізингоодержувачем, або майно, спеціально придбане лізингодавцем у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов, і передбачає наявність хоча б однієї з ознак фінансового лізингу, встановленого цим Законом» [8].

«Метою цього Закону є забезпечення захисту прав та законних інтересів лізингоодержувачів, лізингодавців, створення належного конкурентного середовища у сфері фінансового лізингу, гармонізація законодавства України із законодавством Європейського Союзу та міжнародними стандартами, забезпечення сприятливих умов для розвитку економіки України» [8].

«Згідно із Законом, відносини між лізингодавцем та лізингоодержувачем, що виникають на підставі договору фінансового лізингу, регулюються положеннями Цивільного кодексу, Господарського кодексу з урахуванням особливостей, встановлених законами України з питань регулювання діяльності з надання фінансових послуг, цим Законом та іншими законами України, а також прийнятими на їх виконання нормативно-правовими актами» [8].

Державне регулювання та нагляд на ринку фінансового лізингу здійснює Національний банк України відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», цього Закону та інших законодавчих актів.

Цим Законом конкретизовано ознаки фінансового лізингу, а саме згідно із Законом,

«лізинг вважається фінансовим, якщо до лізингоодержувача переходять усі ризики та винагороди (вигоди) щодо користування та володіння об'єктом фінансового лізингу та виконується хоча б одна з таких ознак (умов):

— об'єкт фінансового лізингу передається на строк, протягом якого амортизується не менш як 75 відсотків його первісної вартості, а лізингоодержувач зобов'язаний на підставі договору фінансового лізингу, або іншого договору, визначеного договором фінансового лізингу, протягом строку дії договору фінансового лізингу придбати об'єкт фінансового лізингу з подальшим переходом права власності від лізингодавця до лізингоодержувача за ціною та на умовах, передбачених таким договором фінансового лізингу або іншим договором, визначеним договором фінансового лізингу;

— сума лізингових платежів на момент укладення договору фінансового лізингу дорівнює первісній вартості об'єкта фінансового лізингу або перевищує її;

— балансова (залишкова) вартість об'єкта фінансового лізингу на момент закінчення строку дії договору фінансового лізингу, передбаченого таким договором, становить не більш як 25 відсотків первісної вартості (ціни) такого об'єкта фінансового лізингу станом на початок строку дії договору фінансового лізингу тощо» [8].

Законом також визначено об'єкти фінансового лізингу. «Об'єктом фінансового лізингу може бути майно, визначене індивідуальними ознаками та відповідає критеріям основних засобів відповідно до законодавства, не заборонене законом до вільного обігу на ринку і щодо якого законом не встановлено обмежень про передачу його в лізинг» [8].

Багато уваги в Законі надано процесу укладання договорів фінансового лізингу. Договір фінансового лізингу повинен відповідати вимогам статті 6 Закону «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [9], статті 18 Закону «Про захист прав споживачів» та Закону «Про фінансовий лізинг» [8], де відображено основні вимоги до його складання, як юридичного документу.

Але проблеми обліку, залишаються не врегульованими і цим Законом. Законодавцями не звернено увагу на відображення в обліку лізингових операцій та їх документування. Не



існує ні одного первинного документу, який би відображав рух об'єктів лізингу, нарахування амортизації, розрахункові платіжні операції. Для відображення в обліку лізингових операцій використовують форми обліку основних засобів. А це унеможлиблює ідентифікацію облікового процесу лізингових операцій, ставить під сумнів «правомірність» його існування. Адже в цих формах обліку відсутня інформація про лізингові операції, що приводить до недостовірності облікової інформації.

Удосконаленням обліку лізингових операцій може бути впровадження окремої форми обліку об'єктів лізингу, де б відображалась інформація, яка відсутня у формі ОЗ-1 (Акт приймання — передачі основних засобів), назва лізингодавця, термін дії договору лізингу, дата надходження і вибуття об'єкту лізингу, строки перерахування лізингових платежів, метод їх нарахування та інші.

Для обліку об'єктів лізингу (основних засобів) пропонуємо ввести субрахунок 118 «Необоротні активи в лізингу» до балансового рахунку 11 «Інші необоротні матеріальні активи».

BAS Бухгалтерія — новий іновативний, програмний продукт, призначений для автоматизації обліку на підприємстві. В даній програмі належним чином виокремлюється облік лізингових операцій, розглядається окремо лізинг отриманий і виданий.

Використання підприємством програми BAS Бухгалтерія є одним із шляхів мобільного, достовірного ведення обліку, коректного оформлення первинних документів лізингової діяльності підприємства.

**Висновки.** Таким чином, лізингова діяльність підприємства вимагає, перш за все, достовірного відображення лізингових операцій в обліку, тобто удосконалення їх відображення в обліковому процесі.

Дослідження актуальних питань обліку лізингової діяльності, дозволило:

1) конкретизувати поняття лізингу з точки зору науковців та узагальнити загальні правові та організаційні засади фінансового лізингу в Україні відповідно до міжнародно-правових стандартів (Закон України «Про фінансовий лізинг» № 1201-ІХ від 13.03.2021 року);

2) систематизувати перелік основних актуальних питань щодо створення належних економічних умов облікового процесу лізингової діяльності на підприємствах України;

3) узагальнити процеси удосконалення обліку лізингових операцій шляхом конкретизації відображення їх в первинних документах обліку, що дасть можливість ідентифікувати об'єкти основних засобів придбаних за рахунок лізингу;

4) запропонувати субрахунок 118 «Необоротні активи в лізингу» до балансового рахунку 11 «Інші необоротні матеріальні активи», з метою простеження за рухом об'єктів лізингу та достовірності відображення їх в обліку;

5) запропонувати підприємствам використовувати програму BAS Бухгалтерія, яка є високотехнологічним рішенням проблемних питань ведення обліку лізингових операцій.

### Список літератури

1. Капроні Р., Кисіль С., Рязанова Н. та ін. Лізинг в Україні. К. : МФК, 2007. 142 с.
2. Волкова М. В., Кунченко О. В. Удосконалення обліку лізингових операцій на підприємствах України. URL: [http://www.rusnauka.com/15\\_APSN\\_2010/Economics/67475.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67475.doc.htm) (дата звернення: 15.03.2021).
3. Д'яконова І. І., Макаренко М. І., Журавка Ф. О. Міжнародні фінанси : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 548 с.
4. Смагулов А. Лізинг: теорія, практика, механізми регулювання і стимулювання (на матеріалах Республіки Казахстан) : автореферат дис. ... д-ра екон. наук : спец.08.00.05 : Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности), 08.00.10 Финансы, денежное обращение и кредит А. Смагулов. Алматы : Казахский экон. университет.
5. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку : підручник. 4-те вид., переробл. і доповн. Київ : Знання, 2015. 572 с.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», від 28.07.2000 р. № 181 (зі змінами та доповненнями). URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00> (дата звернення: 25.03.2021).
7. Про фінансовий лізинг: Закон України від 16.12.1997 р. № 723 редакція від 16.01.2004 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/723/97-вр> (дата звернення: 25.03.2021).
8. Про фінансовий лізинг : Закон України від 04.02.2021 № 1201-ІХ. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/view/T211201?an=1> (дата звернення: 25.04.2021).

9. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України від 12.07.2001 № 2664-III редакція від 06.02.2015. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2664-14> (дата звернення: 25.03.2021).

10. Онищук Я. В. Розвиток лізингу в Україні. *Фінанси України*. 2005. № 7. С. 106–113.

11. Смірнова О. Розвиток лізингового бізнесу в Україні: сучасний стан та можливості застосування іноземного досвіду. *Фінанси, облік і аудит*. 2014. Вип. 1 (23). С. 128–140.

12. Офіційний сайт Європейської федерації асоціацій лізингових компаній. URL : <http://www.leaseurope.org> (дата звернення: 18.05.2021).

### References

1. Kaproni, R., Kysil, S., Riazanova, N. & oth. (2007). *Lizynh v Ukraini* [Leasing in Ukraine]. 142 p.

2. Volkova, M. V. & Kunchenko, O. V. *Udoskonalennia obliku lizynhovyykh operatsii na pidpriemstvakh Ukrainy* [Improving the accounting of leasing operations at enterprises of Ukraine]. Available at : [http://www.rusnauka.com/15\\_APSN\\_2010/Economics/67475.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67475.doc.htm). (Accessed 15 March 2021).

3. Dyakonova, I. I., Makarenko, M. I. & Zhuravka, F. O. (2013). *Mizhnarodni finansy* [International Finance]. Kyiv, Tsentr Uchbovii Literaturny Publ, 548 p.

4. Smagulov, A. *Lizynh: teoriya, praktyka, mekhanizmy rehulyrovanyia y stymulyrovanyia (na materialakh Respublyky Kazakhstan)* [Leasing: theory, practice, mechanisms of regulation and stimulation (on the materials of the Republic of Kazakhstan)]. *Extended abstract of Grand PhD in*

*Economic sciences thesis*. Almaty, Kazakh Economic University.

5. Shvets, V. G. (2015). *Teoriia bukhhalterskoho obliku* [Accounting theory]. Kyiv, Znannia Publ., 572 p.

6. *Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 14 «Orenda»* [Regulation (standard) of accounting 14 “Rent” (28.07.2000 № 181)]. Available at : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>. (Accessed 25 March 2021).

7. Law of Ukraine “On financial leasing” (16.12.1997 № 723). Available at : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/723/97-вр>.

8. Law of Ukraine “On financial leasing” (04.02.2021 № 1201-IX), Available at : <https://ips.ligazakon.net/document/view/T211201?an=1> (Accessed 25 April 2021).

9. Law of Ukraine “On financial services and state regulation of financial services markets” (12.07.2001 № 2664-III; edition 06.02.2015). Available at : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>. (Accessed 25 March 2021).

10. Onishchuk, Ya. V. (2005). *Rozvytok lizynhu v Ukraini* [Leasing development in Ukraine]. *Finansy Ukrainy* [Finance of Ukraine], no. 7, pp. 106–113.

11. Smirnova, O. (2014). *Rozvytok lizynhovoho biznesu v Ukraini: suchasnyi stan ta mozhlyvosti zastosuvannia inozemnoho dosvidu* [Development of leasing business in Ukraine: current status and opportunities for foreign experience]. *Finansy, oblik i audyt* [Finance, Accounting and Auditing], vol. 1 (23), pp. 128–140.

12. *Ofitsiinyi sait Yevropeiskoi federatsii asotsiatsii lizynhovyykh kompanii* [Official site of the European Federation of Associations of Leasing Companies]. Available at : <http://www.leaseurope.org/> (Accessed 18 May 2021).

**Objective.** *The objective of the present article is to address current issues of the system of accounting for leasing transactions and their improvement.*

**Methods.** *The methodological basis of the study consists of general and special methods of cognition, based on a system-structural approach to the study of leasing accounting, financial reporting and organization of an effective system aimed at investing own or borrowed funds in enterprises engaged in economic activities. Methods of concretization, analysis, synthesis are used in determining the nature of leasing transactions, their classification. A graphical method has been used to visualize the data on the classification of leasing operations of the enterprise.*

**Results.** *As a result of the study of economic sources of information, the views of scientists on the essence of the concepts of «leasing» and «rent» are specified.*

*Leasing activities accelerate the pace of renewal and modernization of fixed assets of the enterprise, improve the investment climate, focus on international and national experience.*

*The article analyzes the order in the conceptual apparatus of the theory and practice of leasing activities, highlights the features of the classification of leasing transactions, specifies the common features and differences of leasing and rent.*

*Specific issues concerning the role of leasing activity in the development of Ukraine's economy are systematized. The development of leasing is the result of economic growth of the country's economy, the development of scientific and technological progress. In Ukraine, leasing is beneficial both for entities that provide leasing services and for users of such services. Topical issues of improving the efficiency of accounting for leasing transactions are revealed. The article examines the current state of accounting for leasing activities, gives a critical assessment, considers the procedure for documenting leasing transactions and reflection in the accounting policy of the elements of accounting for leasing transactions. Current issues of improving the efficiency of accounting for leasing transactions are systematized. The order of accounting of leasing operations in the conditions of application of computer technologies, namely the software product «BAS Accounting» as one of ways of improvement of the accounting of leasing operations is opened. The practical use of the results of the study will increase the efficiency and reliability of accounting for leasing transactions.*

**Key words:** *rent, leasing, leasing operations, lessor, lessee, leasing payments.*

*Надійшла до редакції 24.04.2021*

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-91-98

JEL: M40

УДК 657.1:004\*SAP R/3:658: [622+669] (045)

**Шендригоренко М. Т.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

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

**Гейер Е. С.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: geyer@donnuet.edu.ua

**Шевченко Л. Я.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

e-mail: shevchenko@donnuet.edu.ua

**Коверза В. С.,**  
канд. екон. наук,  
доцент

e-mail: koverza@donnuet.edu.ua

### ОПЕРАТИВНИЙ АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ

ГІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВИКОРИСТАННЯ SAP R/3

UDC 657.1:004\*SAP R/3:658: [622+669] (045)

**Shendryhorenko M. T.,**  
PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhan-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine  
e-mail: shendrigorenko@donnuet.edu.ua

**Geyer E. S.,**  
Grand PhD in Economic  
sciences, Associate Professor

e-mail: geyer@donnuet.edu.ua

**Shevchenko L. Ya.,**  
PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: shevchenko@donnuet.edu.ua

**Koverza V.S.,**  
PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: koverza@donnuet.edu.ua

### OPERATIONAL ANALYSIS AND CONTROL OF THE PRODUCTION PROCESS

OF THE MINING AND ENCINERING ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF USING SAR R / 3

*Мета.* Метою статті є визначення методики оперативного аналізу та контролю виробничого процесу гірничо-збагачувального підприємства в умовах використання SAP R/3 з розробкою пропозицій щодо удосконалення.

*Методи.* У дослідженні використано комплекс загальнонаукових методів: аналіз і синтез, індукція та дедуція, теоретичне узагальнення, групування та класифікації, логічного узагальнення, й порівняльного зіставлення. Методи логічного узагальнення використано при дослідженні методики оперативного аналізу та контролю виробничого процесу гірничо-збагачувального підприємства. Для наочного представлення порядку функціонування системи SAP R/3 використано графічний метод. Пропозиції за результатом дослідження організації оперативного аналізу і контролю виробничого процесу на гірничо-збагачувальних комбінатах розроблено із застосуванням методів конкретизації та систематизації.

*Результати.* За результатом дослідження економічних джерел інформації здійснено узагальнення поглядів науковців щодо визначення завдань оперативного аналізу. Запропоновано доповнити перелік завдань оперативного аналізу розробкою оперативних управлінських рішень, спрямованих на ліквідацію наслідків виявлених негативних явищ та запобігання їх виникнення у майбутньому. Сис-



тематизовано основні етапи проведення оперативного економічного аналізу та доповнено їх перелік. Визначено значення системи SAP R/3 та модульну її побудову, що використовується у діяльності гірничо-збагачувальних підприємств. Конкретизовано об'єкти контролю операцій з виробничими запасами з метою підвищення ефективності контрольно-аналітичного процесу. Запропоновано форми документів для систематизації результатів перевірки операцій з виробничими запасами. Практичне використання результатів проведеного дослідження дозволить підвищити ефективність системи оперативного аналізу та контролю виробничого процесу на гірничо-збагачувальних підприємствах.

**Ключові слова:** виробництво, гірничо-збагачувальний комбінат, запаси, оперативний аналіз, оперативний контроль, SAP R/3, модулі SAP R/3.

**Постановка проблеми.** За сучасних умов господарювання якісне та результативне управління економікою, а особливо її трудомісткими секторами вимагає формування належного інформаційно-аналітичного забезпечення.

Наразі в гірничо-металургійній галузі відбувається процес удосконалення системи управління на підставі впровадження міжнародного досвіду та новітніх методів і прийомів отримання, опрацювання економічної інформації для прийняття оперативних управлінських рішень. Як наслідок, виникає потреба в оперативному обліку, аналізі та контролі виробничої та господарської діяльності підприємства.

Оперативний аналіз зорієнтований на швидку та об'єктивну оцінку господарських процесів на виробничих дільницях. За результатами оперативного аналізу приймаються рішення, спрямовані на мінімізацію витрат підприємства в цілому.

Оперативний контроль був і залишається основою для забезпечення ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Одним із завдань такого контролю є удосконалення організації й управління виробництвом, визначення резервів його зростання. Він повинен здійснюватися на всіх стадіях виробничого процесу підприємства, надавати науково-обґрунтовану оцінку господарським операціям. Проведення оперативного контролю забезпечує можливість своєчасного виявлення відхилення чи порушення, що дозволяє здійснити коригування та запобігти виникненню більш «складних» ситуацій, що мають вже вирішуватися в адміністративному чи кримінальному порядку.

Саме оперативний аналіз і контроль додають гнучкості у підготовці та прийнятті управлінських рішень, а також дозволяють зменшити вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на процес функціонування.

Але, на жаль, не всі їх аспекти досить опрацьовані та відповідають вимогам сучасного управління.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженню проблем організації оперативного аналізу та контролю виробничого процесу присвячено багато праць вітчизняних науковців: Н. Г. Виговської [1], С. Л. Демиденко, Д. О. Димитрової [2], Н. А. Волкової [3], С. О. Заїки [4], С. А. Кошкаррова [5], К. П. Мельник [6], Т. Д. Косової [7], Л. П. Писаченко [8], Г. В. Савицької [9] та інших. Проте виокремлення значення оперативного економічного аналізу та контролю в системі управління підприємством потребує додаткових досліджень.

**Мета статті.** Метою статті є визначення методики оперативного аналізу та контролю виробничого процесу гірничо-збагачувального підприємства в умовах використання SAP R/3 з розробкою пропозицій щодо удосконалення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одна з важливих функцій управління виробництвом — оперативний економічний аналіз, від правильної організації якого багато в чому залежать обґрунтованість та ефективність прийняття управлінських рішень, спрямованих на раціональне використання матеріальних, трудових, фінансових ресурсів підприємства.

Оперативний економічний аналіз використовується для забезпечення інформацією про стан об'єкта осіб, які приймають рішення щодо оперативного регулювання процесів виробництва, постачання і збуту.

На гірничо-збагачувальних підприємствах проблемам оперативного економічного аналізу не надають належної уваги. Оскільки особливістю даної галузі є її висока матеріаломісткість, то саме завдяки оперативному економічному аналізу можна оперативно впливати на зміни у виробничих процесах протягом

звітний періоду і сприяти раціональному використанню ресурсів.

Наразі проблеми проведення оперативного економічного аналізу активів на підприємствах ще повністю не вирішені. Його удосконалення необхідно проводити з урахуванням особливостей функціонування кожного структурного підрозділу і використанням сучасної комп'ютерної програми. У практичній роботі гірничо-збагачувальних підприємств організація оперативного економічного аналізу залишається на рівні, що не в повному обсязі відповідає вимогам управлінського персоналу. Це зумовлено відсутністю відповідних методик, що не можуть бути єдиними для всього підприємства, і повинні враховувати особливості діяльності окремих його підрозділів.

Кінцевим підсумком аналізу є щоденне виявлення відхилень від встановлених завдань, причини яких непомітні на поверхні економічних явищ. Розкриття їх суті, взаємозв'язків і взаємозалежностей і є змістом оперативного економічного аналізу.

Основними завданнями, які потрібно вирішувати у процесі проведення оперативного економічного аналізу виробничих запасів є [3; 7]:

- оперативне виявлення відхилень від нормативних показників використання виробничих запасів на всіх рівнях управління;

- визначення та розрахунок чинників, що впливають на щоденні відхилення фактичних значень кожного показника від встановлених параметрів. Особливу увагу при цьому необхідно звернути на негативні фактори, хоча для управління важливе значення мають й позитивні;

- виявлення конкретних причин дії окремих факторів, встановлення винних осіб у недоліках, порушеннях;

- своєчасне надання системі управління одержаної в результаті аналізу інформації;

- розробка конкретних заходів, спрямованих на максимально швидке усунення виявлених недоліків, ліквідацію негативних чинників;

- контроль за виконанням розроблених заходів та їх результативністю.

Ефективність оперативно-економічного аналізу залежить від правильної науково обґрунтованої його організації.

Організацію оперативного економічного аналізу розуміють як систему заходів,

спрямованих на щоденне виявлення економічних результатів, їх зв'язків і взаємозалежностей з метою забезпечення нормального функціонування об'єкта і високоефективного управління ним. Більш узагальнено організація — це визначення чіткого порядку і підвищення дієвості оперативного економічного аналізу [3; 4].

Оперативний аналіз проводиться одразу після здійснення господарських операцій або зміни ситуацій за короткі проміжки часу (зміна, доба, тиждень, декада) для швидкого впливу на техніко-економічні показники підприємства та його структурних підрозділів [2]. На підставі даних оперативного аналізу виявляються негативні фактори та з'ясовується їх вплив на господарську діяльність суб'єкта господарювання. Саме оперативний аналіз є основою для надання оцінки можливих наслідків впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, що знижують ефективність діяльності підприємства.

Поділяємо думку науковців, які вважають, що оперативний аналіз має не менше, а, може, навіть і більше значення, ніж підсумковий, бо він дає змогу своєчасно виявляти та попереджати недоліки, прорахунки, помилки [4, с. 4; 2].

С. О. Заїка і А. В. Півень вказують, що оперативний аналіз як методична складова процедур реалізації функції контролю дає змогу досягти необхідного рівня циклічності та послідовності [4, с. 4; 2]. При цьому, результати функції контролю складають нормативну основу для регулюючого впливу на керовану систему, отже, саме оперативний характер отримання вказаних результатів дає змогу мінімізувати втручання у функціонування виробничих систем з метою досягнення бажаних результатів основної діяльності [4, с. 4; 2].

Науковці С. Л. Демиденко, Д. О. Дмитрова зазначають, що «завдання оперативного аналізу містить в собі не тільки виявлення негативних явищ, але й сприяння їх своєчасній корекції протягом певного періоду часу, що дає змогу реально поліпшити кінцевий результат роботи підприємства» [2, с. 92].

Необхідно вказане визначення доповнити тим, що завданням оперативного аналізу має бути й розробка оперативних управлінських рішень, спрямованих на ліквідацію наслідків виявлених негативних явищ та запобігання їх виникнення у майбутньому.

Оперативний аналіз характеризується низкою особливостей [2]:

1) терміновість, тобто наближення строків проведення аналізу до часу здійснення виробничо-фінансових операцій, що прискорює виявлення та усунення недоліків;

2) дієвість;

3) вірогідність;

4) цілеспрямованість, адже такий аналіз, як правило, має конкретну мету та завдання й спрямований на дослідження конкретної проблеми.

Інформаційними джерелами для оперативного аналізу є первинні бухгалтерські документи, щоденні дані, які об'єктивно показують реальний стан справ у діяльності цеху, дільниці, відділку та підприємства загалом. Використовують нормативні та довідкові видання, матеріали особистого спостереження, технологічну, соціальну, маркетингову та іншу поза облікову інформацію [2,3].

На гірничо-збагачувальних підприємствах практично вся робота з інформацією автоматизована. Зокрема, використовується для автоматизації обліку система SAP R/3. Але, в оперативному аналізі свідомо звужують кількість показників, що характеризують ефективність діяльності структурних підрозділів, а отже, й зменшують обсяг інформації. Проте таке обмеження об'єктів аналізу не повинно погіршити якість висновків і рекомендацій, знизити їх цінність для управління.

Погоджуємося з думкою науковців, що основними етапами проведення оперативного економічного аналізу є [2, с. 93]:

1) визначення відхилень від бізнес-плану за основними якісними та кількісними показниками роботи підприємства загалом і його підрозділів за зміну, добу, декади;

2) оцінка ступеня впливу різних факторів на відхилення від плану (норм) за цими показниками;

3) визначення конкретних причин дії окремих факторів, встановлення винуватців недоліків;

4) швидка розробка і здійснення заходів, спрямованих на усунення негативних чинників, поширення передового досвіду.

Пропонуємо доповнити перелік етапом, що передбачає здійснення моніторингу за процесом реалізації прийнятих заходів щодо усунення впливу негативних чинників.

Етапи оперативного економічного аналізу в узагальненому вигляді надано Л. П. Писаченко. Зокрема, до етапів оперативного економічного аналізу віднесено [8]:

1) вибір об'єктів аналізу;

2) вибір системи показників;

3) визначення джерел оперативної інформації та методів її аналізу;

4) розробку макетів аналітичних таблиць та інструкції по їх заповненню;

5) встановлення періодичності і строків збору та обробки аналітичної інформації;

6) визначення конкретних виконавців та їх відповідальності;

7) аналітичну обробку оперативної інформації та розробку можливих варіантів оперативних рішень.

Вважаємо, що вказаний перелік етапів є обґрунтованим та придатним до використання на гірничо-збагачувальних підприємствах.

На першому етапі необхідно встановити об'єкти, які можна щоденно аналізувати. Наприклад, об'єктами оперативного аналізу надходження, руху запасів можуть бути:

— договірні відносини з постачальними товарно-матеріальних цінностей у розрізі повноти надходження вантажу, що замовлявся та своєчасності розрахунку;

— наявність запасів на складах, у коморах;

— відпускання запасів зі складу з дотриманням визначеного ліміту;

— використання запасів у виробничому процесі;

— реалізація запасів, що довгий час не використовуються, тощо.

Необхідно забезпечити комплексний систематичний підхід, що базується на ретельному економічному аналізі та розрахунках, які виконують за допомогою різних економічних, техніко-економічних, кількісних і якісних показників. Від вибору системи показників, від того, наскільки методично правильно розрахований той чи інший показник, залежить повнота оцінювання щоденних процесів використання виробничих запасів, виявлення у виробничому процесі відхилень, визначення резервів і потенційних можливостей виробництва.

На відміну від системи показників інших видів економічного аналізу в оперативному економічному аналізі коло показників значно вужче. Це пояснюють тим, що необхідність орієнтування в господарських процесах

у ході їх здійснення накладає обмеження щодо кількості показників і способів їх обчислення. Систему показників потрібно створити для кожного рівня управління виробництвом, і вона має найповніше відображати об'єкт оперативного управління з урахуванням специфіки структурного підрозділу, конкретного цеху. При створенні окремих показників оперативного економічного аналізу, наприклад, виробничих запасів необхідно, перш за все, враховувати обов'язковість відображення у них елементарних первинних процесів і застосовувати переважно натуральні показники, що є однією з характерних рис оперативного економічного аналізу.

Дотримання інших етапів організації оперативного аналізу повинно враховувати можливість система SAP R/3.

Основним принципом SAP є введення інформації на місці її виникнення.

Система SAP R/3 складається з набору прикладних модулів. До основних модулів можна віднести: фінанси (FI), управління бюджетом (FI-FM), контролінг (CO), управління матеріальними потоками (MM), збут (SD), техобслуговування та ремонт обладнання (PM) [10,11].

Система забезпечує динамічне графічне моделювання бізнес-процесів і може працювати в діалоговому режимі. Інструмент Business engineer значно прискорює й спрощує процес

конфігурування системи SAP R/3. При створенні моделі підприємства можуть використовуватися типові сценарії бізнес-процесів, що поставляються SAP і її партнерами. Інструментарій бізнес-інжинірингу може застосовуватися й для реалізації власних методів впровадження SAP R/3, у тому числі з використанням звичних інструментів динамічного моделювання бізнес-процесів від інших виробників.

Придбавши SAP R/3 підприємство буде працювати з індивідуальною версією, налаштованою саме під його параметри.

Система SAP R/3 дозволяє виконувати контроль за наступними операціями:

- планування та облік витрат за місцем виникнення;
- перерахунок витрат між окремими структурними одиницями;
- формування планової та фактичної собівартості окремих видів продукції;
- складання управлінської звітності [10].

Вважаємо, що до оперативного контролю діяльності підприємства повинні залучатися фахівці з планування, обліку, оподаткування, технології виробництва тощо. У посадових інструкціях мають бути зазначені обов'язки і функції контролюючого характеру кожного робітника, а також терміни проведення контролю.

Конкретизуємо об'єкти контролю операцій з виробничими запасами (табл. 1):

Таблиця 1

Об'єкти контролю виробничих запасів (розроблено авторами)

Об'єкти контролю	Відповідальні за здійснення контролю
1. Попередня оцінка доцільності укладання договорів на придбання виробничих запасів	Керівник підприємства, головний бухгалтер, відділ постачання
2. Розробка нормативу витрачання виробничих запасів	Головна бухгалтерія, виробничий відділ
3. Контроль за кількістю та якістю одержаних виробничих запасів	Головна бухгалтерія, відділ технічного контролю, завідуючи й цехом підготовки виробництва
4. Контроль за відпусканням виробничих запасів у виробництво	Головна бухгалтерія, керівники структурних підрозділів, відділ технічного контролю
5. Контроль за ефективним використанням виробничих запасів за центрами відповідальності	Бухгалтерія, технолог, керівники структурних підрозділів, відділ технічного контролю
6. Контроль відхилень фактичних витрат виробничих запасів від планових показників	Бухгалтерія, керівники структурних підрозділів



Для підвищення ефективного контрольного процесу пропонуємо використовувати Відомості, форми яких наведено в табл. 2–3.

Таблиця 2

**Порівняльна відомість операцій з руху виробничих запасів у**  
за \_\_\_\_\_ (назва підприємства) \_\_\_\_\_ (період) \_\_\_\_\_ (розроблено авторами)

№ опер.	Відповідність даних нормам, встановленим програмою	Дані бухгалтерського обліку по факту	Результат порівняння	Виявлені помилки/ порушення	ПІБ осіб, які вчинили порушення	Коригувальні заходи для ліквідації помилки/ порушення
1	106860	106860	-	-		
2	28747	26547	+2200	надлишок		

Таблиця 3

**Результати контролю залишків виробничих запасів у**  
за \_\_\_\_\_ (назва підприємства) \_\_\_\_\_ (період) \_\_\_\_\_ (розроблено авторами)

Найменування виробничих запасів	Фактичні залишки виробничих запасів, виявлених під час інвентаризації, тис. грн	Виробничі запаси, що довгий час не використовуються, тис. грн			Виробничі запаси, що зіпсовані, не можуть бути використані у виробництві та реалізовані, тис. грн		
		коригувальні заходи щодо реалізації запасів			причина виникнення збитку	заходи з ліквідації/ недопущення порушення умов зберігання та використання запасів	оцікуваний результат
		№, дата договору	сума, тис. грн	відповідальна особа			
1. Сировина і матеріали							
2. Паливо							
3. Будівельні матеріали							
4. Запасні частини							
Всього:							

**Висновки.** Отже, дослідження організації оперативного аналізу та контролю виробничого процесу на гірничо-збагачувальних підприємствах дозволило:

1) конкретизувати і доповнити перелік завдань оперативного економічного аналізу з урахуванням сучасних аспектів фінансово-господарської діяльності Публічних акціонерних товариств;

2) доповнити перелік етапів оперативного аналізу етапом, що передбачає здійснення моніторингу за процесом реалізації прийня-

тих заходів щодо усунення впливу негативних чинників;

3) конкретизувати значення системи SAP R/3 та модульну її побудову, що використовується у діяльності гірничо-збагачувальних підприємств;

4) конкретизувати об'єкти контролю операцій з виробничими запасами для надання оперативної інформації користувачам;

5) розробити та запропонувати до практичного використання форми документів з результатами перевірки виробничих запасів

з метою оперативного прийняття управлінських рішень, спрямованих на ліквідацію порушення, зловживання.

### Список літератури

1. Виговська Н. Г. Господарський контроль в Україні: теорія, методологія, організація : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2008. 532 с.

2. Демиденко С. Л., Димитрова Д. О. Оперативний економічний аналіз: сутність, переваги та недоліки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 13. Ч. 1. С. 91–94.

3. Волкова Н. А., Волчек Р. М., Гайдаєнко О. М. Економічний аналіз : навч. посіб. / під ред. Н. А. Волкової. Одеса : ОНЕУ, Ротапринт. 2015. 310 с.

4. Заїка С. О., Півень А. В. Оперативний аналіз виробничої діяльності підприємств АПК : навч. посіб. Харків: Міськдрук, 2010. 113 с.

5. Кошкарів С. А., Бачинський В. І., Куцик П. О. Внутрішньогосподарський оперативний облік і контроль у системі управління діяльністю виробничих підприємств. Чернівці : Золоті литаври, 2012. 264 с.

6. Мельник К. П. Економічна сутність оперативного контролю: концептуальний підхід. *Економічні науки. Луцький національний технічний ун-т*. 2014. Вип. 11 (41). Ч. 1. Луцьк. С. 106–112.

7. Косова Т. Д., Сухарев П. М., Ващенко Л. О. Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 351 с.

8. Писаченко Л. П. Оперативний аналіз в обґрунтуванні управлінських рішень. URL : [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33909/1/44\\_234-239.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33909/1/44_234-239.pdf) (дата звернення: 25.03.2021).

9. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2005. 662 с.

10. Офіційний сайт компанії SAP. URL : <http://www.sap.com/cis/index.epx> (дата звернення: 25.03.2021).

11. SAP Help Portal. URL : <http://help.sap.com>. (дата звернення: 25.03.2021).

### References

1. Vyhovska, N. H. (2008). *Hospodarskyi kontrol v Ukraini: teoriia, metodolohiia, orhanizatsiia* [Economic control in Ukraine:

theory, methodology, organization]. Zhytomyr: ZhDTU Publ., 532 p.

2. Demydenko, S. L. & Dymytrova, D. O. (2017). *Operatyvnyi ekonomichnyi analiz: sutnist, perevahy ta nedoliky* [Operational economic analysis: essence, advantages and disadvantages]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University], issue 13, part 1, pp. 91–94.

3. Volkova, N. A., Volchek, R. M. & Haidaienko, O. M. (2015). *Ekonomichnyi analiz* [Economic Analysis]. Odessa, ONEU, Rotaprynt Publ., 310 p.

4. Zaika, S. O. & Piven, A. V. (2010). *Operatyvnyi analiz vyrobnychoi diialnosti pidpriemstv APK* [Operational analysis of production activities of agricultural enterprises]. Kharkiv, Miskdruk Publ., 113 p.

5. Koshkarov, S. A., Bachynskiy, V. I. & Kutsyk, P. O. (2012). *Vnutrishnohospodarskyi operatyvnyi oblik i kontrol u systemi upravlinnia diialnistiu vyrobnychikh pidpriemstv* [Internal operational accounting and control in the management system of production enterprises]. Chernivtsi, Zoloti lytavry Publ., 264 p.

6. Melnyk, K. P. (2014) *Ekonomichna sutnist operatyvnoho kontroliu: kontseptualnyi pidkhid* [The economic essence of operational control: conceptual approach]. *Ekonomichni nauky. Lutskyi natsionalnyi tekhnichniy un-t* [Economic sciences. Lutsk National Technical University], issue 11 (41). Lutsk, Lutsk National Technical University Publ., pp. 106–112.

7. Kosova, T. D., Sukharev, P. M. & Vashchenko, L. O. (2012). *Orhanizatsiia i metodyka ekonomichnoho analizu* [Organization and methods of economic analysis]. Kyiv, Tsentri Uchbovoi Literatury Publ., 351 p.

8. Pysachenko, L. P. *Operatyvnyi analiz v ohruntuvanni upravlinskykh rishen* [Operational analysis in substantiation of management decisions]. Available at : [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33909/1/44\\_234-239.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33909/1/44_234-239.pdf) (Accessed 25 March 2021).

9. Savytska, H. V. (2005). *Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpriemstva* [Economic analysis of the enterprise]. Kyiv, Znannia Publ., 662 p.

10. *Ofitsiynyi sait kompanii SAP* [Official website of the company SAP]. Available at : <http://www.sap.com/cis/index.epx>. (Accessed 25 March 2021).

11. SAP Help Portal. Available at : <http://help.sap.com>. (Accessed 25 March 2021).

**Objective.** *The objective of the present article is to determine the methods of operational analysis and control of the production process of the mining and processing enterprise in terms of using SAP R / 3 with the development of proposals for improvement.*

**Methods.** *The study uses a set of general scientific methods: analysis and synthesis, induction and deduction, theoretical generalization, grouping and classification, logical generalization and comparative comparison.*

*Methods of logical generalization are used in the study of methods of operational analysis and control of the production process of the mining and processing enterprise. A graphical method has been used to visualize the operation of the SAP R / 3 system. Proposals based on the results of the study of the organization of operational analysis and control of the production process at mining and processing plants have been developed using the methods of specification and systematization.*

**Results.** *As a result of the study of economic sources of information, a generalization of the scientists views on the definition of operational analysis. It is proposed to supplement the list of tasks of operational analysis with the development of operational management decisions aimed at eliminating the consequences of identified negative phenomena and preventing their occurrence in the future. The main stages of operational economic analysis are systematized and their list is supplemented. The value of the SAP R / 3 system and its modular construction used in the activity of mining and processing enterprises are determined. The objects of operations control with production stocks are specified in order to increase the efficiency of the control-analytical process. Forms of documents for systematization of check operations results by production stocks are offered.*

*The practical use of the results of the study will increase the efficiency of the operational analysis system and control of the production process at mining and processing enterprises.*

**Key words:** *production, mining and processing enterprise, stocks, operational analysis, operational control, SAP R / 3, SAP R / 3 modules.*

*Надійшла до редакції 28.04.2021*

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-99-104

JEL: H71

УДК 336.221

**Янковський В. А.,**  
асистент

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

**Дядюра К. В.,**  
здобувач вищої освіти

e-mail: diadiura@donnuet.edu.ua

## ПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУТНІСНА СКЛАДОВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

UDC 336.221

**Yankovskiy V. A.,**  
Assistant Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskiy Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: yankovskiy@donnuet.edu.ua

**Diadiura K. V.,**  
Student

e-mail: diadiura@donnuet.edu.ua

### DIRECT TAXATION IN UKRAINE: ESSENTIAL COMPONENT AND CURRENT TRENDS

**Мета.** Метою статті є розкриття сутності податкової системи та прямого оподаткування в Україні, розгляд структурних елементів, а також проведення аналізу дохідної бази зведеного бюджету України за 2018–2020 років в розрізі податкових надходжень та запропонування кроків по підвищенню ефективності податкової системи України з акцентом на прями податки.

**Методи.** У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи: теоретичне узагальнення і групування — для визначення структури податкової системи України та складу прямих податків; аналіз і синтез — при ідентифікації структурних елементів прямих податків в Україні та здійсненні аналізу доходів зведеного бюджету України за 2018–2020 роки; індукція та дедукція — при розкритті заходів щодо реформування податкової системи України з акцентом на пряме оподаткування.

**Результати.** Було розглянуто структуру податкової системи України та склад загальнодержавних і місцевих прямих податків, які визначені Податковим кодексом України. Представлена класифікація прямих податків, визначений їх склад за економічним змістом об'єкта оподаткування. Проведений аналіз зведеного бюджету України за 2018–2020 роки, за результатами якого можна відмітити, що протягом 2018 року до Зведеного бюджету України надійшло податку на прибуток у сумі 106182,3 млн грн, що становить 9 %. У 2019 році податок на прибуток підприємств становить — 117316,8 млн грн, що становить 9 %, а станом на 2020 рік становить 118471,8 млн грн, що становить 8,6 %, менше на 0,4 % ніж у попередніх періодах. Запропоновані заходи щодо реформування податкової системи України з акцентом на пряме оподаткування.

**Ключові слова:** Податкова система України, прями податки, податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб, адміністрування податків, Бюро економічної безпеки України, зведений бюджет, доходи державного бюджету.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку для України вкрай важливим є вхід до світового товариства на правах рівноправного партнера. Головним критерієм побудови країни із стабільним фінансовим станом є наявність збалансованої податкової системи, яка є основним інструментом для наповнення державного та місцевих бюджетів, та зміцнення макроекономічних показників. Саме

податки є тим інструментом, за допомогою якого держава може впроваджувати у дію державні програми для підвищення життя населення, капітальних вкладень в інфраструктуру та визначати стратегічний напрям розвитку фінансової системи країни у цілому. Питання дослідження та вдосконалення податкової системи, особливо в частині прямого оподаткування, є одним із найактуальніших.

© В. А. Янковський, К. В. Дядюра, 2021



**Аналіз досліджень і публікацій.** Питанням аналізу податкової системи України, прямого оподаткування, визначенню основних шляхів щодо її вдосконалення присвячено достатньо праць науковців, серед яких В. Л. Андрущенко, І. Д. Бенько, Р. М. Гринюк, В. Г. Баранова, О. Ю. Дубовик, В. М. Мельник, В. П. Хомутенко, Г. Л. Пенякова та інші.

Стан податкової системи України досить часто розглядається науковцями, але однак кількість публікацій, які б комплексно охоплювали саме розріз прямого оподаткування в Україні та розробки шляхів щодо його вдосконалення недостатній.

**Метою статті** є дослідження сутності податкової системи та прямого оподаткування в Україні, розгляд структурних елементів, а також проведення аналізу дохідної бази зведеного бюджету України 2018–2020 років в розрізі податкових надходжень та визначення напрямів підвищення ефективності податкової системи України з акцентом на прямі податки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За допомогою прямого оподаткування держава має змогу впливати на ділову активність суб'єктів господарювання, інвестиційну діяльність, а також на сукупне споживання та накопичення капіталу. Світова практика показує, що податки використовуються, як потужний механізм не лише для інвестиційної діяльності, але й для покращення та прискорення економічного розвитку в цілому. За сучасних умов фіскальна функція оподаткування поступила місцем стимуляційній та регуляторній функціям.

Для України є характерна класична європейська модель оподаткування прибутку

підприємства, що діє майже в усіх країнах Європейського союзу та ОЕСР. Головними особливостями даної моделі є те, що базовим показником для розрахунків об'єкта оподаткування є фінансовий та бухгалтерський результат до оподаткування, що своєю чергою коригується відповідно податковій різниці, що визначена у розділі III Податкового кодексу України.

Проте однією з особливостей діяльності податкової системи України є те, що вона діє на одній з найнижчих податкових ставок на прибуток підприємств у Європі — 18 %. При цьому існує досить велика кількість випадків ухиляння від оподаткування з боку підприємства чи організації.

Оподаткування являє собою сукупність наявних податків та зборів, а також їх механізми, способи розрахунку та нарахування суми до сплати.

Система прямого оподаткування являє собою сукупність прямих податків, що справляються в установленому Податковому кодексі порядку.

Схематично податкова система України представлена на рис. 1.

Оподаткування прибутку підприємств, забезпечує взаємозалежність між державним бюджетом та процесами, що відбуваються в матеріальному виробництві, а також надає досить велику кількість можливостей для здійснення заходів щодо реалізації державної фінансової політики.

Згідно із Податковим кодексом України до переліку загальнодержавних прямих податків та зборів включено такі їх види [11]:

— податок на прибуток підприємств;

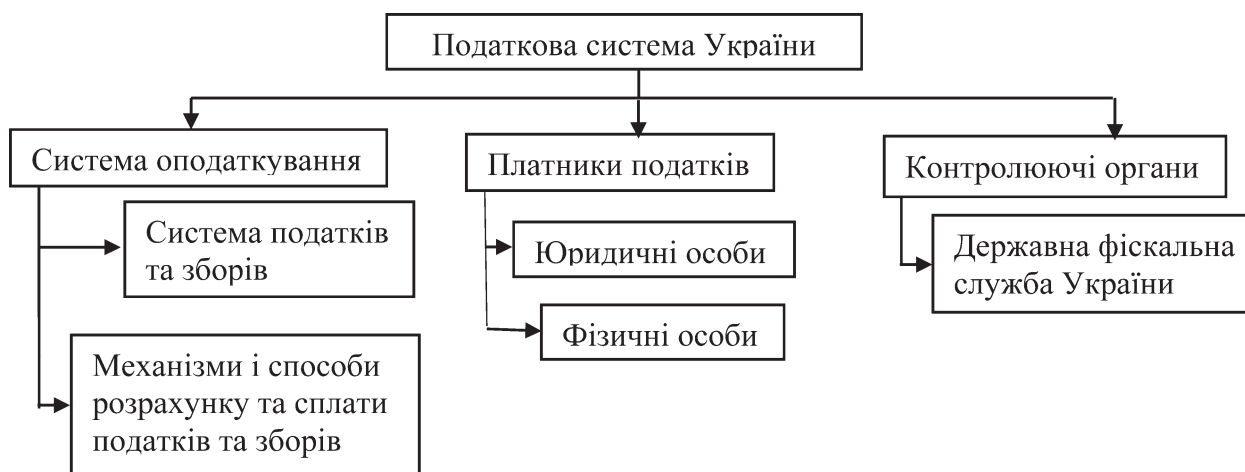


Рис. 1. Складові податкової системи України (складено авторами за [6])

- податок на доходи фізичних осіб;
- екологічний податок;
- рентна плата.

До місцевих прямих податків та зборів, відповідно до Податкового кодексу України, відносять [11]:

- податок на майно;
- єдиний податок;
- збір за місця для паркування транспортних засобів;

- туристичний збір.

Класифікація податків в Україні наведена на рис. 2.

Так, за економічним змістом податки поділяються на три групи [4]:

податки на доходи та прибуток — це обов’язкові збори, які стягуються з чистого доходу з фізичних і юридичних осіб в момент його отримання. Безпосередніми об’єктами оподаткування є заробітна плата та інші дохо-

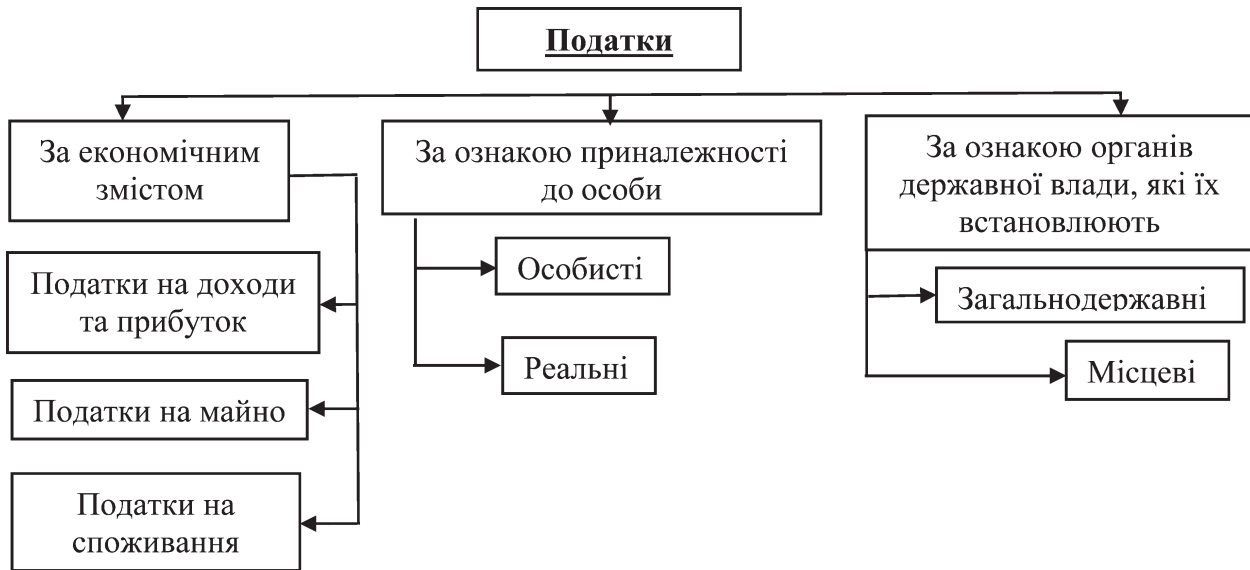


Рис. 2. Класифікація податків (складено авторами за [10])

ди громадян, прибуток чи валовий дохід підприємства;

— податки на майно — це обов’язкові збори, які стягуються внаслідок наявності конкретного виду майна, що перебуває в приватній, колективній та державних формах власності (податок на нерухоме майно, податок з власників транспортних засобів). На відміну від податків на споживання, які сплачуються тільки один раз при купівлі, податки на майно стягуються постійно, доки майно перебуває у власності. Оцінка майна може провадитись різними методами (вартість у грошовому виразі, площа будинку, потужність двигуна автомобіля тощо).

— податки на споживання — це обов’язкові збори, які стягуються в процесі споживання товарів, робіт та послуг, причому їх плата не залежить від результатів фінансово-господарської діяльності, а від розміру споживання. Вони справляються у вигляді непрямих податків.

До основних прямих податків в Україні, що, в свою чергу, забезпечують більшу части-

ну податкових надходжень до державного бюджету, належать:

- податок на прибуток підприємств;
- податок на доходи фізичних осіб.

Відповідно до того, що податкові надходження є основою формування зведеного бюджету держави, необхідно провести аналіз їх вагомості за 2018–2020 роки, для визначення останніх тенденцій щодо формування доходів державного бюджету України. Основні дані зведеного бюджету України у 2018–2020 рр. представлені у табл. 1.

Виходячи із даних табл. 1 можна відмітити, що основну дохідну частину бюджету України складають податкові надходження. Прослідкується тенденція, що головну роль відіграють саме прямі податки: податок на прибуток підприємств та податок на доходи фізичних осіб.

Можна констатувати, що податок на доходи фізичних осіб протягом досліджуваного періоду збільшився з 19,4 % до 21,4 % тобто на 2 %. Податок на прибуток підприємств, зменшився на 0,4 %, а саме з 9 % і до 8,6 % протягом аналізованого періоду.

Таблиця 1

Дохідна частина Зведеного бюджету України за 2018–2020 роки, млн грн (складено авторами за [7])

Показник	Рік		
	2018	2019	2020
Доходи	1 184 278,1	1 289 779,8	1 376 661,6
Податкові надходження, в т. ч.:	986 348,5	1 070 321,8	1 136 687,2
Податок на доходи фізичних осіб	229 900,6	275 458,5	295 107,3
Податок на прибуток підприємств	106 182,3	117 316,8	118 471,8
Неподаткові надходження	192 703,9	212 789,2	234 409,5
<i>Питома вага податкових надходжень у доходах, % в т. ч.:</i>	83,3	83	82,6
<i>Питома вага податку на доходи фізичних осіб, %</i>	19,4	21,4	21,4
<i>Питома вага податку на прибуток підприємств, %</i>	9	9	8,6
<i>Питома вага неподаткових надходжень у доходах, %</i>	16,3	16,5	17

Відсоток неподаткових надходжень у доходах станом на 2018 рік становить 16,3 %, але станом на 2020 рік прослідкується зростання на 0,7 %, та становить 17 %.

У загальних доходах зведеного бюджету станом на 2020 рік, частка податку на доходи становить 21,4 %, в той час, як надходження всіх податків забезпечили формування 82,6 % доходів. Питома вага податку на доходи фізичних осіб у середньому становить 9 %, найбільше значення помітно у 2019 та 2018 роках, а найменше прослідкується станом на 2020 рік, що становить 8,6 %.

Проаналізувавши динаміку надходжень податку на прибуток підприємств, протягом 2018–2020 років, можна відмітити, що протягом 2018 року до Зведеного бюджету України надійшло податку на прибуток у сумі 106182,3 млн грн, що становить 9 %. У 2019 році податок на прибуток підприємств становить — 117316,8 млн грн, що становить 9 %, а станом на 2020 рік становить 118471,8 млн грн, що становить 8,6 %, менше на 0,4 % ніж у попередніх періодах.

Реформування системи прямого оподаткування в Україні, має початися в першу чергу з посилення функцій регулювання і стимулювання прямих податків, а також удосконалення механізму адміністрування податків.

Для підвищення ефективності прямого оподаткування в Україні з урахуванням існуючих недоліків, треба впровадити наступні кроки:

— створити новий інституційний орган оподаткування, який враховував би принцип рівності всіх платників перед законом, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації, формувало відповідальне ставлення платників до виконання своїх податкових зобов'язань;

— здійснити поетапне зниження податкового навантаження на суб'єктів оподаткування з урахуванням принципу балансу бюджетів різних рівнів (шляхом скорочення кількості податків та зборів, оптимізації бази оподаткування прямих податків та їх процесу адміністрування);

— використовувати функцію стимулювання шляхом запровадження податкових пільг та канікул для суб'єктів господарювання, які направляють інвестиції в оновлення матеріально-технічної бази та запроваджують новітні технології в циклі виробництва на підприємствах;

— прискорити процес початку функціонування нового державного органу в сфері економічної безпеки, а саме Бюро економічної безпеки України, що в свою чергу стане новим етапом взаємовідносин між державою та суб'єктами господарювання, який враховував би міжнародний досвід роботи спеціалізованого органу;

— сформувати та затвердити на державному рівні стратегію щодо підвищення рівня податкової культури серед платників податків.

**Висновки.** Отже, реформування податкової системи в Україні має досить важливе значення, в рамках євроінтеграції України до Європейського союзу. Податкова система та пряме оподаткування здатні визначати державну фінансову політику щодо реформування економіки, успішного подолання кризових негараздів, підвищення соціального рівня життя населення. Кожен з видів податків має стимулювати фізичних та юридичних осіб до вкладання інвестицій в економіку, введення в експлуатацію сучасного обладнання у процес виробництва підприємств різних галузей та сфер. Формування ефективної податкової

системи з урахуванням міжнародного досвіду здатна у найближчі роки стати вагомим імпульсом до побудови стабільної економіки та забезпечити високий рівень фінансової безпеки держави у цілому.

#### Список літератури

1. Андрущенко В. Л. Податкова система : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 416 с.
2. Баранова В. Г., Дубовик О. Ю., Хомутенко В. П. Податкова система : навчальний посібник. Одеса, ВМВ, 2014. 344 с.
3. Бенько І. Д., Бенько В. С. Аналіз податкових надходжень до бюджету. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Економіка. 2011. Вип. 17. С. 25–33.
4. Ватуля І. Д. Податки, збори, платежі : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури. 2016. 352 с.
5. Гринюк Р. М. Розвиток системи прямого оподаткування в Україні. *Моделювання регіональної економіки*. 2011. №1, С. 280–286.
6. Мельник В. М., Пенякова Г. Л. Механізм прямого оподаткування у фінансовій теорії. *Фінанси України*. 2009. № 5, С. 66–77.
7. Офіційний сайт інформаційного агентства Мінфін. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/income/> (дата звернення 30.04.2021).
8. Молодецька О. М. Трансформація податкової системи України. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 710–714.
9. Огійчук М. Ф., Гуторов О. І. Облік і оподаткування : навчальний посібник. Київ : Алерта. 2018. 306 с.
10. Озерчук О. В. Фіскальна ефективність прямих податків в Україні та фактори, що на неї впливають. *Інвестиції: практика та досвід*. Київ, 2014. № 8. С. 87–92.
11. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010. № 2755-VI (зі змінами і доповненнями). URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
12. Сергеев Д. А. Реформування прямого оподаткування у процесі вдосконалення податкової системи України. *Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти» (22 квітня 2016 року)*. Харків : ХНЕУ, 2016. С. 309–313.

#### References

1. Andruschenko, V. L. (2017). *Podatkova systema* [The tax system]. Kyiv, Center of Educational Literature Publ., 416 p.
2. Baranova, V. H., Dubovyk, O. Yu., Khomutenko, V. P. (2014). *Podatkova systema* [The tax system]. Odessa, VMV Publ., 344 p.
3. Benko, I. D., Benko, V. S. (2011). *Analiz podatkovykh nadkhodzhzen do biudzhetu* [Analysis of tax revenues to the budget]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Serii: *Ekonomika* [Scientific notes of the National University «Ostroh Academy». Series: Economics], issue 17, pp. 25–33.
4. Vatulia, I. D. (2016). *Podatky, zborny, platezhi* [Taxes, fees, charges]. Kyiv, Center of Educational Literature Publ., 352 p.
5. Hryniuk, R. M. (2011). *Rozvytok systemy priamoho opodatkovannia v Ukraini* [Development of the direct taxation system in Ukraine]. *Modeliuvannia rehionalnoi ekonomiky* [Modeling of the regional economy], no. 1, pp. 280–286.
6. Melnyk, V. M., Peniakova, H. L. (2009). *Mekhanizm priamoho opodatkovannia u finansovij teorii* [The mechanism of direct taxation in financial theory]. *Finansy Ukrainy* [Finance of Ukraine], no. 1, pp. 66–77.
7. *Ofitsijnyj sayt informatsijnoho ahentstva Minfin* [Official site of the news agency Ministry of Finance]. Available at : [https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/income.](https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/income/) (Accessed 27 April 2021).
8. Molodetska, O. M. (2016). *Transformatsiia podatkovoi systemy Ukrainy* [Transformation of the tax system of Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and society], issue 2, pp. 710–714.
9. Ohijchuk, M. F., Hutorov, O. I. (2018). *Oblik i opodatkovannia* [Accounting and taxation]. Kyiv, Alerta Publ., 306 p.
10. Ozerchuk, O. V. (2014). *Fiskalna efektyvnist priamykh podatkov v Ukraini ta faktory, scho na nei vplyvaiut* [Fiscal efficiency of direct taxes in Ukraine and factors influencing it]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 8, pp. 87–92.
11. *Podatkovyj kodeks Ukrainy vid 02 hrudnia 2010. № 2755-VI (zi zminamy i dopovnenniamy)* [Tax Code of Ukraine on 2 December 2010. number 2755-VI (with amendments)]. Available at : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (Accessed 28 April 2021).
12. Serheiev, D. A. (2016). *Reformuvannia priamoho opodatkovannia u protsesi vdoskonalennia*



*podatkovoi systemy Ukrainy* [Reforming direct taxation in the process of improving the tax system of Ukraine]. All-Ukrainian scientific-practical conference of young scientists and students «Devel-

opment of the European space through the eyes of young people: economic, social and legal aspects» (April 22, 2016). Kharkiv, KhNUE Publ., pp. 309–313.

**Objective.** *The objective of the present article is to reveal the essence of the tax system and direct taxation in Ukraine, consider structural elements, as well as analyze the revenue base of the consolidated budget of Ukraine for 2018–2020 in terms of tax revenues and propose steps to improve the efficiency of Ukraine’s tax system with a focus on direct taxes.*

**Methods.** *The following general scientific methods are used in the research process: theoretical generalization and grouping — to determine the structure of the tax system of Ukraine and the composition of direct taxes; analysis and synthesis — to identify the structural elements of direct taxes in Ukraine and the analysis of revenues of the consolidated budget of Ukraine for 2018–2020; induction and deduction — to disclose measures in order to reform the tax system of Ukraine with an emphasis on direct taxation.*

**Results.** *The structure of the tax system of Ukraine and the composition of national and local direct taxes, which are defined by the Tax Code of Ukraine, are considered. The classification of direct taxes is presented, their composition is determined according to the economic content of the object of taxation. The analysis of the consolidated budget of Ukraine for 2018–2020 based on the results of which it can be noted that during 2018 the Consolidated Budget of Ukraine received income tax in the amount of UAH 106,182.3 million, which is 9 %. In 2019, the corporate income tax is — 117316.8 million UAH, which is 9 %, and as of 2020 is 118471.8 million UAH, which is 8.6 %, less by 0.4 % than in previous periods. Proposed measures to reform the tax system of Ukraine with an emphasis on direct taxation.*

**Key words:** *tax system of Ukraine, direct taxes, corporate income tax, personal income tax, tax administration, Bureau of Economic Security of Ukraine, consolidated budget, state budget revenues.*

*Надійшла до редакції 29.04.2021*

## РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ НА МІКРО-, МЕЗО- ТА МАКРОРІВНЯХ

DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-105-115

JEL: F10, L83

УДК (338.48:061.1ЄС):330.354-043.86 (045)

**Горіна Г. О.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

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

**Бочарова Ю. Г.,**  
д-р екон. наук,  
доцент

e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Крижимінська Є. Г.,**  
асистент

e-mail: eugenyakri0607@gmail.com

### СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ ЄС

UDC (338.48:061.1ЄС):330.354-043.86 (045)

**Gorina G. O.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua

**Bocharova Yu. H.,**  
Grand PhD in Economic sciences,  
Associate Professor

e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

**Kryzhyminska Ye. H.,**  
Assistant Professor

e-mail: eugenyakri0607@gmail.com

### SOCIO-ECONOMIC INDICATORS OF TOURISM DEVELOPMENT IN EU COUNTRIES

***Мета.** Метою статті є виокремлення ключових тенденцій розвитку туризму у країнах ЄС за соціально-економічними індикаторами.*

***Методи.** З метою досягнення поставлених завдань та мети у роботі використовувалися наступні методи дослідження: аналізу і синтезу (для визначення ознак та властивостей розвитку туризму у країнах ЄС), системний і комплексний аналіз, порівняння (для визначення подібності і відмінності соціально-економічних індикаторів розвитку країн ЄС), розрахунково-аналітичні (для визначення ключових тенденцій розвитку туризму у країнах ЄС за соціально-економічними індикаторами), графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу).*

***Результати.** Проведений аналіз соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС за 2016–2019 рр. дозволив виявити основні особливості, а саме: 1) стійке збільшення обсягу ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, що було спричинено переважно за рахунок сталого приросту обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, особливо за країнами Іспанія, Франція, Великобританія, Італія та Німеччина, а також збільшенням туристичних потоків до країн ЄС; 2) наявність значної диспропорції відсотків створюваного безпосередньо в туризмі ВВП від загального ВВП держави за країнами ЄС та виокремлення країн-лідерів (Хорватія — відсоток внеску туризму до ВВП дорівнює 11,4, Греція — 8,2 %, Португалія — 7,1 %, Австрія — 6,8 % та Іспанія — 5,9 %) та наздоганяючих країн (Ірландія — 1,5 %, Бельгія — 1,6 %); 3) помірне збільшення кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС з наявністю розбіжності у рейтингуванні країн за абсолютним та відносним відхиленням приросту зазначеного показника (за абсолютним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС спостерігався у Об'єднаному Королівстві (293,55 тис. осіб), Італії (213,32*

тис. осіб), Німеччині (204,26 тис. осіб), Іспанії (160,50 тис. осіб) та Португалії (110,61 тис. осіб). Від'ємну тенденцію було продемонстровано Чеською Республікою (-7,38 тис. осіб), Латвією (-5,37 тис. осіб) та Люксембургом (-0,07 тис. осіб); за відносним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС спостерігався у Португалії — 36,52 %, Греції — 28,16 %, Мальті — 23,53 %, Об'єднаному Королівстві — 21,89 %, Словацькій республіці — 20,76 та Кіпрі — 24,07 %); 4) нерівномірність обсягів відсотку зайнятого населення у туризмі від загальної кількості зайнятих за країнами ЄС та виокремлення країн-лідерів (Хорватія — 12,3 %, Мальта — 10,8 %, Португалія — 8,5 %, Греція — 8 % та Італія — 7,4 %) та наздоганяючих країн (Румунія — 1,7 %, Литва — 1,8 %, Бельгія — 2,0 %, Фінляндія — 2,1 % та Польща — 2,2 %); 5) суттєве зростання обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС.

**Ключові слова:** ВВП, створюваний в туризмі, зайняте населення в туризмі, капітальні інвестиції в туристичну галузь, країни ЄС, статистика туризму, розвиток туризму.

**Постановка проблеми.** Туристична галузь, у тому числі країн ЄС, вимагає цілеспрямованої підтримки на всіх рівнях, щоб залишатися конкурентоспроможною в умовах посиленої конкуренції з боку країн, що не входять до ЄС. Підвищення інвестицій, підтримка малого та середнього бізнесу, використання можливостей цифрової економіки та опанування професіоналами у сфері туризму відповідних навичок — лише деякі сфери, на які повинна бути зосереджена увага політики в сфері туризму в країнах ЄС. Розуміння потенціалу європейського туризму — разом із його викликами та тенденціями — є незамінним при формуванні відповідної та перспективної політики в умовах, що постійно змінюються [1].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблематика дослідження соціально-економічного впливу туризму на розвиток світового господарства знайшла своє відображення у доробках вітчизняних та закордонних науковців, звітах міжнародних організацій та асоціацій. Так, І. М. Труніна, О. А. Сущенко, В. В. Дружиніна та О. Л. Загорянська [2] присвячують своє дослідження теоретичним та методологічним основам функціонування світового туристичного ринку з урахуванням впливу на нього нових тенденцій та дають характеристику форм цих тенденцій, пропонують оцінку динаміки процесів глобалізації та їх впливу на розвиток світового туристичного ринку. С. Е. Сардак [3] оцінює динаміку показників міжнародного туризму та визначає основні світові інновації в туристичній галузі. М. Ю. Разінькова [4] здійснює аналіз міжнародного туризму і його впливу на розвиток міжнародної економіки шляхом дослідження темпів зростання ВВП та доходів від туризму, проведенням порівняльної градації країн за кількістю прибуттів та аналізує країни за Ін-

дексом туристичної конкурентоспроможності. О. О. Скарга [5] здійснює спробу виявити тенденції сучасного стану світового ринку туристичних послуг, глобальні та регіональні аспекти розвитку міжнародного туризму, закономірності його розвитку, досліджує регіональні зрушення, що відбуваються на світовому ринку туристичних послуг та фактори, що впливають на розвиток туристичної індустрії за регіонами світу. Г. О. Горіна [6] досліджує особливості, цілі та завдання міжнародних туристичних організацій та асоціацій, визначає форми їх співробітництва, спрямовані на впорядкування та регулювання туристичної діяльності в різних країнах світу. Разом з тим, наявні наукові публікації переважно оминають комплексні дослідження соціально-економічних індикаторів розвитку туризму саме за країнами ЄС. Все це підкреслює актуальність теми обраного дослідження, особливо у світлі запровадження в Україні умов для посилення економічних та торговельних відносин, які вестимуть до поступової інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС.

**Мета статті.** Метою статті є виокремлення ключових тенденцій розвитку туризму у країнах ЄС за соціально-економічними індикаторами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Взаємозв'язок туризму з широким спектром економічної діяльності обумовлює зростання уваги до оцінки його економічних результатів, в першу чергу в місцях відвідування, а також до аналізу його взаємозв'язків з іншими соціальними і економічними процесами [7].

Методологічна основа дослідження статистики туризму ґрунтовно досліджена в методологічних дослідженнях ООН та ЮНВТО «Міжнародні рекомендації зі статистики туризму, 2008 рік» (IRTS 2008) [8] та «Допоміж-

ний рахунок туризму: рекомендована методологічна основа, 2008 рік» (TSA: RMF 2008) [7]. Метою публікацій є надання країнам єдиної довідкової основи для використання при складанні статистики туризму.

Основне завдання Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму, 2008 рік — подання системи визначень, концепцій, класифікацій і показників, які є внутрішньо послідовними і які полегшують ув'язку, зокрема з концептуальними рамками «допоміжного рахунку туризму» в системі національних рахунків, статистики платіжного балансу та статистики праці [8].

Метою Допоміжного рахунку туризму: рекомендована методологічна основа, 2008 рік є здійснення докладного аналізу всіх аспектів попиту на товари і послуги, пов'язані з діяльністю відвідувачів; відстеження оперативного зв'язку з пропозицією таких товарів і послуг в рамках тієї ж економіки; а також встановлення того, як ця пропозиція співвідноситься з іншими видами економічної діяльності [7].

Отже, основними індикаторами соціально-економічного розвитку туризму, згідно IRTS 2008 та TSA: RMF 2008 є: валовий вну-

трішний продукт, створюваний безпосередньо в туризмі, зайнятість в галузях туризму, капітальні інвестиції в туристичну галузь.

Валовий внутрішній продукт, створюваний безпосередньо в туризмі — величина валового внутрішнього продукту, створюваного безпосередньо в туризмі, являє собою суму частини валової доданої вартості (в базисних цінах), що створюється всіма галузями внаслідок споживання, що відноситься до туризму всередині країни, і величини чистих податків на продукти та імпорتنі товари, включені в суму відповідних витрат за цінами покупців [7].

Згідно даних Світової ради з подорожей та туризму (World travel and tourism council (WTTC)) [9] динаміка обсягу ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС за досліджуваний період (2015–2019 рр.) збільшилася на 97,103 млн дол. США, що складає 19,145 %. Це збільшення було спричинено переважно за рахунок сталого приросту обсягу експортеру послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, особливо за країнами Іспанія, Франція, Великобританія, Італія та Німеччина, а також збільшенням туристичних потоків до країн ЄС (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягів ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, млн дол. США, 2015–2019 рр. (складено та розраховано авторами за даними [9])

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
Австрія	24,719	25,595	27,307	30,669	29,970	5,251	21,242
Бельгія	7,435	7,345	8,043	8,788	8,597	1,162	15,631
Болгарія	1,498	1,768	1,997	2,210	2,126	0,628	41,936
Хорватія	5,379	5,770	6,427	6,858	6,851	1,471	27,349
Кіпр	1,028	1,143	1,286	1,373	1,296	0,269	26,164
Чеська Республіка	4,866	5,273	5,896	6,569	6,381	1,515	31,141
Данія	6,562	7,122	8,051	8,643	8,371	1,809	27,568
Естонія	1,277	1,320	1,443	1,597	1,593	0,316	24,711
Фінляндія	4,649	4,767	5,285	5,648	5,459	0,810	17,411
Франція	90,146	88,642	94,832	103,462	100,987	10,841	12,026
Німеччина	118,091	120,724	129,173	139,156	136,270	18,179	15,394
Греція	13,635	13,245	14,506	16,345	17,270	3,634	26,654
Угорщина	3,202	3,446	3,986	4,359	4,530	1,328	41,469
Ірландія	4,751	4,792	5,786	6,070	5,855	1,103	23,225
Італія	98,308	99,996	108,662	118,008	114,671	16,363	16,645
Латвія	1,123	1,147	1,101	1,214	1,182	0,059	5,283
Литва	0,716	0,754	0,904	0,984	0,948	0,232	32,417
Люксембург	2,577	2,634	2,852	3,107	3,068	0,490	19,018



Продовження таблиці 1

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
Мальта	0,573	0,616	0,732	0,772	0,776	0,203	35,444
Нідерланди	12,941	13,269	14,201	15,679	15,857	2,916	22,536
Польща	8,989	9,066	10,413	11,875	11,923	2,934	32,637
Португалія	11,980	12,673	15,174	16,775	16,736	4,756	39,695
Румунія	2,954	3,194	3,958	4,440	4,390	1,437	48,646
Словацька Республіка	2,174	2,363	2,544	2,839	2,844	0,670	30,808
Словенія	1,442	1,496	1,681	1,837	1,779	0,337	23,392
Іспанія	64,625	68,391	76,089	83,674	81,627	17,002	26,308
Швеція	11,553	12,160	12,937	13,434	12,939	1,386	12,000
Об'єднане Королівство	88,010	78,844	77,621	82,700	81,487	-6,523	-7,412
ЄС	507,193	518,711	565,265	616,387	604,296	97,103	19,145

За абсолютними показниками найбільший приріст прямого внеску туризму до ВВП за країнами ЄС за аналізований період (2015–2019 рр.) спостерігався у Німеччині (18,179 млн дол. США), Іспанії (17,002 млн дол. США), Італії (16,363 млн дол. США) та Франції (10,841 млн дол. США). Від'ємну тенденцію було продемонстровано Об'єднаним Королівством (–6,523 млн дол. США).

За відносними показниками найбільший приріст прямого внеску туризму до ВВП за країнами ЄС за аналізований період (2015–2019 рр.) спостерігався у Румунії — 48,6 %, Болгарії — 41,9 %, Угорщини — 41,4 %, Португалії — 39,6 %. Польщі — 32,6 та Литви — 32,4 %.

Економічне зростання у секторі подорожей та туризму протягом останнього десятиліття постійно випереджало зростання глобального ВВП, незважаючи на економічну кризу. Це свідчить про значення зросту сектору для світової економіки та потенційне збільшення його частки у загальному доході. Непрямий економічний вплив туризму також є значним. Світовий експорт подорожей, що покриває витрати мандрівників на товари та послуги під час перебування за кордоном, зріс на 7 % у 2018 році [9]. Водночас туризм породжує економічну діяльність у суміжних секторах, таких як нерухомість, будівництво, роздрібна торгівля тощо [10].

У 2019 р. найбільшим обсягом ВВП, створеним безпосередньо в туризмі за країнами ЄС позначились Німеччина (136,270 млн дол. США), Італія (114,671 млн дол. США), Фран-

ція (100,987 млн дол. США), Іспанія (81,627 млн дол. США) та Об'єднане Королівство (81,487 млн дол. США).

Роль туристичної галузі у наповненні бюджетів усіх рівнів, а також її вплив на економіку держави в цілому можна дослідити проаналізувавши відсоток створюваного безпосередньо в туризмі ВВП від загального ВВП держави. В цілому за країнами ЄС у 2019 р. такий відсоток дорівнював 3,9 (рис. 1).

Лідером серед країн ЄС за відсотком внеску туризму до ВВП є Хорватія — відсоток внеску туризму до ВВП дорівнює 11,4, Греція — 8,2 %, Португалія — 7,1 %, Австрія — 6,8 % та Іспанія — 5,9 %.

Туризм має важливий внесок у світову економіку. Індустрія туризму не тільки приносить дохід для країни, але вона також є одним з найважливіших двигунів для зростання та економічного розвитку. Цей сектор пропонує одночасно можливість для зростання економік, а також отримання доходу особам, задіяним у цій сфері, разом з тим, витрати на туризм безпосередньо пов'язані з покращенням добробуту споживачів туристичних послуг [11]. Більше того, як правило трудомісткий сектор, туризм створює зайнятність, одночасно сприяючи розвитку навичок та місцевому підприємництву.

Як і в будь-якому іншому секторі економіки, зайнятність є важливим показником при визначенні характеристик сфери туризму виходячи із значущості цієї сфери з виробничої, соціальної та стратегічної точок зору.

Оскільки характерні для туризму види діяльності зазвичай є трудомісткими, уряди

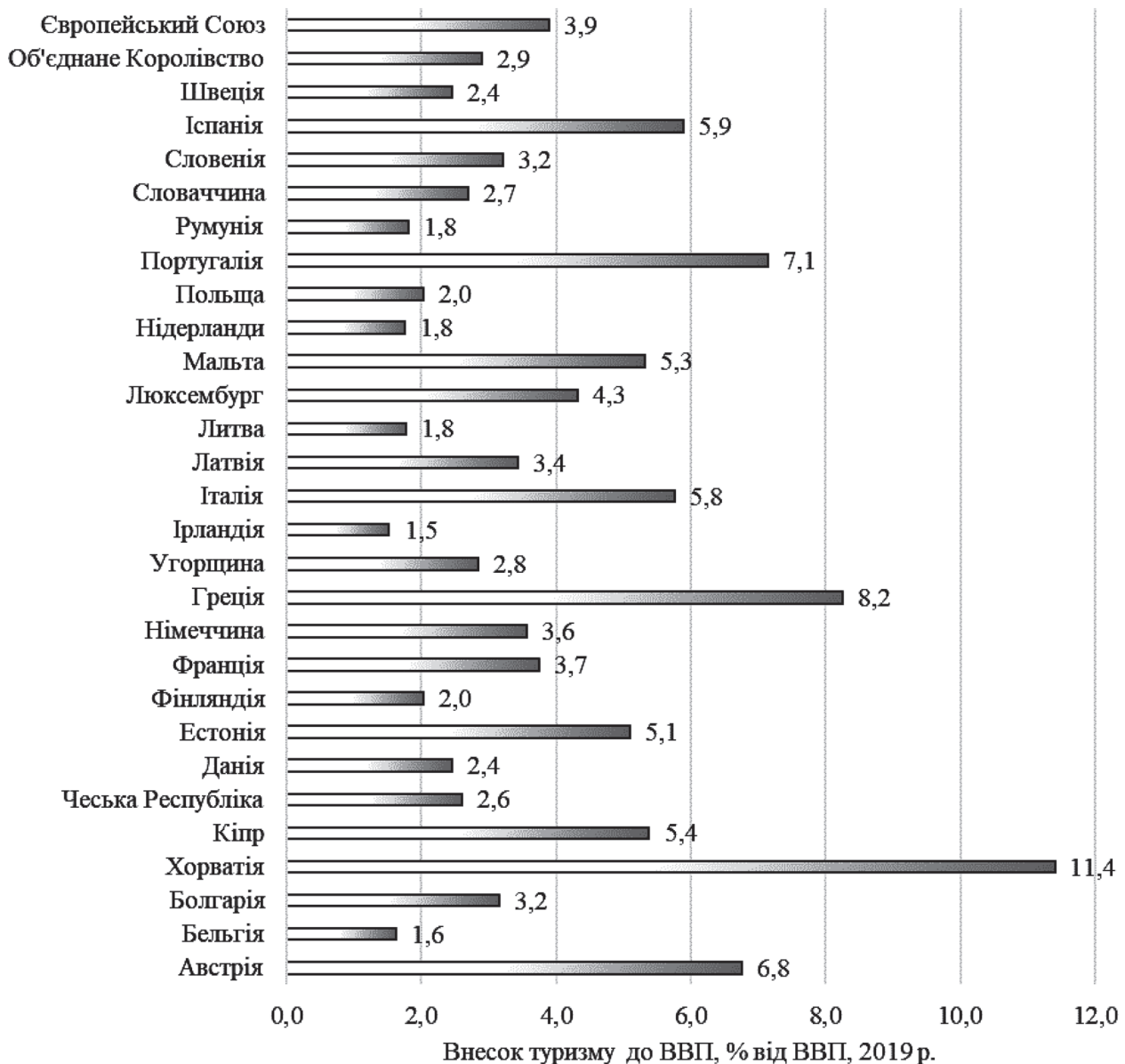


Рис. 1. ВВП, створюваний безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, % від ВВП, 2019 р.  
(складено авторами за даними [9])

держав з особливою увагою ставляться до вимірювання вкладу сфери туризму в створення робочих місць і забезпечення доступу населення до джерел доходу.

Згідно з міжнародними рекомендаціями зі статистики туризму [8] особи можуть мати два або більше місць роботи протягом облікового періоду, причому всі або деякі з цих робочих місць можуть відноситися до галузей туризму або жодне з них може не відноситися до них. Це веде до трьох різних методів вимірювання зайнятості в галузях туризму, які по-різному трактують різницю між зайнятими особами і робочими місцями.

Ця ситуація показана на рис. 2. Зайнятість в галузях туризму можна виміряти: 1) як чисельність людей, зайнятих в галузях туризму

на одному зі своїх робочих місць (1, 3 і 4а на рис. 2); 2) як чисельність людей, зайнятих в галузях туризму на своєму основному робочому місці (1 і 3 на рис. 2); 3) як число робочих місць в галузях туризму (1, 3, 3а і 4а на рис. 2).

Кожен метод вимірювання служить різним цілям, і країни можуть прийняти один або кілька таких методів в залежності від передбачуваної мети.

В економічній діяльності, пов'язаній з туризмом, працюють понад 13 млн осіб у ЄС. Близько 8 млн осіб працюють у індустрії закладів харчування, тоді як 2 млн осіб задіяні у індустрії перевезень. На сектор розміщення (без урахування нерухомості) в ЄС припадає 2,7 млн робочих місць, на туристичні агенції та туроператорів припадає близько півмільйо-

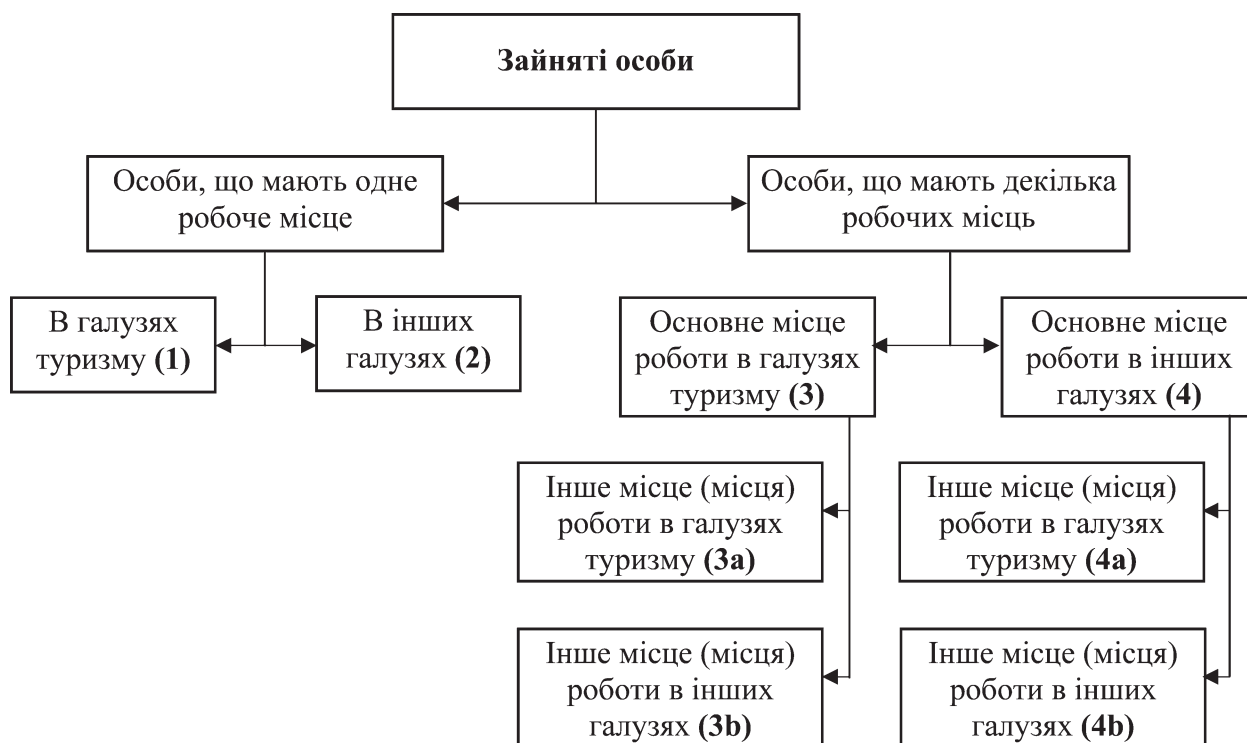


Рис. 2. Порівняння осіб, що мають одне або кілька місць роботи в галузях туризму:  
 — особи, зайняті в галузях туризму (всі робочі місця) = 1, 3, 4а;  
 — особи, зайняті в галузях туризму (основне місце роботи) = 1, 3;  
 — робочі місця в галузях туризму = 1, 3, 3а, 4а

на осіб. У трьох галузях, які майже повністю залежать від туристичної сфери (проживання, туристичні агенції /туроператори, повітряний транспорт), працюють 3,6 млн осіб [12].

За статистичною інформацією WTTC [9] за кількістю зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС у 2019 р. передові позиції за-

ймали Німеччина — 3154,53 тис. осіб, Італія — 1719,39 тис. осіб, Об'єднане Королівство — 1634,21 тис. осіб, Франція — 1309,3 тис. осіб та Іспанія — 1042,86 тис. осіб. (табл. 2).

За абсолютним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС за аналізований період (2015–

Таблиця 2

Динаміка обсягів кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС, тис. осіб, 2015–2019 рр. (складено та розраховано автором за даними [9])

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
Австрія	282,143	288,085	300	323,015	324,568	42,43	15,04
Бельгія	89,9205	88,031	94,1339	99,0288	99,5043	9,58	10,66
Болгарія	103,44	114,96	124,741	124,548	119,84	16,40	15,85
Хорватія	172,613	169,79	177,487	179,997	187,188	14,58	8,44
Кіпр	15,6535	17,0638	18,7984	19,5892	19,4217	3,77	24,07
Чеська Республіка	216,701	213,441	214,825	214,034	209,32	-7,38	-3,41
Данія	60,6988	64,1929	67,4996	69,7977	70,2927	9,59	15,81
Естонія	22,7066	22,7087	22,9892	23,2936	23,0943	0,39	1,71
Фінляндія	51,819	52,5222	55,7512	56,6983	56,4368	4,62	8,91
Франція	1211,81	1187,75	1240,22	1303,17	1309,3	97,49	8,04
Німеччина	2950,27	2960,08	3029,3	3069,04	3154,53	204,26	6,92

Продовження таблиці 2

Країна	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р., %
Греція	243,005	242,447	262,077	285,269	311,432	68,43	28,16
Угорщина	195,569	204,041	218,962	219,902	231,316	35,75	18,28
Ірландія	52,3767	53,3601	60,5751	57,9437	56,872	4,50	8,58
Італія	1506,07	1522,97	1618,53	1698,35	1719,39	213,32	14,16
Латвія	43,9095	43,9158	39,2419	39,5921	38,5398	-5,37	-12,23
Литва	23,3222	24,2086	26,171	26,0634	25,292	1,97	8,45
Люксембург	16,0953	15,7974	16,3062	15,6698	16,0208	-0,07	-0,46
Мальта	21,8265	22,7352	25,7305	25,5343	26,9632	5,14	23,53
Нідерланди	406,531	412,195	417,495	426,63	442,939	36,41	8,96
Польща	315,644	324,081	342,756	358,322	358,592	42,95	13,61
Португалія	302,917	321,311	376,857	397,448	413,528	110,61	36,52
Румунія	126,636	128,162	144,669	146,503	145,323	18,69	14,76
Словацька Республіка	63,8582	70,5506	73,2254	76,1029	77,1173	13,26	20,76
Словенія	30,4603	31,1568	33,2604	33,7637	33,1433	2,68	8,81
Іспанія	882,354	934,053	996,812	1021,71	1042,86	160,50	18,19
Швеція	157,138	166,974	181,582	185,111	187,559	30,42	19,36
Об'єднане Королівство	1340,66	1494,66	1575,31	1582,02	1634,21	293,55	21,89
ЄС	9565,49	9696,58	10180	10496,1	10700,4	1134,91	11,86

2019 рр.) спостерігався у Об'єднаному Королівстві (293,55 тис. осіб), Італії (213,32 тис. осіб), Німеччині (204,26 тис. осіб), Іспанії (160,50 тис. осіб) та Португалії (110,61 тис. осіб). Від'ємну тенденцію було продемонстровано Чеською Республікою (-7,38 тис. осіб), Латвією (-5,37 тис. осіб) та Люксембург (-0,07 тис. осіб).

За відносним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС за аналізований період (2015–2019 рр.) спостерігався у Португалії — 36,52 %, Греції — 28,16 %, Мальті — 23,53 %, Об'єднаному Королівстві — 21,89 %, Словацькій республіці — 20,76 та Кіпрі — 24,07 %.

В країнах ЄС кількість жінок, задіяних в туристичній галузі, превалює над кількістю чоловіків та складає 59 %). Найвища частка спостерігається в готельній сфері (61 %), а також у туристичних агентствах та туроператорах (64 %). Незважаючи на те, що майже кожна третя жінка, яка працює у туристичній галузі, працює неповний робочий день, жінки, які працюють на повний робочий день, все ще становлять найбільшу частку зайнятих (41 %). Зайнятість жінок становить мен-

ше 50 % зайнятих у туристичній галузі лише у двох державах-членах ЄС (Люксембург та Мальта), для сектору розміщення це стосується лише Мальти. У Словенії, Естонії, Австрії, Польщі та Литві більше двох із трьох осіб, зайнятих у туризмі, — жінки. У Словенії частка зайнятості жінок у туристичних галузях майже вдвічі перевищує загальну по економіці (70 % проти 37 %) [12].

Багато іноземних громадян працюють у галузях, пов'язаних з туризмом у країнах ЄС. У середньому на них припадає 16 % робочої сили в туристичних галузях (з них 9 % — з інших країн-членів ЄС, а 7 % — з країн, що не входять до ЄС). У цілому в секторі послуг частка зайнятих іноземних громадян становить 11 %. Розглядаючи це питання більш докладно, ми бачимо, що іноземні працівники становлять 8 % робочої сили на повітряному транспорті та 10 % у туристичних агенціях або туроператорах, 18 % робочої сили у секторі розміщення. У чотирьох державах-членах ЄС більше четверті, зайнятих у туризмі становлять іноземні громадяни: Кіпр (26 %), Ірландія (29 %), Австрія (29 %) та Люксембург (61 %) [12].



В цілому за країнами ЄС відсоток зайнятого населення у туризмі від загальної кількості зайнятих у 2019 р. дорівнював 5,3 (рис. 3).

Найбільший відсоток зайнятого населення у туризмі у 2019 р. припадав на Хорватію — 12,3 %, Мальту — 10,8 %, Португалію — 8,5 %, Грецію — 8 % та Італію — 7,4 %. Найменший відсоток осіб, задіяних у туризмі спостерігається у Румунії — 1,7 %, Литві — 1,8 %, Бельгії — 2,0 %, Фінляндії — 2,1 % та Польщі — 2,2 %.

За методологією Допоміжного рахунку туризму: рекомендована методологічна основа

2008 рік капітальні інвестиції в туризм включають капітальні інвестиційні витрати всіх галузей, безпосередньо залучених до подорожей та туризму, а також інвестиційні витрати інших галузей на певні туристичні активи, такі як житло для розміщення відвідувачів та обладнання пасажирського транспорту, а також ресторани та заклади відпочинку для конкретного туристського використання.

За період 2015–2019 рр. обсяги капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС збільшились на 24,992 млн дол. США, що становило 19,3 %. За абсолютним вираженням

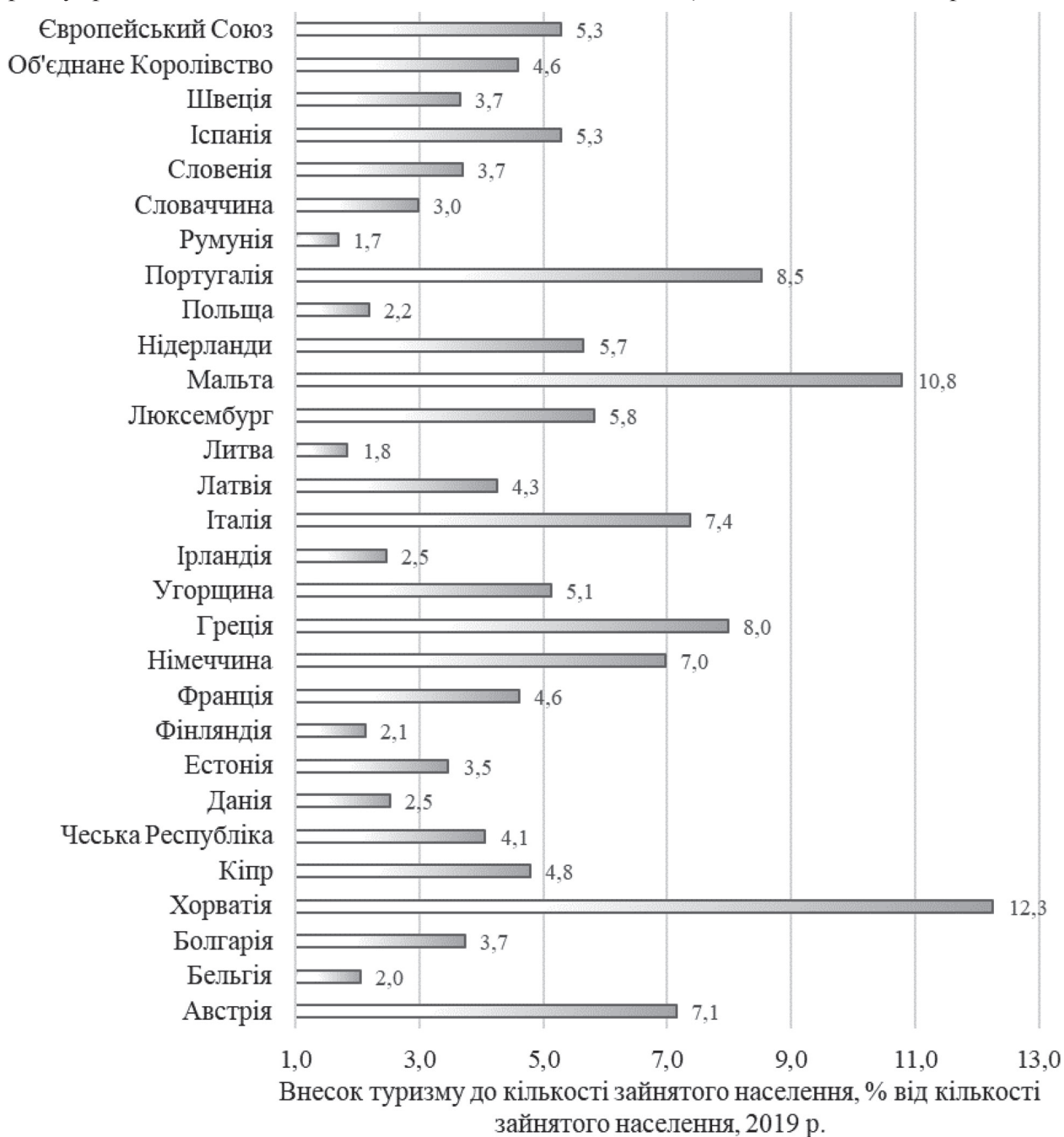


Рис. 3. Внесок туризму до кількості зайнятого населення за країнами ЄС, % від кількості зайнятого населення, 2019 р. (складено автором за даними [9])

обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь найсуттєвіше збільшився за 2015–2019 рр. у Німеччині — 8,612 млн дол. США, Іспанії — 4,513 млн дол. США, Об'єднаному Королівстві — 2,588 млн дол. США, Франції — 2,139 млн дол. США, Нідерландах — 2,840 млн дол. США та Австрії — 1,202 млн дол. США. Найбільший приріст обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС у 2019 р. зафіксовано на Кіпрі — 107,9 %, Нідерландах — 69,1 %, Угорщині — 57,1 %, Латвії — 41,8 % та Естонії — 40,9 %.

**Висновки.** В економіці ЄС туризм є вирішальним економічним рушієм, що створює робочі місця для 26 мільйонів людей — через його прямий, непрямий та індукований вплив в економіку. ЄС має добре розвинений туристичний сектор, який забезпечує значний попит як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні, причому останній становить 40 % міжнародних туристичних прибутків у світі та 31 % міжнародних надходжень від туризму. Проведений аналіз соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС за 2016–2019 рр. дозволив виявити основні особливості, а саме: 1) стійке збільшення обсягу ВВП, створюваного безпосередньо в туризмі за країнами ЄС, що було спричинено переважно за рахунок сталого приросту обсягу експортеру послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, особливо за країнами Іспанія, Франція, Великобританія, Італія та Німеччина, а також збільшенням туристичних потоків до країн ЄС; 2) наявність значної диспропорції відсотків створюваного безпосередньо в туризмі ВВП від загального ВВП держави за країнами ЄС та виокремлення країн-лідерів (Хорватія — відсоток внеску туризму до ВВП дорівнює 11,4, Греція — 8,2 %, Португалія — 7,1 %, Австрія — 6,8 % та Іспанія — 5,9 %) та наздоганяючих країн (Ірландія — 1,5 %, Бельгія — 1,6 %); 3) помірне збільшення кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС з наявністю розбіжності у рейтингуванні країн за абсолютним та відносним відхиленням приросту зазначеного показника (за абсолютним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС спостерігався у Об'єднаному Королівстві (293,55 тис. осіб), Італії (213,32 тис. осіб), Німеччині (204,26 тис. осіб), Іспанії (160,50 тис. осіб) та Португалії (110,61 тис. осіб). Від'ємну тенденцію було продемонстровано Чеською

Республікою (-7,38 тис. осіб), Латвією (-5,37 тис. осіб) та Люксембургом (-0,07 тис. осіб); за відносним відхиленням найбільший приріст кількості зайнятого населення в туризмі за країнами ЄС спостерігався у Португалії — 36,52 %, Греції — 28,16 %, Мальті — 23,53 %, Об'єднаному Королівстві — 21,89 %, Словацькій республіці — 20,76 та Кіпрі — 24,07 %); 4) нерівномірність обсягів відсотку зайнятого населення у туризмі від загальної кількості зайнятих за країнами ЄС та виокремлення країн-лідерів (Хорватія — 12,3 %, Мальта — 10,8 %, Португалія — 8,5 %, Греція — 8 % та Італія — 7,4 %) та наздоганяючих країн (Румунія — 1,7 %, Литва — 1,8 %, Бельгія — 2,0 %, Фінляндія — 2,1 % та Польща — 2,2 %); суттєве зростання обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь за країнами ЄС.

#### Список літератури

1. Горіна Г. О., Чернега О. Б., Богатирьова Г. А. та ін. Стратегічні імперативи стійкого розвитку туризму в країнах ЄС: впровадження досвіду для України : монографія / наук. ред. Г. О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. Р. А. Козлов, 2020. 114 с. URL : <http://elibrary.donnue.edu.ua/2065>.
2. Trunina, I. M., Sushchenko, O. A., Druzhynina, V. V., Zahorianska, O. L. (2020). Globalization impact on the world travel market development. SHS Web Conf. Vol. 73. URL : [https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2020/01/shsconf\\_ies\\_2019\\_01029.pdf](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2020/01/shsconf_ies_2019_01029.pdf).
3. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., Samoilenko, A. (2016). Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*, no. 3 (12), pp. 45–50.
4. Разінькова М. Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 3. С. 32–36.
5. Скарга О. О. Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2016. Вип. 2 (02). С. 52–57.
6. Горіна Г. О. Діяльність міжнародних організацій та асоціацій в індустрії подорожей і туризму. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 10 (172). С. 13–18.
7. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (2008). URL : [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80rev1e.pdf).

8. International Recommendations for Tourism Statistics (2008). United Nations Publication Sales, 2010, no. E.08. XVII.28. URL : [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf).

9. World travel and tourism council. URL : <https://wtcc.org>.

10. Barkas Panagiotis, Honeck Dale, Rubio Ester (2020). International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis. URL : <https://www.econstor.eu/handle/10419/225258>.

11. OECD (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. URL : <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.

12. Eurostat. URL : [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main\\_Page](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main_Page).

### References

1. Gorina, G. O., Cherneha, O. B., Bohatyrova, H. A., Romanukha, O. M., Nikolaichuk, O. A. (2020). *Stratehichni imperatyvy stiikoho rozvytku turyzmu v krainakh YeS: vprovadzhennia dosvidu dlia Ukrainy* [Strategic imperatives of sustainable tourism development in EU countries: introduction of experience for Ukraine]. Kryvyi Rih, R. A. Kozlov Publ., 114 p.

2. Trunina, I. M., Sushchenko, O. A., Druzhynina, V. V., Zahorianska, O. L. (2020). Globalization impact on the world travel market development. SHS Web Conf. Vol. 73. Available at : [https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2020/01/shsconf\\_ies\\_2019\\_01029.pdf](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2020/01/shsconf_ies_2019_01029.pdf). [Accessed 1 May 2021].

3. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., Samoilenko, A. (2016). Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*, no. 3 (12), pp. 45–50.

4. Razinkova, M. (2020). *Mizhnarodnyi turyzm i yoho vplyv na rozvytok mizhnarodnoi ekonomiky*

[International tourism and its impact on the development of international economy]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 3, pp. 32–36.

5. Skarha, O. O. (2016). *Suchasni tendentsii rozvytku svitovoho rynku turystychnykh posluh* [Modern tendencies of the global tourism market development]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia* [Eastern Europe: Economy, Business and Management], vol. 2 (02), pp. 52–57.

6. Gorina, G. O. (2015). *Dialnist mizhnarodnykh orhanizatsii ta asotsiatsii v industrii podorozhei i turyzmu* [Activities of international organizations and associations in the travel and tourism industry]. *Aktualni problemy ekonomiky* [Actual problems of economics], no. 10 (172), pp. 13–18.

7. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. Available at : [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80rev1e.pdf) [Accessed 30 April 2021].

8. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. United Nations Publication Sales No. E.08. XVII.28. 2010. Available at : [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf). [Accessed 30 April 2021].

9. World travel and tourism council. Available at : <https://wtcc.org>. [Accessed 29 April 2021].

10. Barkas Panagiotis, Honeck Dale, Rubio Ester (2020). International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis. Available at : <https://www.econstor.eu/handle/10419/225258>. [Accessed 3 May 2021].

11. OECD (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. Available at : <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>. [Accessed 2 May 2021].

12. Eurostat. Available at : [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main\\_Page](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Main_Page). [Accessed 3 May 2021].

**Objective.** *The objective of the present article is to identify key trends in tourism development in the EU countries based on socio-economic indicators.*

**Methods.** *To achieve the set tasks and goals, the following research methods are used: analysis and synthesis (to determine the signs and properties of tourism development in the EU countries), systemic and complex analysis, comparisons (to determine the similarities and differences in socio-economic indicators of development of the EU countries), calculation and analytical (to determine the key trends in tourism development in the EU by socio-economic indicators), graphical and tabular methods (for a visual representation of statistical material).*

**Results.** *The analysis of socio-economic indicators of tourism development in the EU countries for 2016–2019 made it possible to identify the main features, namely: 1) a steady increase in the volume of GDP created directly in tourism in the EU countries, which was caused mainly by a steady increase in the volume of services exports related to tourism and travel, especially in Spain, France, Great Britain, Italy*

and Germany, as well as an increase in tourist flows to the EU countries; 2) the presence of a significant disproportion in the percentage of GDP created directly in tourism from the total GDP of the state in the EU countries and the selection of leading countries (Croatia — the percentage of tourism's contribution to GDP is 11.4, Greece — 8.2 %, Portugal — 7.1 %, Austria — 6.8 % and Spain — 5.9 %) and catching-up countries (Ireland — 1.5 %, Belgium — 1.6 %); 3) a moderate increase in the number of employed people in tourism across the EU countries with a difference in the ranking of countries by the absolute and relative deviation of the growth of this indicator (in absolute deviation, the largest increase in the number of employed people in tourism across the EU countries was observed in the UK (293.55 thousand people), Italy (213.32 thousand people), Germany (204.26 thousand people), Spain (160.50 thousand people) and Portugal (110.61 thousand people). A negative trend was shown by the Czech Republic (−7.38 thousand people), Latvia (−5.37 thousand people) and Luxembourg (−0.07 thousand people), according to the relative deviation, the largest increase in the number of employed populations in tourism in the EU countries was observed in Portugal — 36.52 %, Greece — 28.16 %, Malta — 23.53 %, Great Britain — 21.89 %, the Slovak Republic — 20.76 and Cyprus — 24.07 %); 4) the unevenness of the percentage of the employed population in tourism from the total number of employed in the EU countries and the allocation of leading countries (Croatia — 12.3 %, Malta — 10.8 %, Portugal — 8.5 %, Greece — 8 % and Italy — 7.4 %) and catching-up countries (Romania — 1.7 %, Lithuania — 1.8 %, Belgium — 2.0 %, Finland — 2.1 % and Poland — 2.2 %); 5) a significant increase in the volume of capital investments in the tourism industry in the EU countries.

**Key words:** GDP generated in tourism, employed population in tourism, capital investment in the tourism industry, EU countries, tourism statistics, tourism development.

*Надійшла до редакції 26.04.2021*



DOI : 10.33274/2079-4762-2021-49-1-116-124

JEL: L83, M39

УДК 640.4 (316.77-021.321:004.77)(477)(045)

**Романуха О. М.,**  
канд. іст. наук,  
доцент

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

**Шаповалова І. В.,**  
асистент

e-mail: shapovalova@donnuet.edu.ua

### ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ УКРАЇНИ

UDC 640.4 (316.77-021.321:004.77) (477) (045)

**Romanukha O. M.,**  
PhD in History,  
Associate Professor

Mykhailo Tuhon-Baranovskyi Donetsk  
National University of Economics and Trade,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: romanukha@donnuet.edu.ua

**Shapovalova I. V.,**  
Assistant Professor

e-mail: shapovalova@donnuet.edu.ua

### SOCIAL NETWORKS' COMMUNICATIONS PECULIARITIES OF HOSPITALITY INDUSTRY ENTERPRISES ON THE EXAMPLE OF HOTELS AND RESTAURANTS OF UKRAINE

***Мета.** Метою статті є вивчення особливостей комунікації в соціальних мережах підприємств індустрії гостинності на прикладі топових готелів та ресторанів України.*

***Методи.** Використано комплекс загальнонаукових методів гносеології: теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу, індукції та дедукції, методів статистики і аналізу. Вихідним фактом дослідження є констатація збільшення ролі соціальних мереж в комунікаціях готелів та ресторанів з клієнтами, перетворення їх на діалоговий майданчик для просування власного продукту та послуг. Залежність характеру та інтенсивності комунікацій від стану ринку.*

***Результати.** Розглянуто причини зростання популярності соцмереж в суспільстві, як засобу комунікації, та звернено увагу на вікові особливості їх користувачів. Констатовано, що комунікативна активність готелів та ресторанів напряду залежала від ситуації на ринку. Готелі активно взаємодіяли з аудиторією в періоди посилення конкуренції та навпаки знижували її за умови зростання кількості клієнтів. Звернено увагу на вплив міжнародних заходів на рівень активності комунікацій підприємств гостинності в Facebook. Виявлено, що під час проведення в Україні великих міжнародних заходів — чемпіонату з футболу Євро-2012 та пісенного конкурсу — Євробачення-2017 готелі послаблювали роботу в соцмережах, ресторани навпаки — активно боролися за клієнта. Основними методами формування активності виступали публікації, репости, коментарі та уподобання. Проведено паралелі між динамікою комунікацій готелів та коливанням загальної динаміки їх кількості в Україні. Визначено основні інформаційні приводи, які формували найбільшу активність в соцмережах. Констатовано, що повідомлення стосовно якості послуг, їх різноманітності, сервісу були малоцікаві відвідувачам. Основну інформаційну активність формували меседжі стосовно відзначення закладів нагородами, їх участі в різноманітних благодійних акціях, висвітлення прийомів відомих гостей. Одночасно звернено увагу на використання маркетингових прийомів залучення аудиторії, домінування в інформаційному полі більшою мірою фото та відео матеріалів, використання текстів в незначній кількості. Підкреслено, що пости, які мали на фото не лише зображення готелю чи ресторану, але й людей мали в середньому вищу оцінку ніж просто світлини інтер'єру.*

***Ключові слова:** готель; ресторан; гостинність; соціальні мережі; комунікації; туризм.*

**Постановка проблеми.** Розвиток індустрії гостинності обумовлює врахування не лише технічних аспектів становлення галузі, але й маркетингових, комунікативних. Виробництво продукту, послуги без розуміння потреб аудиторії не принеситиме позитивного

результату. Тому встановлення зворотного зв'язку, побудова діалогового майданчику — важлива умова успішного розвитку галузі. В час швидкого розвитку інформаційних технологій дану функцію на себе багато в чому перебрали соціальні мережі. Стрімко еволюціонуючи вони увібрали в себе не лише інформативні функції в суспільстві, але й комунікативні (можливість листування, дзвінків, відео конференцій). Підприємства готельно-ресторанної сфери активно розвивають даний ресурс, вибудовуючи у такий спосіб не лише іміджеву політику закладу, але й аналізуючи потреби ринку, його вподобання, аудиторію.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вивченню даного питання приділялась значна увага. Роль комунікації як інструменту підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства вивчав А. В. Магалецький [1]. Звертали увагу на роль електронних комунікацій в маркетинговій політиці підприємств гостинності і Г. В. Янковська [2], М. І. Даниленко [3]. Питання методів популяризації готелю інструментами соціальних мереж вивчала М. А. Зубарева [4].

Дані роботи торкалися теоретичних аспектів маркетингової політики та лишали поза увагою питання взаємодії з аудиторією, характеристик контенту та залежності характеру комунікацій від ситуації на ринку.

**Мета статті** полягає у вивченні особливостей комунікації в соціальних мережах підприємств індустрії гостинності, на прикладі топових готелів та ресторанів України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Особливістю роботи в індустрії гостинності є потреба в тісній комунікації з клієнтом. На відміну від промисловості, де взаємодія відбувається з крупними юридичними особами, гостинність взаємодіє з всіма суб'єктами ринку та здебільшого орієнтована на фізичних осіб, що формують її аудиторію. Зважаючи на це, роль соціальних мереж, як важливого каналу комунікації з клієнтом беззаперечна. Поширення соціальних мереж в Україні відбулося на початку ХХ ст. Засновники майданчиками для комунікації стали: Facebook, Instagram, TikTok та ін. Згідно маркетингових досліджень ринку 2019 року, проведеного комунікаційним агентством PlusOne, найбільшу аудиторію в Україні мав Facebook — близько 14 млн користувачів. Друге місце посів Instagram — 11 млн користувачів. Крім чисельної відмінності не-

обхідно звернути увагу й на вікові відмінності аудиторії соцмереж. Основу користувачів Facebook становили особи віком 25–45 років, в той час, як Instagram віддавала перевагу молоді — 16–25 років. У віковій групі 18–24 років 2,1 млн українців користувалися Facebook, це 68,28 % від загальної кількості мешканців України в цій групі. У віковій групі 25–35 років 4,6 млн Facebook-користувачів, це 62,43 % від загальної кількості мешканців України в цій групі. Серед українців віком від 36 до 45 років Facebook користувались 3 млн осіб, це 48,18 % від усього населення України цього віку. Позиції Facebook значно зросли після 2017 року коли було заборонено російські соцмережі Вконтакте та Однокласники. Це сприяло збільшенню популярності Facebook в Україні. Якщо на 2016 рік, за даними рекламного кабінету Facebook, кількість їх користувачів становила 5,4 млн осіб, то на 2020 рік близько 19 млн чоловік. Враховуючи поширеність Facebook серед користувачів середнього віку, які є основними споживачами товарів та послуг, обрання даної соціальної мережі за основу дослідження не викликає сумніву [6].

Активність готелів та ресторанів розглянута на прикладі їх офіційних сторінок в мережі Facebook. До аналізу брались заклади, що потрапили до Всеукраїнського рейтингу ТОП-100 готелів та ресторанів за версією «Новое Время» [7]. Матеріал опрацьовувався за допомогою додатку сервіс аналітики для постів та сторінок в соціальних мережах popsters. Дані збиралися за весь період функціонування сторінки та за показниками кількості: лайків; репостів; коментарів; публікацій.

Аналіз соціальних сторінок найбільших закладів гостинності показав, що готелі активно нарощували комунікації, проте піки активності були циклічні. Приміром Premier Palace сформував піки зростання в 2013, 2016 та 2019 роках. Kharkiv palace premier був найбільш активним в соцмережах 2016 та 2020 року, Hilton Kyiv 2016 та 2019 років, а Reikartz Hotels & Resorts в 2013, 2017 та 2019 роках (рис. 5). При цьому основним методом формування активності було розміщення публікацій в мережі. Їх зміст був у більшості випадків лаконічним та супроводжувався фото й відео. Вибір фото та відео, як основної форми роботи, обумовлювався висновками дослідження компанії «VFM Leonardo Hotel E-Business Survey» щодо маркетингових переваг та ефективності даних

матеріалів (Issledovanie: 3D-panoramy i otelnye tury v gostinichnom biznese). Особливістю комунікацій готелів був спад їх активності в рік проведення великих міжнародних заходів. Проведені в Україні 2012 року кубок УЕФА та 2017 року пісенний конкурс Євробачення, демонструють спад кількості публікацій та як наслідок репостів, обговорень та лайків (Див. табл. 1). Приїзд туристів в Україну, швидше за все, наситив ринок клієнтами та зменшив потребу в додатковій рекламі. Одночасно з цим активність зростає напередодні міжнародних заходів та після. Якщо Premier Palace на 2012 рік мав 220 публікацій, 568 репостів та 2 086 лайків то 2013 року кількість публікацій зростає до 434, репостів — 867, а лайків — 4 519. Напередодні пісенного конкурсу Євробачення у 2016 році готель розмістив 187 публікацій, мав 332 — репости та 4 886 лайків. У рік проведення конкурсу ці дані скоротилися до 90 публікацій, 200 — репостів, 3 526 лайків. Після проведення Євробачення-2017 активність зростає

до 152 публікацій, 398 репостів та 4 434 лайків у 2018 році та 162 публікації, 701 — репост та 7 985 лайків у 2019 році. Аналогічні процеси ми можемо прослідкувати й на прикладі інших готелів наведених в табл. 1.

Коливання комунікаційної активності готелів пояснюється коливанням загальної динаміки кількості готелів в Україні. Якщо на 2011 рік в Україні нараховувалось 4 209 закладів розміщення з яких до числа юридичних осіб підприємців належало 106 заклади, то 2019 року дані показники зросли до 5 451 закладів розміщення з них 105 юридичних осіб. Як видно приріст готелів та подібних закладів розміщення відбувався за рахунок збільшення кількості фізичних осіб підприємців. Активність юридичних осіб (великих готелів) прослідкувалась лише під час проведення міжнародних заходів. Так кількість великих готелів в 2011 року нараховувала — 106 одиниць, 2012 року — 126, а 2013 року вже 117, 2014 року — 77. Повторюється дана ситуація 2017 року під

Таблиця 1

Активність сторінок готелів в Facebook (складено автором на основі джерела [9–13])

	Показники	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Premier Palace	Лайки	389	2086	4519	2834	3214	4886	3526	4434	7985	2485
	Репости	93	568	867	435	336	332	200	398	701	226
	Коментарі	24	75	87	84	66	61	35	60	261	35
	К-сть. публ.	113	220	434	229	267	187	90	152	162	70
Khar'kiv palace premier hotel	Лайки	0	538	742	2809	4088	4592	2594	1966	7733	4962
	Репости	0	180	177	719	759	616	246	254	717	431
	Коментарі	0	28	23	64	92	127	37	96	663	542
	К-сть. публ.	0	69	65	291	283	196	68	72	163	102
Intercontinental	Лайки	1111	1565	1595	3433	3974	3576	2028	4515	6480	2485
	Репости	54	236	252	951	1074	593	204	391	484	283
	Коментарі	93	88	49	115	177	97	17	35	141	26
	К-сть. публ.	117	114	105	220	270	188	113	136	135	74
Hilton Kyiv	Лайки	0	0	154	2809	4093	4592	2594	1966	7733	4962
	Репости	0	0	177	719	759	616	246	254	717	431
	Коментарі	0	0	7	64	92	129	37	96	663	542
	К-сть. публ.	0	0	6	347	224	162	178	101	143	147
Reikartz Hotels & Resorts*	Лайки	148	370	2509	1506	1372	576	5096	3202	7049	1861
	Репости	7	51	280	264	276	121	684	435	618	111
	Коментарі	21	21	193	28	31	22	104	127	276	26
	К-сть. публ.	100	126	325	115	87	24	93	73	109	54

\* Активність сторінки проілюстровано на рис. 5.

час проведення конкурсу євробачення. 2016 року в Україні було 87 великих готелів, 2017 року їх кількість зростає до 112, а наступного 2018 року падає до 106 [8]. Тому можемо стверджувати, що посилення конкуренції на ринку виступало основою причиною активізації комунікацій на сторінках в Facebook в період між 2012–2017 та 2017–2020 роками. Особливістю 2020 року є загострення епідеміологічної ситуації через поширення Covid-19 та тривалого локдауну й як результат зменшення кількості туристів, різноманітних заходів. Відсутність сенсу проведення активних інформаційних компаній, через закриття ринку звело до мінімуму активність готелів в соціальних мережах.

У більшості випадків усі готелі робили акцент на одноманітному інформаційному матеріалі в вигляді фото, відео приміщень готелі, запрошень на святкування, проведення корпоративних заходів, сімейного відпочинку. Відстежуючи причини піків активності погля-

немо на відмінний контент. Основними інформаційними приводами, що сформували активність на соціальній сторінці Facebook готелю Premier Palace 2019 року були: згадування участі ресторану Atmosfera Restaurant у Національній ресторанній премії Сіль та нагородження дипломом переможця; проведення благодійних акцій по збору коштів для благодійних фондів, що опікуються дітьми; запрошення на святкові заходи (Новий рік, день закоханих та ін.); 2016 року: інтерв'ю з керівником відділу заходів про самі яскраві події; анонси музичних фестивалів; 2013 рік: включення готелю до топ-100 кращих закладів розміщення України за рейтингом Ради з питань туризму та курортів та Асоціації готелів та готельних об'єднань міст України; Джазові вечори. Активність 2015 року супроводжувалась згадуванням про отримання Premier Palace Hotel нагороди Ukrainian Hospitality Awards 2015 у номінації «Краща маркетингова кампанія» та проведення на базі закладу 12-го щорічного саміту Ялтинської Європейської Стратегії. (рис. 1).

Особливістю комунікацій Kharkiv palace premier hotel у 2019 році було: інформування про відкриття рестораном The Terrace сезону еногастрономічних вечорів Chef & Sommelier-2019; представлення в команді шеф-поварів О. Дендебері; перемога готелю в номінаціях Best Business Hotel 5\* і Best MICE Hotel міжнародного конкурсу Hospitality Awards; 2016 року: включення до Топ-10 кращих готелів України за версією журналу U. S. News & World Report. Новинний арсенал 2014 року мав лише одне вагоме повідомлення про перемогу готелю в номінації «Кращий MICE

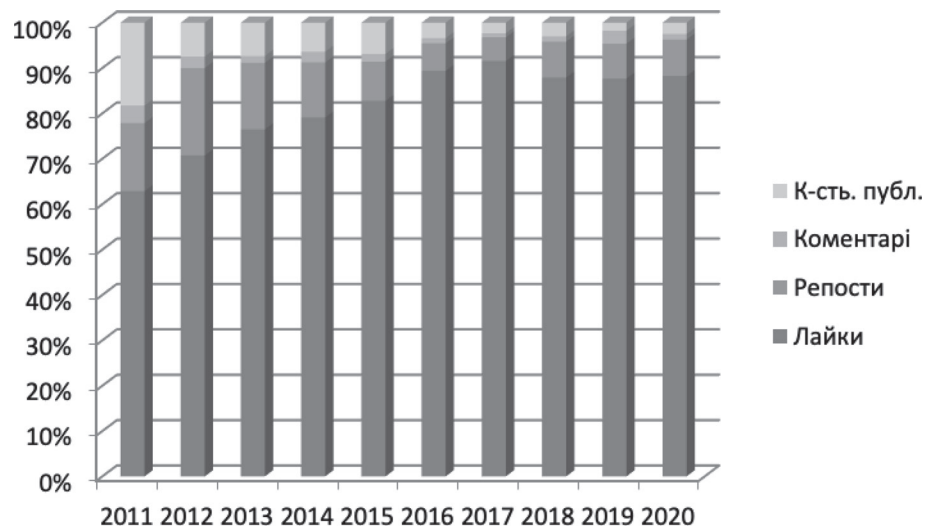


Рис. 1. Активність сторінки готелю Premier Palace в Facebook

готель» у 2014 році за версією Hospitality Awards (рис. 2.)

Оцінка постів залежала від характеру розміщеної інформації. Повідомлення щодо комфортабельності номерів, якості послуг у середньому отримували від 20 до 30 лайків та давали незначне охоплення аудиторії. Значно вищу оцінку мали меседжі щодо проведення визначних заходів, зустрічі відомого гостя, відзначення готелю та перемоги. Як приклад, пости Intercontinental Kiev про розміщення віце-прем'єр-міністра та Міністра Закордонних Справ Республіки Болгарія К. Захарієвої набрали 137 уподобань та 14 репостів, розміщення Президента швейцарської конфедерації С. Саммаруги — 68 лайків, подяка команді InterContinental Kyiv від Hearts Charity Evening за організацію благодійного вечору для збору коштів на лікування серцевих хвороб у дітей. — 51 уподобання (рис. 3).

Активність сторінок Facebook інших готелів була аналогічною. Так повідомлення Hilton Kyiv стосовно інфраструктури готелю



та пропонуванних послуг в середньому набирали до 30 уподобань (рис. 4). Виключення склали меседжі щодо визнання готелю «Кращим 5 зірковим бізнес-готелем України 2020» за версією Міжнародних тревел нагород — 50 уподобань. Зацікавив аудиторію і меседж стосовно соціальної корпоративної відповідальності закладу й організацію для співробітників готелю екскурсії до Прип'яті — 40 лайків.

Як видно готелі намагалися активно інформувати аудиторію про свої можливості в обслуговуванні відвідувачів, проте цікавість до таких повідомлень була низькою. Інформаційні піки формували меседжі стосовно визнання закладів громадськістю у формі отримання нагород в конкурсах чи відвідування готелю відомими людьми (політиками, діячами культури та спорту). При цьому, порівнюючи контент як на сторінках готелів так і між собою, необхідно зазначити, що пости, які мали на фото не лише зображення номера та інтер'єру, але й людей — мали в середньому вищу оцінку ніж просто світлина готелю.

Динаміка розвитку ресторанної галузі, сформувала свої особливості ведення комунікацій. Притаманні часті реорганізації ресторанів, ребрендинг, зміна власників показали активне переформування топових закладів у 2016 році (див.

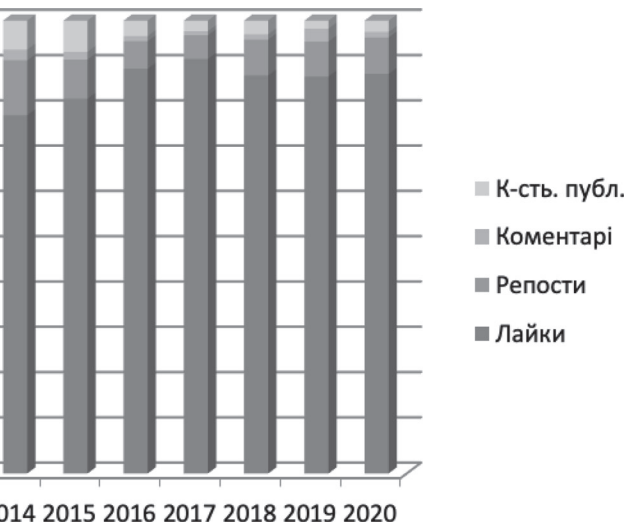


Рис. 2. Активність сторінки готелю Kharkiv palace premier в Facebook

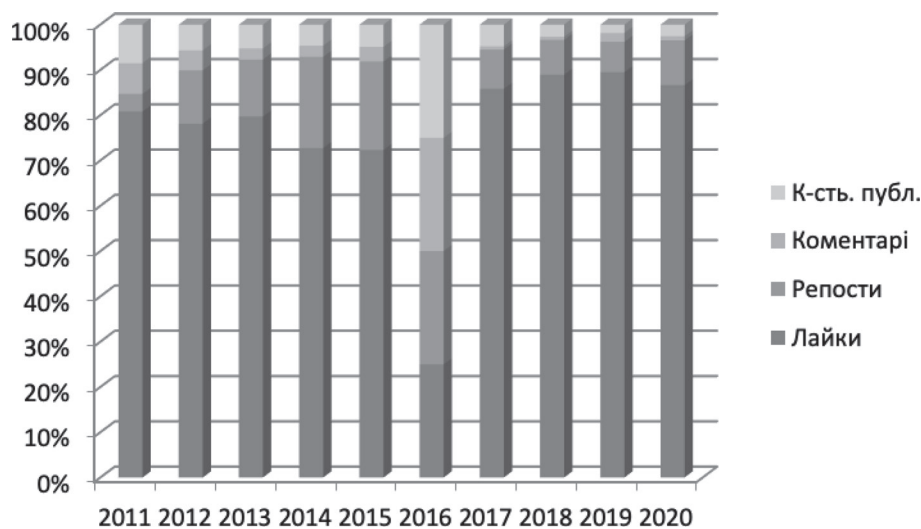


Рис. 3. Активність сторінки готелю Intercontinental в Facebook

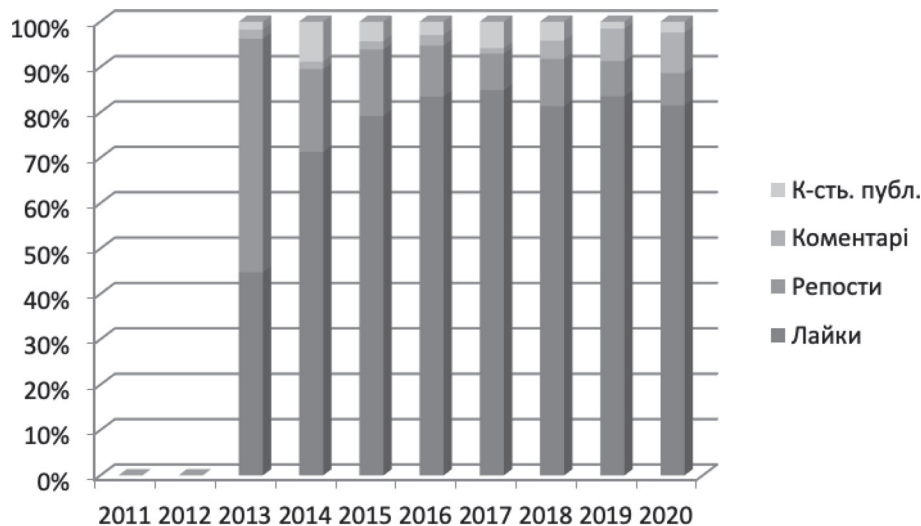


Рис. 4. Активність сторінки готелю Hilton Kyiv в Facebook

табл. 2). Значна частина сторінок ресторанів в Facebook ведуть свою історію саме з даного часу. Можлива причина цього — підготовка до проведення в Україні пісенного конкур-

## Активність сторінок ресторанів в Facebook (складено автором на основі джерела [14–18])

Ресторани	Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Alaska Kyiv	Лайки	0	0	0	10496	16498	13741	10767
	Репости	0	0	0	190	182	107	158
	Коментарі	0	0	0	324	755	268	209
	К-сть. публ.	0	0	0	214	448	375	175
La Veranda Kyiv	Лайки	5691	6082	3375	5084	8429	4106	1765
	Репости	180	197	281	159	378	131	46
	Коментарі	307	289	408	286	342	157	54
	К-сть. публ.	248	240	169	133	305	193	112
BAO	Лайки	0	0	22901	19359	3963	3550	8738
	Репости	0	0	561	290	62	46	142
	Коментарі	0	0	1723	582	217	117	212
	К-сть. публ.	0	0	373	259	185	137	171
Fujiwara Yoshi	Лайки	0	0	3061	3150	4905	7832	4897
	Репости	0	0	78	70	215	195	112
	Коментарі	0	0	298	229	444	467	250
	К-сть. публ.	0	0	179	160	100	198	163
Catch	Лайки	0	0	0	1248	39879	30866	14957
	Репости	0	0	0	26	339	124	80
	Коментарі	0	0	0	53	1786	916	357
	К-сть. публ.	0	0	0	15	274	231	141

су Євробачення-2017. Одночасно з цим потрібно враховувати і той факт, що 2017 року було заборонено функціонування російських соціальних мереж і підприємства ресторанного господарства були вимушені перебазуватися на ресурси Facebook.

Ресторани намагалися активно взаємодіяти з аудиторією, рекламуючи себе

в такий спосіб. Основними причинами спаду їх активності 2020 року стало поширення вірусу COVID-19 та закриття на карантин. Проведення в Україні великих міжнародних подій навпаки, сприяло посиленню комунікації. Найбільші піки взаємодії ресторанів з аудиторією відбулися 2017 та 2018 роках. В подальшому їх кількість знижувалась. Порівнюючи дані з загальною динамікою кількості ресторанів та закладів харчування ми бачимо посилення комунікацій при зростанні кількості ресторанів. Якщо 2016 році в Україні нараховувалось 38 199 закладів харчування з них

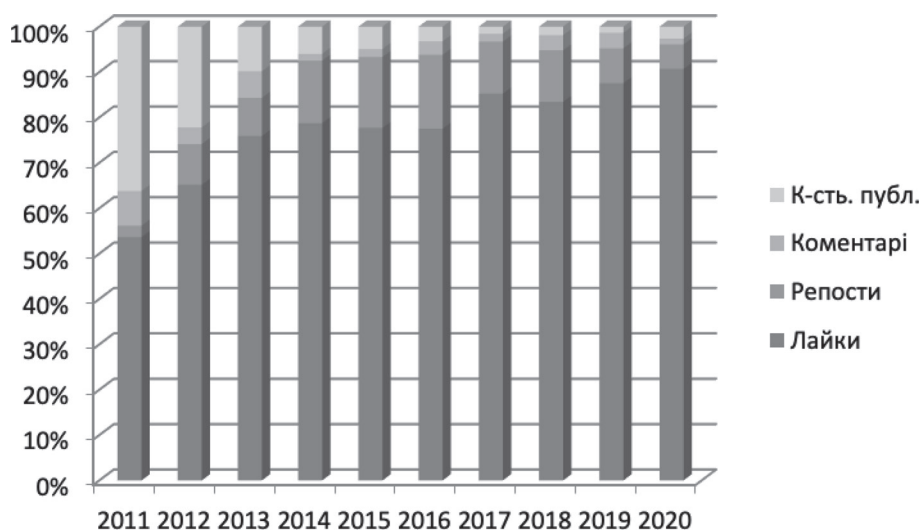


Рис. 5. Активність сторінки готелю Reikartz Hotels & Resorts в Facebook

85 юридичних осіб та 34 207 фізичних то 2017 року ця кількість зросла до 38 545 закладів з них 111 юридичних осіб та 34 102 — фізичних. 2019 року загальна кількість даних підприємств становила 48 398 з яких 105 були юридичними особами та 43 572 — фізичними. Характер пропонованої інформації був подібний до готелів. За даними сторінки морського ресторану Catch, можна побачити, що інформація стосовно пропонованого асортименту отримала не найбільшу кількість лайків. Прихильність в більшій мірі викликали пости щодо перемоги ресторану у національній

ресторанній премії «Сіль», анонс тематичних вечорів присвячених брендовим алкогольним напоям чи циклу вишуканих страв з екзотичних продуктів. Особливістю ресторану Alaska Kyiv стало поширення інформації про участь працівників закладу в мітингах проти закриття ресторанів на локдаун.

**Висновки.** Отже, соціальні мережі стали активним діалоговим майданчиком готелів та ресторанів на ринку послуг гостинності. Їх входження в життя людини трансформувало особливості комунікацій — перевівши їх в цифровий формат. Популярність мережі Facebook обумовлювалось характером аудиторії, що користується нею та заборонаю в Україні 2017 року російських соцмереж. Аналіз взаємодії готелів з користувачами соціальних мереж засвідчив зменшення активності в період проведення великих міжнародних заходів та її зростання після. Приїзд туристів на Євро-2012 та Євробачення-2017 сприяли збільшенню попиту на проживання та зменшення витрат на рекламу й комунікації. У той же час ми бачимо час діаметрально протилежну комунікативну поведінку ресторанів. Наявність значної кількості нових клієнтів вимагали активізації комунікації в соцмережах з метою приваблення клієнту до себе. У період відсутності піків туристичної активності та домінування сталої аудиторії, комунікаційна активність ресторанів спадала. Звертає на себе увагу і зміст постів. Матеріали стосовно послуг, номерів, страв мало цікавили клієнтів, значно більшу увагу привертала інформація що підкреслювала переваги закладу над іншими: перемоги в національних конкурсах; включення до топ-100 закладів готельного чи ресторанного господарства; відвідання його відомими особами; проведення благодійних акцій чи тематичних вечорів.

### Список літератури

1. Магалецький А. В. Комунікаційна політика як ефективний інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. *Ефективна економіка*. 2010. №11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=391>
2. Янковська Г. В. Електронні комунікації в діяльності підприємств готельного господарства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. № 1. С. 15–21.
3. Даниленко М. І. Соціальні медіа у готельному бізнесі: гармонізація експансії. *Ак-*

*туальні проблеми секторальної економіки*. 2015. №5 (21). С. 124–130.

4. Зубарева М. А. Інструменти популяризації готелю у соціальних мережах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. №4. С. 738–742.

5. Українська аудиторія Facebook за рік зросла на 3 мільйони осіб (інфографіка). URL : <https://www.unian.ua/economics/telecom/10445769-ukrajinska-auditoriya-facebook-za-rik-zrosla-na-3-milyoni-osib-infografika.html>.

6. Счастье есть. НВ называет ТОП-100 лучших ресторанов Украины 2019. URL : <https://life.nv.ua/food-drink/top-100-luchshih-restoranov-ukrainy-2019-po-versii-nv-50018618.html>.

7. Исследование: 3D-панорамы и отельные туры в гостиничном бизнесе. URL : <http://panorama51.ru/3D-panarama-bisnes-tour.html>.

8. State Statistics Service of Ukraine (2018). Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розміщення в Україні у 2017 році. URL : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_kzr\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf).

9. Premier Palace Hotel. Available at : <https://www.facebook.com/PremierPalace>.

10. Kharkiv Palace Hotel. Available at : <https://www.facebook.com/KharkivPalace>.

11. Intercontinental Kiev. Available at : <https://www.facebook.com/InterContinentalKyiv>.

12. Hilton Kyiv. Available at : <https://www.facebook.com/hiltonkyivhotel>.

13. Reikartz Hotels & Resorts. Available at : <https://www.facebook.com/reikartz>.

14. Alaska Kyiv. Available at : <https://www.facebook.com/AlaskaKyiv>.

15. La Veranda Kyiv. Available at : <https://www.facebook.com/laverandakyiv>.

16. BAO Modern Chinese Cuisine. Available at : <https://www.facebook.com/bao.kiev>.

17. Fujiwara Yoshi. Available at : <https://www.facebook.com/yoshifujiwara.ua>.

18. Catch Seafood Restaurant. Available at : <https://www.facebook.com/catch.restaurant>.

### References

1. Mahaletskyi, A. V. (2010). *Komunikatsiina polityka yak efektyvnyi instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv hotelnoho hospodarstva* [Communication policy as an effective tool to increase the competitiveness of

the hotel industry]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 11. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=391>.

2. Yankovska, H. V. (2012). *Elektronni komunikatsii v diialnosti pidpriemstv hotelnoho hospodarstva* [Electronic communications in the activities of hotel enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University], no. 1, pp. 15–21.

3. Danylenko, M. I. (2015). *Sotsialni media u hotelnomu biznesi: harmonizatsiia ekspansii* [Social media in the hotel business: harmonization of expansion]. *Aktualni problemy sektoralnoi ekonomiky* [Current problems of the sectoral economy], no. 5 (21), pp. 124–130.

4. Zubarieva, M. A. (2015). *Instrumenty populiaryzatsii hoteliu u sotsialnykh merezhakh* [Tools to promote the hotel on social networks]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky* [Global and national economic problems], no. 4, pp. 738–742.

5. *Ukrainska audytoriiia Facebook za rik zrosła na 3 miliony osib (infografika)* [Ukrainian Facebook audience grew by 3 million people during the year (infographics)]. Available at : <https://www.unian.ua/economics/telecom/10445769-ukrajinska-audytoryia-facebook-za-rik-zrosła-na-3-milyoni-osib-infografika.html>.

6. *Schast'e est'. NV nazyvaet TOP-100 luchshih restoranov Ukrainy-2019* [There is a happiness. NV names TOP-100 the best restaurants of Ukraine-2019]. Available at : <https://life.nv.ua/food-drink/top-100-luchshih-restoranov-ukrainy-2019-po-versii-nv-50018618.html>.

7. *Issledovanie: 3D-panoramy i otelnye tury v gostinichnom biznese* [Research: 3D panoramas and hotel tours in the hospitality industry]. Available at : <http://panorama51.ru/3D-panarama-biznes-tour.html>.

8. State Statistics Service of Ukraine (2018). *Ofitsiynyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Kolektyvni zasoby rozmishchennia v Ukraini u 2017 rotsi* [Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Collectively ways of the distribution in Ukraine in 2017]. Available at : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_kzr\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf).

9. Premier Palace Hotel. Available at : <https://www.facebook.com/PremierPalace>.

10. Kharkiv Palace Hotel. Available at : <https://www.facebook.com/KharkivPalace>.

11. Intercontinental Kiev. Available at : <https://www.facebook.com/InterContinentalKyiv>.

12. Hilton Kyiv. Available at: <https://www.facebook.com/hiltonkyivhotel>.

13. Reikartz Hotels & Resorts. Available at : <https://www.facebook.com/reikartz>.

14. Alaska Kyiv. Available at : <https://www.facebook.com/AlaskaKyiv>.

15. La Veranda Kyiv. Available at : <https://www.facebook.com/laverandakyiv>.

16. BAO Modern Chinese Cuisine. Available at : <https://www.facebook.com/bao.kiev>.

17. Fujiwara Yoshi. Available at : <https://www.facebook.com/yoshifujiwara.ua>.

18. Catch Seafood Restaurant. Available at : <https://www.facebook.com/catch.restaurant>.

**Objective.** *The objective of the article is to study the features of communication in social networks of the hospitality industry enterprises on the example of top hotels and restaurants of Ukraine.*

**Methods.** *A set of general scientific methods of epistemology is used: theoretical generalization, analysis and synthesis, induction and deduction, methods of statistics and analysis. The initial fact of the research is to state the increasing role of social networks in the communication of hotels and restaurants with customers, turning them into a dialogue platform in order to promote their own product and services. Dependence of the nature and intensity of communications on the market.*

**Results.** *The reasons for the growing popularity of social networks in society as a means of communication are considered; great attention is paid to the age characteristics of their users. Moreover it is stated that the communicative activity of hotels and restaurants directly depended on the market situation. Hotels actively campaigned during periods of increasing competition and, conversely, reduced it as the number of customers increased. Attention is drawn to the impact of international events on the level of communication activity of hospitality companies on Facebook. It is revealed that during the major international events in Ukraine — the Euro-2012 football championship and the Eurovision-2017 song contest — hotels weakened their work on social networks, but restaurants, on the contrary, actively fought for the client. The main methods of forming the activity are publications, reposts, comments and likes. Parallels are drawn between the dynamics of hotel communications and fluctuations in the overall dynamics of their number in Ukraine. The main information drives that formed the greatest activity in social networks are identified. It is stated that the messages about the quality of services, their diversity and service were of little interest to visitors. The main*



*information activity is formed by messages about the awarding of institutions, their participation in various charity events, coverage of receptions of famous guests. At the same time, significant attention is paid to the use of marketing techniques in order to attract audiences, photos and videos' dominance in the information field, insignificant amount of text usage. It is emphasized that the posts with not only hotel or restaurants' images but also with people had higher rating than simply interior photos.*

**Keywords:** *hotel; restaurant; hospitality; social networks; communications; tourism.*

**Надійшла до редакції 29.01.2021**

*Наукове видання*

# **ТОРГІВЛЯ І РИНОК УКРАЇНИ**

*Тематичний збірник наукових праць*

**2021 № 1(49)**

*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](mailto:torgivlya@donnuet.edu.ua), [www.donnuet.edu.ua](http://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](mailto:torgivlya@donnuet.edu.ua),  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 4929 від 07.07.2015 р.*

Підписано до друку 30.06.2021 р.  
Формат 60x84/8. Папір офсетний.  
Гарнітура «Times New Roman». Друк — лазерний.  
Ум. друк. арк. 14,53. Обл.-вид. арк. 13,96.  
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