

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Економіко-правовий факультет

Р ИНКОВА ЕКОНОМІКА:

*Сучасна теорія
і практика управління*

Збірник наукових праць

ТОМ 18. Випуск 1 (41)

Виходить 3 рази на рік

Засновано у вересні 1998 року

ОДЕСА
ОНУ
2019

Друкується за рішенням Вченої ради
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
Протокол № 10 від 25.06.2019 року.

Збірник наукових праць реферується РЖ «Джерело», індексується в міжнародній базі
даних Index Copernicus Journals Master List (ICV 2015 : 50.60).

Редакційна колегія:

Є. І. Масленніков, д-р екон. наук, проф. (головний редактор); Е. А. Кузнецов, д-р екон. наук, проф. (заступник головного редактора); В. І. Борщ, канд. екон. наук (відповідальний секретар); Г. М. Запша, д-р екон. наук, проф.; В. І. Захарченко, д-р екон. наук, проф.; Н. В. Захарченко, канд. екон. наук, доц.; І. А. Ломачинська, канд. екон. наук, доц.; І. М. Ненно, д-р екон. наук, доц.; В. С. Ніценко, д-р екон. наук, проф.; О. В. Побережець, д-р екон. наук, доц.; М. П. Сахацький, д-р екон. наук, проф.; Ю. М. Сафонов, д-р екон. наук, проф.; С. О. Якубовський, д-р екон. наук, проф.; Гаргасас Аудрюс, д-р екон., проф. Університет Олександраса Стульгінскіса (м. Каунас), Литва; Жан-Поль Гішар, д-р екон., проф. Університет Ніцци – Софія Антиполіс (м. Ніцца), Франція; Олександр Грибінча, д-р екон. наук, проф. Міжнародний незалежний університет Молдови (м. Кишинів), Молдова; Олав Аарна д-р екон. наук, проф. Естонська бізнес-школа (м. Таллінн), Естонія.

Свідectво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.
Серія KB № 19765-9565 P від 15 березня 2013 року.

Збірник наукових праць «Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління» включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України № 612 від 07.05.2019 року.

***Всі статті проходять обов'язкову процедуру
внутрішнього та зовнішнього рецензування.***

Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління. Т. 18, Вип. 1 (41) : збірка наукових праць. – Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2019. – 250 с.

У збірнику наукових праць розглядаються організаційно-економічні та організаційно-правові проблеми розвитку економіки та права в Україні.

Аналіз динаміки проводиться з точки зору дослідження ефективності управління та знаходження пріоритетів соціально-економічної політики для українського суспільства в період ринкової трансформації. Аналіз сучасного стану правової системи України проводиться з точки зору поліпшення ефективності чинного законодавства, його відповідності соціальним потребам, науковим надбанням та досвіду право застосовної діяльності.

Для студентів, аспірантів, викладачів вищих навчальних закладів, державних службовців, підприємців і менеджерів.

© Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2019

Ministry of education and science of Ukraine
Odesa I. I. Mechnykov National University
Faculty of Economics and Law

*M*ARKET ECONOMY:

*Modern management theory
and practice*

Collection of scientific works

Volume 18. Issue 1(41)

Publication frequency – three times per year

Founded in September, 1998

ODESA
ONU
2019

The collection of scientific works is printed by the resolution of Academic Council
of Odesa I. I. Mechnykov National University.
Protocol № 10 from 25th of June 2019.

The collection of scientific works is reviewed by RJ «Djereło» and included in the
International Base Index Copernicus Journals Master List (ICV 2015 : 50.60).

Editorial board:

Ye. I. Maslennikov, Doctor of Economic Sciences, Prof. (chief editor); E. A. Kuznietsov, Doctor of Economic Sciences, Prof. (assistant of chief editor); V. I. Borshch, PhD in Economics (executive secretary); H. M. Zapsha, Doctor of Economic Sciences, Prof.; V. I. Zakharchenko, Doctor of Economic Sciences, Prof.; N. V. Zakharchenko, PhD in Economics, Associate Prof.; I. A. Lomachynska, PhD in Economics, Associate Prof.; I. M. Nyenno, Doctor of Economic Sciences, Associate Prof.; V. S. Nitsenko, Doctor of Economic Sciences, Prof.; O. V. Poberezhets, Doctor of Economic Sciences, Associate Prof.; M. P. Sakhatskyi, Doctor of Economic Sciences, Prof.; Yu. M. Safonov, Doctor of Economic Sciences, Prof.; S. O. Yakubovskyi, Doctor of Economic Sciences, Prof.; Jean-Paul Guichard, Doctor of Economic Sciences, Prof., Université Nice – Sophia Antipolis (Nice, France); Alexander Gribinchea, Doctor of Economic Sciences, Prof., Free International University of Moldova (Chisinau, Republic of Moldova); Olav Aarna, Doctor of Economic Sciences, Prof., Estonian Business School, (Tallinn, Estonia).

Certificate of state registration of the print media
Series KV № 19765-9565 P dated March, 26, 2013.

***All articles are liable for the obligatory
internal and external reviewing procedures.***

Market Economy: Modern Management Theory and Practice. Vol. 18, Issue 1 (41) : collection of scientific works. – Odesa : Odesa I. I. Mechnykov National University, 2019. – 250 p.

Organizational, economic, organizational and legal problems of economics and law development in Ukraine are considered in the collection of scientific works.

Analysis of dynamics is provided in terms of management effectiveness research and priorities of social and economic politics determination for the Ukrainian society during the market transformation period. Analysis of Ukrainian law system's modern state is carried out in the view of valid legal system effectiveness improvement, its corespondance with social needs, scientific achievements and enforcement experience.

Collection of scientific works is useful for students, postgraduates, teaching and academic staff, state employee, entrepreneurs and managers.

ЗМІСТ

Е. А. Кузнєцов

Конкурентоспроможна

система менеджменту як умова соціально-економічного суверенітету
держави 9

В. Г. Марічерда, В. І. Борщ, О. П. Рогачевський

Управлінські та організаційні засади державної атестації

випускників медичних навчальних закладів у форматі ОСКІ..... 25

Sohail Imran Khan, Nabaz Nawazad Abdullah

The influence of social media on student's academic performance:

a case study of Lebanese French University 38

В. І. Захарченко, О. В. Балахонова, М. Р. Величко

Оптимізація інвестиційного ризику з використанням інструменту

його диверсифікації 57

О. П. Радченко, О. О. Сурмай

Удосконалення механізмів ціноутворення на продукцію

аграрних підприємств 69

Т. І. Єгорова-Гудкова, О. Є. Звірков, В. І. Білобородько

Асиметричність та проектування системи економічної безпеки

держави 84

Н. І. Владимирська, В. В. Лаптева

Дослідження рівня конкурентоспроможності продукції

торгівельного підприємства на основі пошукового моделювання ... 98

О. С. Гусенко

Механізми формування регіональної інноваційної політики

в країнах з перехідною економікою Центральної

та Східної Європи 111

І. В. Гайворонська, О. А. Гринюк

Інструментарій форсайту для прогнозування стратегічного

розвитку туризму 135

Т. М. Копань

Вибір маркетингових комунікацій підприємств сфери зв'язку
та інформатизації у процесі підвищення їх конкуренто-
спроможності..... 153

О. К. Гілко

Основні поняття і категорії структурно-функціональної підготовки
управлінського персоналу 169

В. І. Осипов, Т. О. Крусір

Сучасний стан фондового ринку України..... 184

О. О. Шеремет

Моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів
харчової промисловості у макроекономічній середовищі 192

Ю. О. Морщавка

Системна характеристика видавничого процесу 208

О. В. Церковна

Теоретико-методичні підходи до інноваційної логістики
у промисловості 224

О. Р. Павлович

Розвиток університетів в умовах формування
менеджменту знань 236

Правила для авторів..... 246

CONTENTS

E. A. Kuznietsov

Competitive management system as a precondition for socio-economic state sovereignty 9

V. H. Marichereda, V. I. Borshch, O. P. Rogachevskyi

Managerial and organizational bases for the state examination at higher medical school in the format of OSCE 25

Sohail Imran Khan, Nabaz Nawazad Abdullah

The influence of social media on student's academic performance: a case study of Lebanese French University 38

V. I. Zakharchenko, O. V. Balakhonova, M. R. Velychko

Optimization of investment risk using the instigator of its diversification..... 57

O. P. Radchenko, O. O. Surmai

The improvement of pricing mechanisms for agricultural enterprises production 69

T. I. Yegorova-Gudkova, O. Ye. Zvirkov, V. I. Biloborodko

Asymmetry and projecting the system of state economic security..... 84

N. I. Vladymyrska, V. V. Lapteva

Research of the product's competitiveness level of the trading enterprise based on search modeling 98

O. S. Gusenko

The regional innovation policy's forming mechanisms in Central and Eastern European countries with transitional economics..... 111

I. V. Gayvoronska, O. O. Grinyuk

Forexite instrument for forecasting strategic development of tourism .. 135

T. M. Kopan

Choice of marketing communications of enterprises in the field
of communication and information in the process of increasing
their competitiveness 153

O. P. Gilko

Main concepts and categories of structural and functional training
of managerial personnel 169

V. I. Osipov

The current state of Ukrainian stock market..... 184

O. O. Sheremet

Modeling the strategic objectives of the food industry subjects
in the macroeconomic environment..... 192

Yu. O. Morshchavka

System characteristics of the publishing process..... 208

O. V. Tserkovna

Theoretical and methodical approaches to innovational logistics
in industry 224

O. R. Pavlovych

Development of universities in the conditions of forming
knowledge economy 236

Information for authors 246

УДК 658:001.8(477)(043.5)

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173460

Е. А. Кузнєцов,

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри менеджменту та інновацій

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна

e-mail: edkuznietsov@gmail.com

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНА СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК УМОВА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО СУВЕРЕНІТЕТУ ДЕРЖАВИ

У статті розглядаються концептуальні основи формування конкурентоспроможної системи менеджменту в контексті розвитку процесу професіоналізації управлінської діяльності. Розглядаються передумови та ризики розвитку цих процесів в Україні. Визначаються основні підходи становлення професійної системи менеджменту як умови соціально-економічного суверенітету держави. Доводиться необхідність подальшого наукового дослідження професійного менеджменту для збільшення ефективності та результативності соціально-економічного розвитку. Звертається увага на необхідність досягнення ефективності процесу взаємодії науки, аналітики і практики менеджменту та розвитку спеціалізації управлінської діяльності. Визначається роль управлінського супроводу соціально-економічної трансформації суспільства. Розглядаються проблеми становлення управлінської еліти та її вплив на інноваційний розвиток суспільства. Показана роль професійного менеджменту в розвитку науки, освіти та інноваційної практики. Доводиться позитивна роль процесу капіталізації інтелектуальних людських ресурсів. Зазначається роль системи професійного управлінського навчання та її вплив на розвиток інноваційного і креативного суспільства.

Ключові слова: професійний менеджмент; професіоналізація управлінської діяльності; соціально-економічний суверенітет держави; інноваційна економіка; інноваційний менеджмент; розвиток управлінської науки; інноваційна практика; критерії якості менеджменту; ефективність і результативність менеджменту; цивілізація і розвиток; багаті і бідні країни; системна роль менеджменту; професійна культура; показники соціокультурного розвитку суспільства.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Дослідження сучасних проблем управлінської діяльності є пріоритетним завданням і вимагає глибокого міждисциплінарного і теоретичного осмислення вченими, політиками і практиками, в тій чи іншій мірі, пов'язаними з вивченням і використанням можливостей професійної системи ме-

менеджменту. Світова криза, що вразила в останні роки економіку багатьох країн, дивно точно показав неспроможність більшості сучасних економічних теорій, концепцій, практичних підходів. Це негайно позначилося на економічних і соціальних показниках розвитку сучасного суспільства [12, с. 459-461]. Існуючий скептицизм і недовіру до результативності економічних знань з боку значної частини суспільства показує, що економічна наука, економічна практика і політика перебувають у глибокій системній кризі. Однак необхідно звернути увагу на роль і ефективність менеджменту в цих процесах розвитку економіки і суспільства в цілому. Складні умови розвитку сучасних соціально-економічних систем підкреслюють виняткову роль менеджменту. Управлінська складова, її ефективність і структурний якість стає визначальним фактором стратегічного розвитку економіки і суспільства. Відповідальність, яка покладається на сучасного менеджера, передбачає високий рівень його професійної підготовки і наявність інноваційних механізмів системного підвищення його професійної компетенції протягом практично всієї його управлінської кар'єри. При всій додатковій важливості емпіричного досвіду управлінських кадрів, необхідно відзначити, що в період постіндустріального розвитку суспільства і формування інноваційної економіки його абсолютно стає недостатньо. Цей факт зовсім не відкидає значення практичного досвіду для ефективності управлінської діяльності, але визначає необхідність розробки критеріїв оцінки так званої «цінності практичного досвіду». Тут важливо врахувати позиції та підходи в розвитку конкурентоспроможності, інвестиційної та інноваційної політики, перш за все, господарських організацій. Зрозуміло, що рівень сучасної управлінської діяльності та уточнення критеріїв її ефективності об'єктивно визначається станом суспільства, рівнем розвитку економіки, науки і освіти. Менеджмент також є частиною культури суспільства, він схильний до впливу національних та міжнародних господарських традицій. Менеджмент неможливо без відповідної адаптації перенести з одного культурного середовища в інше, зберігши «цілющі властивості» і соціально-позитивну результативність. Таким чином, якість управлінської діяльності є прямим результатом стану та позитивного соціально-економічного, а також культурно-історичного розвитку суспільства. Досить низька професійна якість системи менеджменту не може в повній мірі системно захищати економічний суверенітет держави та як результат – не може, також, захистити процес створення позитивних політичних та міжнародних умов розвитку суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічний формат дослідження професійних ознак формування сучасної системи менеджменту є досить важливою темою досліджень багатьох відомих науковців та практиків управлінської діяльності. Це дослідження таких всесвітньовідомих фахівців як П. Друкер, Г. Минцберг, І. Адізес, Ф. Малік, Л. Якокка, Д. Уелч, С. Каммінгс та інші. Інша група спеціалістів звертають увагу на проблеми існування різних країн світу з точки зору їх соціально-економічного потенціалу і мотивації розвитку та визначають їх місце у розподілу багатих і бідних країн світу. Це дослідження Д. Партридж, Г. Макстон, Й. Рандерс, Н. Фергюсон, М. Наїм, Т. Седлачек, А. Крола, Дж. Стигліца. Всі вони досить активно доказують занепад влади і слабку управлінську підтримку важливих трансформацій сучасного суспільства. Однак, багато питань ще потребують подальшого дослідження. Практично ще не порушено багато проблем розвитку менеджменту в контексті процесів системної професіоналізації управлінської діяльності з метою створення адекватних механізмів соціально-економічного зростання сучасного суспільства з метою забезпечення соціально-економічного суверенітету держави.

Постановка проблеми. Сучасне забезпечення інноваційного розвитку суспільства є системною проблемою, яка потребує вирішення багатьох завдань різної направленості та досягнення певних критеріїв сталого розвитку і, особливо, сталого стратегічного зростання. Одним з головних критеріїв є адекватно підготовлена професійна система менеджменту, яка формує інтелектуальний фундамент сучасного суспільства. Важливо дослідити деякі принципові напрямки процесу професіоналізації управлінської діяльності та визначити конкурентоспроможну систему менеджменту як головний фактор інноваційного розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження актуальних проблем менеджменту має на меті знайти управлінські орієнтири соціально-економічного зростання та інноваційного розвитку сучасного суспільства. Важливим тут є розробка механізму (менеджменту) цієї діяльності, який повинен включати необхідні елементи системної та професійної дії, в першу чергу, самих управлінців. Важливо змінити вектор відбору управлінців на вектор їх професійного навчання. Зрозуміло, що відібрати необхідно саме тих, які мають здібності до професійної управлінської діяльності. У більшості розвинутих країн світу управлінських склад відносять до елітної частини суспільства.

Така увага пов'язана з все більшою системною відповідальністю управлінських кадрів за розвиток суспільства. Управлінський ресурс стає самим важливим фактором сучасного інноваційного розвитку, але його реальні професійні якості та низькі показники результативності вказують на необхідність змін у підготовці управлінських кадрів. Необхідно зрозуміти, що професійна система менеджменту має свою наукову, аналітичну і практичну сфери діяльності, які повинні складати змістовну базу професійного управлінського навчання. Думаючи про управлінський персонал як еліту сучасного суспільства, важливо зазначити наступне.

Перше. Еліта (від франц. «elite» – краще, добірне) – вищий прошарок соціальної структури суспільства. Управлінська еліта – це сукупність людей, що володіють цінними для виживання в даному суспільстві якостями, які по відношенню до населення є дефіцитними. Таким чином, управлінцями можуть бути не всі люди. Потрібними якостями володіє найменша частина людської популяції.

Друге. Поняття «еліта» саме по собі нейтральне. Це не група особливо обдарованих або дуже багатих громадян, які існують як замкнута корпорація інтелектуалів. По суті система управління є нервовою структурою будь-якого суспільства, його «мозковою речовиною», яка повинна вибирати в себе найкращих та найталановитіших. Інакше суспільство чекає деградація. Необхідна реалізація принципів демократичної меритократії в системі управлінської діяльності хоча б у початковому вигляді. Раніше ми досліджували проблеми впровадження демократичної меритократії в Україні і визначили головні особливості розвитку даного процесу при формування професійної системи менеджменту [5].

Третє. Щоб система менеджменту працювало як єдиний організм, вона суцільно має бути елітною групою, тобто складатися з кращих представників нації, які працюють у професійній системі менеджменту. У США на формування і постійне оновлення однієї з кращих в світі систем управління – менеджменту – пішли десятки років копіткої праці. Для підтримки високого рівня в країні створені численні школи бізнесу, де готують ефективні кадри керівників. Хоча Генрі Мінцберг сьогодні привертає увагу, насамперед, професійної управлінської спільноти щодо системних проблем якісної управлінської підготовки та необхідності зміни орієнтирів підготовки сучасних менеджерів [8]. Але ці проблеми мають зовсім іншу висоту в спіралі розвитку професійної управлінської діяльності та визначають досить високі якісні характеристики ефективності та результативності управлінських кадрів в період

формування і розвитку інноваційної економіки. Г. Минцберг закликає створювати саме школи менеджменту, а не бізнесу [8, с. 477]. Саме такий підхід відомого гуру сучасного менеджменту показує специфічну особливість професійної підготовки та практичної діяльності сучасних управлінських кадрів.

Четверте. Відкритість еліти передбачає: спрямованість кадрової політики і її механізмів на інтереси суспільства, забезпечення соціальної мобільності, поповнення еліти професійно підготовленими і здатними людьми, виховання суспільства в дусі поваги до влади, наявність постійного демократичного контролю над елітою з боку суспільства. Облік перерахованих особливостей дозволить тримати політиків і чиновників демократичними методами в правових рамках і позбавить від соціальних потрясінь.

П'яте. Еліта ніколи не ставить собі за мету отримання надприбутків незаконним шляхом, тобто заради цього вона не організовується в злочинне угруповання. Мафія і еліта – абсолютно різні типи соціальних утворень. Еліта – ознака відкритого суспільства. Мафія – рудимент закритого суспільства. Якщо мафіозі прийнятий в еліту суспільства, він її компрометує. Тому в цивілізованому суспільстві прагнуть уникати подібного союзу.

Шосте. Суспільством може управляти і еліта, і мафія. Вони також можуть управляти суспільством одночасно. Наявність еліти – ознака відродження менеджменту як соціального інституту. Наявність мафії – ознака виродження позитивного для суспільства професійного менеджменту.

Сьоме. Система професійного менеджменту повинна відповідати критеріям глобальної конкурентоздатності, управлінському персоналу необхідно володіти механізмами інноваційного саморозвитку, культурою професії та системною відповідальністю, як за свою ефективність (професійний та інтелектуальний потенціал), так і за результативність (досягнення поставлених соціально-економічних цілей діяльності).

Але виникає важливе запитання – а хто готує такої якості управлінців? Чи можливо підготувати управлінську еліту без якісної сучасної управлінської науки і менеджмент-освіти? Чи можливо когось підготувати еліту не будучи самим представниками цієї еліти? Відповіді на ці запитання мають процесний характер, тобто знайти їх і погодитись з ними реально можливо коли є позитивний розвиток. Необхідно звернути увагу на деякі передумови, які активно впливають на сучасний розвиток суспільства. Серед таких передумов, в першу

чергу, ми визначаємо розвиток науки і освіти та їх системну взаємодію. Це стосується не тільки менеджменту, а усього спектру наукової та освітньої діяльності. Крім того, правильні професійні орієнтири дослідження менеджменту дають вагомий внесок на позитивний результат і системне зростання професійної компетенції управлінських кадрів. Необхідно пам'ятати слова Стівена Хокінга, що «головний ворог знання – не невігластво, а ілюзія знання» [11].

Вивчення менеджменту є процесом, який триває протягом всієї управлінської кар'єри, іноді і всього життя, для тих фахівців, які розглядають управлінську діяльність як певний спосіб життя. Природно, що професійне вивчення менеджменту повинно бути структуровано, мати поетапне наповнення з фіксацією конкретних цілей і завдань [4, с. 109-112]. Абсолютно неправильно вважати, що вивчення основ менеджменту є остаточною стадією усіх знань в менеджменті. Як відомо, по болотистій місцевості рухатися дуже складно, тим більше, здійснювати капітальне будівництво. Але також правда, що закладка фундаменту завжди має певну технологію і певний набір структурних елементів. Пізнання фундаментальних позицій менеджменту виступає лише як процес підготовки до подальшого вивчення менеджменту на високому рівні і в різних формах спеціалізації [4, с. 29-31; 16, с. 94]. Абсолютно нелогічно, і немає ніякої перспективи ситуація, коли «скидається у фундамент» все, що є і все, що є і вивчено наукою або адаптовано практикою. Отже, точне знання фундаментальних положень менеджменту визначає якість професійного зростання управлінських кадрів на перспективу, але також важливо, щоб зміст фундаментальних знань в менеджменті мав наукову і практично доведену концептуальну платформу і певну динаміку інноваційного розвитку [2, с. 15, 223]. Історії розвитку менеджменту був необхідний особливий зв'язок з історією розвитку економіки. Очевидно, що на історію менеджменту в значній мірі вплинула історія і престиж економіки. Така асоціація лише посилює розуміння того, що витoki менеджменту беруть свій початок саме з поділу праці та пов'язаних з цим концептів. А. Сміт був великою відправною точкою для всього, в тому числі і для формування перших систем менеджменту. Серед істориків існує дивовижна однотайність в тому, що політична економіка як наука (тобто як серйозний предмет) починається саме в той час, коли вже були закладені міцні основи індустріального капіталізму. Період формування економіки в епоху Модерну доповнюється науковими економічними і управлінськими дослідженнями, які задають зовнішню межу «солідних вкладень» в роз-

виток системи менеджменту. Менеджмент, в тому вигляді як ми його бачимо зараз, є «дитя» епохи Модерну. Менеджмент в якості наукових джерел історично сформувався під впливом економіки, психології та соціології. Але він сформував і зараз має свою науково-дослідну, аналітичну і практичну сфери діяльності [1, с. 17-37].

Важливою попередньою умовою ефективного розвитку професійної системи менеджменту є спеціалізація управлінських досліджень і точна предметна спрямованість дисциплін навчального плану освітньо-професійних програм з менеджменту. Спеціалізація управлінської діяльності є необхідним елементом становлення професійного менеджменту. Так, наприклад, існують різні позиції у визначенні предмета дослідження курсу «інноваційний менеджмент». Найчастіше, тут розглядається проблематика інновацій взагалі, яка знаходиться в площині дослідження тих чи інших проблем економіки та управління інноваціями. На наш погляд, ця неточність веде до розмивання цілей курсу і його віддалення від справжніх проблем інноваційного менеджменту. Іншими словами, управління інноваціями та інноваційний менеджмент не є тотожними поняттями і мають різні об'єкти дослідження, експертного аналізу і практичної діяльності. Розуміння цього факту призводить до сприйняття інноваційного менеджменту як напрямку, який розглядає не інновації взагалі, а інновації саме в професійній управлінській діяльності. З огляду на суб'єктно-об'єктний характер взаємодії в менеджменті, чітко розуміючи це взаємодія як взаємодія виняткова людей (персоналу організації), необхідно зробити наступний висновок: основним предметом розгляду інноваційного менеджменту є процес формування і розвитку людського капіталу організації і, як наслідок, ефективне функціонування в організації інтелектуального капіталу. Насправді, в цьому полягає основна складність даного напрямку, але також криється і основний фактор ефективності інноваційного менеджменту. Причина в тому, що досліджувати систему інноваційної діяльності функціонально чи лінійно працюючого управлінського персоналу, а також їх підлеглих, зайнятих певними видами робіт, набагато складніше, ніж розглядати інновації технологічних процесів самого виробництва. Інновація як трансформаційна функція менеджменту спрямована на інноваційні зміни, перш за все, самої професійної системи менеджменту. Саме інноваційний менеджмент, приводячи організацію до позитивної результативності, створює умови появи «прибутку новатора», яка найбільш перспективна в сучасній системі підприємницької економіки. Тому професійна спеціалізація створює фундамент резу-

льтативної практичної управлінської діяльності та забезпечує ефект організаційної синергії за рахунок високого рівня професійної інтеграції роботи менеджерів різного профілю.

Прогрес сучасної соціально-економічної системи суспільства неможливий без пошуку, розробки та впровадження інноваційної моделі економічного розвитку [14, с. 46-47]. Інноваційний шлях розвитку економіки є утопією без якісного розвитку фундаментальної науки. Так, найважливішим вектором сучасної діяльності університетів є реалізація процесу створення нових фундаментальних і прикладних досліджень, які і повинні стати основою базового і просунутого навчання в рамках навчальних програм університетів [4, с. 218].

Необхідно відзначити, що в системі економічної політики та практики управлінської діяльності відсутність прогресу пов'язано з низьким рівнем, перш за все, фундаментальних досліджень в сфері економіки та менеджменту. Якщо про фундаментальну економічну науку і необхідність її розвитку громадська дискусія має досить довгу історію, то про менеджмент, як про фундаментальну науку, в кращому варіанті, є полярні точки зору, а в гіршому – дискусія відсутня повністю. В одному випадку, менеджмент з абсолютним заклинанням відносять до системи економіки, а тому якщо щось і є фундаментальне в менеджменті, – то це все знаходиться в специфіці фундаментальних економічних досліджень. В іншому випадку, менеджменту відводиться роль комплексно-збиральної прикладної науки, правда, з базовими економічними компонентами. Нарешті, є точка зору, що менеджмент взагалі не наука, а точніше, швидше за практика або мистецтво, ніж наука. У всіх випадках проведення подібних дискусій є один загальний аспект – не визнається наявність власної науково-дослідної, аналітичної і практичної бази менеджменту. Як результат, наукові роботи по менеджменту мають властивість бути всеїдними і універсальними. Ця обставина самим негативним чином позначається на формуванні і розвитку науково-дослідної бази професійної системи менеджменту, а також на вдосконаленні практики управлінської діяльності, особливо з елементами інноваційної властивості. Немає нічого більш практичного, ніж дійсно інноваційна і методологічно вивірена наукова теорія. Основна мета такої науки – це приріст наукових знань і формування умов для інноваційного розвитку управлінської практики з обов'язковою появою такого системного явища господарської діяльності, як соціально-економічна результативність.

Сьогодні ми вступили в нову постмодерністську епоху розвитку людини і суспільства. Ми намагаємося знайти їх можливі варіанти взаємодії в процесі інноваційного розвитку всіх сфер і напрямків професійної діяльності. Особливого значення набуває управлінська діяльність, яка повинна бути виведена на новий рівень, відповідний формату нових завдань в області конкурентоспроможності сучасних організацій. У більшості випадків, розвиток професійної управлінської діяльності ми, як і раніше, намагаємося зв'язати зі старими і новими раціональними технологіями і формально-аналітичними методами. Але цей процес дає все частіше і частіше збій, оскільки не відповідає новому рівню релевантних проблем і завдань системної ефективності організації. Написана величезна кількість професійних, навчальних та популярних книг, захищено і захищається велика кількість дисертацій, університети тисячами випускають фахівців з менеджменту різного профілю і рівня підготовки. Але постає питання, на який ми неминуче повинні дати відповідь – чи відповідає ця діяльність новим завданням і новому рівню професійної компетенції? Здається, що тут є велика кількість проблем, які вимагають системного вирішення. Особливо це важливо для пошуку ефективних форм інноваційного розвитку науково-дослідної бази професійної системи менеджменту. Володіючи досить великою кількістю інформації про сучасні проблеми розвитку управлінської діяльності, сучасні дослідники менеджменту повинні системно звернути увагу на проблеми формування і розвитку людського і управлінського капіталу, особливо, на процеси формування конкурентоспроможного інтелектуального капіталу організації. В умовах пошуку шляхів інноваційного розвитку економіки і забезпечення цих процесів ефективними механізмами управлінського супроводу, все більш значущим стає об'єктивна необхідність системного формування і якісного розвитку інтелектуального капіталу організації. Процес конвертації знань у вартість в цілому характеризує поняття інтелектуального капіталу. Але, треба визнати, що процес перетворення знань з невовимих активів в корисні ресурси, які можуть забезпечити конкурентні переваги організації, завжди був проблемою менеджменту і нової якості розвитку. Однак, тільки в сучасних умовах розвитку ефективності системи менеджменту, фактор використання інтелектуальних та професійних можливостей людського капіталу організації стає першим і найважливішим фактором забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Інтелектуальна і професійна якість людського капіталу економічної організації є результатом діяльності і показником ефективності менеджменту.

Формування і реалізація сучасних завдань менеджменту безпосередньо пов'язана з розвитком процесів професіоналізації управлінської діяльності [4, с. 236]. Сучасне якість цього процесу передбачає також реалізацію інноваційної складової на базі формування конкурентоспроможного управлінського інтелекту організації. Мова йде не про повну готовність менеджменту відповісти на поставлені питання моментально, а про дослідницький варіант розробки проблеми і механізму її вирішення. В цьому випадку, концентруються зусилля усіх фахівців для пошуку вирішення проблеми. А професіоналізм таких фахівців полягає не тільки в конкретних знаннях на даний період часу, а в більшій мірі – можливості швидко освоювати інноваційні рішення поставлених завдань. Якісне дослідження проблеми і знаходження інноваційного управлінського рішення на базі роботи компетентних управлінських кадрів, здатних до швидкого професійного навчання управлінської команди – це шлях до формування конкурентоспроможного управлінського інтелекту організації.

Таким чином, важливо відзначити, що в сучасних умовах інноваційний шлях розвитку стає найбільш перспективним, або конкурентоспроможним для діяльності організації. А система менеджменту повинна володіти не просто професійними знаннями рішення минулих проблем, а володіти управлінським інтелектом, цілком спрямованим в майбутній розвиток, що, в цілому, і є головною метою інноваційної діяльності сучасного менеджменту.

Таким чином, серед основних сучасних завдань в дослідженні і в розвитку професійної системи менеджменту необхідно зробити акцент на необхідність формування конкурентоспроможного управлінського інтелекту. Цю задачу неможливо вирішувати без уточнення і розвитку науково-дослідної бази менеджменту, без структурування управлінської діяльності і вироблення критеріїв ефективності та результативності управлінської праці [15, с. 164]. Нарешті, потребує значної трансформації і система професійного управлінської освіти, яка в значній мірі повинна орієнтуватися, з одного боку, на фундаментальні принципи навчання і формування механізмів мотивації менеджерів до інновацій, а з іншого, навчати конкретним видам управлінських робіт відповідно до посади і рівнем в ієрархії сучасної організації [8, с. 276; 15, с. 166]. Вибір правильний орієнтирів підготовки управлінських кадрів пов'язаний з визначенням того, що вони повинні знати як фахівці з менеджменту для здійснення практичних функцій в реалізації управлінського процесу конкретної організації. Розгляд такої ситуації, коли менеджер володіє

широким спектром технологій і не відомо, що йому необхідно знати для вирішення конкретної проблеми, не може бути правильною. У цьому випадку перед менеджером постає зовсім нереальне завдання – опанувати всім на рівні організаторської та виконавської роботи, що не під силу одному спеціалісту. Крім цього, якщо це в принципі неможливо, тоді виникає проблема значного зниження компетенції менеджера по цілому блоку професійно-необхідних видів управлінської діяльності. Важливим доповненням є також і те, що сучасна управлінська діяльність виступає як результат зусиль управлінської команди, а не одного менеджера [4, с. 160-163; 11, с. 128-129; 16, с. 251]. У цих умовах, певний рівень спеціалізації менеджера, диференціація видів управлінської роботи, координація спільних і функціональних дій управлінської команди – все це може виступати гарантією результативного управління. Професійні знання кожного менеджера не можуть бути однотипними, а залежать від його місця в управлінській команді, а також в ієрархії організації.

Конкурентоспроможність української економіки нерозривно пов'язана з конкурентоспроможністю механізмів управлінського супроводу більшості соціально-економічних процесів в системі здійснення реформ. Дослідження сучасних проблем управлінської діяльності є пріоритетним завданням і вимагає глибокого міждисциплінарного і теоретичного осмислення вченими, політиками і практиками, в тій чи іншій мірі пов'язаними з вивченням і використанням можливостей професійної системи менеджменту. Це важливо з позицій формування економічного суверенітету – як вищої міри самостійності держави або окремого регіону в сфері господарської діяльності. Світова криза, що вразила в останні роки економіку багатьох країн, дивно точно показав неспроможність більшості сучасних економічних теорій, концепцій, практичних підходів [7, с. 113-114; 13, с. 337].

Висновки та пропозиції. Необхідною умовою ефективного розвитку адаптивних форм інтелектуального капіталу організації є система підготовки та професійного навчання управлінських кадрів. При цьому характер інноваційного розвитку передбачає, що менеджмент ініціює якісну і інноваційну підготовку всіх категорій працівників організації. Особливо необхідна експертна оцінка освітніх і професійних програм навчання з боку найбільш активної та розвивається частини бізнесу. Експертиза навчання повинна мати дві основні складові – це оцінка з боку бізнесу і з боку управлінської науки (в кращих її зразках).

Суттєвою проблемою сучасного розвитку є рівень розвитку менеджменту як професійної системи знань і структурної практичної

компетенції. Саме система менеджменту концентрує в собі необхідний і достатній рівень професійної роботи економістів, інженерів, психологів, юристів, фінансистів та інших фахівців, які задіяні в професійно-виробничій діяльності різних організацій. Діяльність менеджменту визначається ефективністю управлінських рішень [16, с. 84-86]. Всі інші фахівці покликані створювати більш повноцінну інформаційну базу для прийняття системою менеджменту ключових управлінських рішень. Криза ж настає тоді, коли менеджмент не справляється з роллю ведучого ланки, коли його рішення поза територією справжнього професіоналізму і компетенції, коли не працюють механізми мотивації, які є серцем прогресу, інноваційного і стратегічного зростання. Організація повинна бути єдиним організмом, де ефективно задіяні і комплексно відтворюються усі види ресурсів. Пріоритетна особливість менеджменту – він працює над структурно-функціональною якістю людського капіталу. Саме системні професійні дії менеджменту призводять організацію до успіху [6, с. 92; 15, с. 255].

Криза управлінської науки, як і будь-якої іншої науки, зумовлена природним ходом розвитку людської суспільства. На певному етапі з'являються критичні точки, які сигналізують про появу проблем і вимагають втручання для їх швидкого вирішення. Рішення проблем критичних точок з позитивним результатом – це безцінний досвід науки для подальшого прогресу. Справжня наука не терпить застиглого стану, необхідна динаміка, необхідний досвід розв'язання кризових завдань високого рівня з реальним приростом інноваційних професійних знань [15, с. 229]. Інноваційна економіка неможлива без трьох основних складових – розвитку науки, освіти і професійного навчання, вже ефективно діючих фахівців різного рівня і спрямованості [14]. А так, як будь-яка діяльність повинна бути системною, інноваційної та результативною, значення управлінського супроводу зазначених процесів важко переоцінити.

Сучасний етап соціально-економічного розвитку українського суспільства спрямований на пошук інноваційних підходів до вирішення, насамперед, управлінських проблем економіки. Стан економіки, рівень науково-технічного прогресу, матеріально-технічна база виробництва багато в чому визначаються сьогодні станом системи менеджменту. Розвиток професійної системи менеджменту є сьогодні своєрідним барометром стану суспільства. Системна інноваційна діяльність менеджменту багато в чому буде визначати досягнення реального соціально-економічного суверенітету держави.

Список використаної літератури

1. Друкер Питер Ф. Энциклопедия менеджмента ; Пер. с англ. Москва : ООО «И.Д. Вильямс», 2006. 432 с.
2. Друкер Питер Ф. Эффективный руководитель ; пер. с англ. 4-е изд. Москва : Манн, Иванов и Фарберов; Эксмо, 2014. 240 с.
3. Крол Алекс. Теория каст и ролей. Москва : Издательство «Э», 2018. 160 с.
4. Кузнецов Е. А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія. Херсон : ОЛДІ ПЛЮС, 2017. 382 с.
5. Кузнецов Е. А. Принципи демократичної меритократії професійної системи менеджменту. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2017. Т. 16. Вип. 3 (37). С. 9-19.
6. Кузнецов Е. А., Кузнецова З. В. Актуалізація принципів управлінського конституціоналізму професійної системи менеджменту. *Актуальні проблеми економіки і менеджменту: теорія, інновації та сучасна практика. Монографія, книга п'ята* / за ред. д.е.н., проф. Кузнецова Е. А. Херсон : ОЛДІ ПЛЮС, 2017. С. 309-324.
7. Лоу Дж. Говорит Джек Уэлч ; пер. с англ. Москва : АСТ: АСТ МОСКВА, 2009. 253 с.
8. Макстон Г., Рандерс Й. У пошуках добробуту. Керування економічним розвитком для зменшення безробіття, нерівності та змін клімату. Київ : Пабулум, 2017. 320 с.
9. Минцберг Г. Требуются управленцы, а не выпускники МВА. Жесткий взгляд на мягкую практику управления и систему подготовки менеджеров ; Пер. с англ. Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. 544 с.
10. Наїм М. Занепад влади: Від владних кабінетів до полів битви і церков, а потім і до держави, або чому сьогодні бути при владі означає зовсім інше, ніж колись ; пер. з англ. Київ : Форс Україна, 2017. 448 с.
11. Партридж Д. Люди чи прибуток: Ломай систему. Живи з метою. Будь успішним ; пер. з англ. Київ : КНИГОЛАВ, 2017. 240 с.
12. Сломан С., Фернбах Ф. Иллюзия знания: Почему мы никогда не думаем в одиночестве ; пер. с англ. Москва : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2017. 336 с.
13. Седлачек Т. Економіка добра і зла. Слідами людських пошуків: від Пльгамеша до фінансової кризи ; пер. з чес. Львів : Видавництво Старого Лева, 2017. 520 с.
14. Стиглиц Дж. Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему ; пер. с англ. Москва : Эксмо, 2015. 512 с.
15. Фергюсон Ніл. Цивілізація. Як Захід став успішним ; пер. з англ. Київ : Наш формат, 2017. 488 с.
16. Хэмел Г. Будущее менеджмента ; пер. с англ. Санкт-Петербург : «Бест Бизнес Букс», 2013. 276 с.
17. Якокка Л. Карьера менеджера ; пер. с англ. Минск : Попурри, 2014. 512 с.

Стаття надійшла 30.06.2019 року

Э. А. Кузнецов,

доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой менеджмента и инноваций,
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова
Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина
e-mail: edkuznietsov@gmail.com

КОНКУРЕНТОСПОСОБНАЯ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАК УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУВЕРЕНИТЕТА ГОСУДАРСТВА

В статье рассматриваются концептуальные основы формирования конкурентоспособной системы менеджмента в контексте развития процесса профессионализации управленческой деятельности. Рассматриваются предпосылки и риски развития этих процессов в Украине. Определяются основные подходы становления профессиональной системы менеджмента как условия социально-экономического суверенитета государства. Доказывается необходимость дальнейшего научного исследования профессионального менеджмента для повышения эффективности и результативности социально-экономического развития. Обращается внимание на необходимость достижения эффективности процесса взаимодействия науки, аналитики и практики менеджмента и развития специализации управленческой деятельности. Определяется роль управленческого сопровождения социально-экономической трансформации общества. Рассматриваются проблемы становления управленческой элиты и ее влияние на инновационное развитие общества. Показана роль профессионального менеджмента в развитии науки, образования и инновационной практики. Приводятся доказательства положительной роли процесса капитализации интеллектуальных человеческих ресурсов. Отмечается роль системы профессионального управленческого обучения и ее влияние на развитие инновационного и креативного общества.

Ключевые слова: профессиональный менеджмент; профессионализация управленческой деятельности; социально-экономический суверенитет государства; инновационная экономика; инновационный менеджмент; развитие управленческой науки; инновационная практика; критерии качества менеджмента; эффективность и результативность менеджмента; цивилизация и развитие; богатые и бедные страны; системная роль менеджмента; профессиональная культура; показатели социокультурного развития общества.

E. A. Kuznietsov,

doctor of economics, professor,
head of the Department of management and innovations
of Odessa I. I. Mechnikov National University,
24/26, Frantsuzkiy av., Odessa, 65044, Ukraine
e-mail: edkuznietsov@gmail.com

COMPETITIVE MANAGEMENT SYSTEM AS A PRECONDITION FOR SOCIO-ECONOMIC STATE SOVEREIGNTY

In the article conceptual basis of forming competitive management system in the frames of developing process of managerial activity's professionalization is considered. Background and risks of these processes' development in Ukraine are viewed. Main approaches to the establishment of management professional system as a precondition for socio-economic state sovereignty are defined. Necessity of further scientific research of professional management is argued for increasing the efficiency of socio-economic development. It is highlighted that achieving the effectiveness of cooperation between management science, analytics and practice, and also management specialization is necessary. Role of managerial maintenance of socio-economic society's transformation is determined. Issues of establishment of managerial elite and its influence on the society's innovative development are viewed. Role of professional management in the development of science, education and innovation practice is shown. This study presents evidence of positive role of capitalization of intellectual human resources. The article highlights the role of the system of professional managerial education and its influence on the development of innovative and creative society.

Key words: professional management; professionalization of managerial activity; socio-economic state sovereignty; innovative economy; innovation management; development of management science; innovative practice; management quality criteria; management effectiveness; civilization and development; rich and pure countries; system role of management; professional culture; criteria of socio-economic society's development.

References

1. Druker, Piter F. (2006). Entsiklopediia menedzhmenta [Management encyclopedia]. Moskva. [In Russian].
2. Druker, Piter F. (2014). Effektivnyi rukovoditel [Effective manager]. Moskva. [In Russian].
3. Krol, A. (2018). Teoriia kast i roli [Theory of casts and roles]. Moskva. [In Russian].
4. Kuznietsov, E. A. (2017). Metodolohiia profesionalizatsii upravlinskoi diialnosti v Ukraini. Monohrafiia [Methodology of professionalization of managerial activity in Ukraine. Monograph]. Kherson. [in Ukrainian].
5. Kuznietsov, E. A. (2017). Pryntsypy demoktarychnoi merytorkatii profesiinoi systemy menedzhmentu [Principles of democratic meritocracy of professional management system]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoria i praktyka upravlinnia*. – *Market economy: modern management theory and practice*. Vol. 17. Issue 3 (37). Pp. 9-19. [in Ukrainian].
6. Kuznietsov, E. A. & Kuznietsova, Z. V. (2017). Aktualizatsiia pryntsyviv upravlinskoho konstyuttsionalizmu profesiinoi systemy menedzhmentu [Actualization of principles of managerial constitutionalism of professional management system]. *Aktualni problemy ekonomiky i menedzhmentu: teoriia, innovatsii ta suchasna*

- praktyka. Monografiia. – Actual problems of economy and management: theory, innovations and modern practice. Monograph.* Kharkov. Pp. 309-324. [in Ukrainian].
7. Lou, Dzh. (2009). Govorit Dzhek Uelch [Jack Welch speaks]. Moskva. [In Russian].
 8. Makston, G. & Randers, Y. (2017). U poshukakh dobrobutu. Keruvannia ekonomichnym rozvytkom dlia zmenshennia bezrobittia, nerivnosti ta zmin klimatu [Searching for welfare. Managing an economic development for reduction unemployment, disparity and climate changes]. Kyiv. [In Ukrainian].
 9. Mintzberg, G. (2008). Trebuiutsia upravlentsy, a ne vypuskniki MBA. Zhestkii vzgliad na miagkuii praktitu upravlennia i sistemu podgotovki menedzherov. [Managers are required, not MBA graduates. Conservative view on the soft management practice and managers education]. Moskva. [In Russian].
 10. Naim, M. (2017). Zaneпад vlady: Vid valdnykh kabinetiv do poliv bytvy i tserkov, a potim i do derzavy, abo chomu sohodni buty pry vladi oznachae zovsim inshe, nizh kolys [Decline of power. From authorities' offices to the battlefields and churches, and then to the state, or why today to be in power means different, than ever]. Kyiv. [In Ukrainian].
 11. Partrydzh, D. (2017). Liudy chy prybutok: Lomai system. Zhyvy z metoiu. Bud uspishnym [People or profit: Break the system. Live with a dream. Be successful]. Kyiv. [In Ukrainian].
 12. Sloman, S. & Fernbakh, F. Illiuziia znaniia: Pochemu mi nikogda ne dumaem v odinoshestve [Illusion of power: Why we never think alone]. Moskva. [In Russian].
 13. Sedlachek, T. (2017). Ekonomika dobra i zla. Slidamy liudskykh poshukiv: vid Plhamesha do finansovoi kryzy [Economy of good and bad. On the tracks of human searches: from Plhamesh to financial crisis]. Lviv. [In Ukrainian].
 14. Stiglits, Dzh. Tsena neravenstva. Chem rassloenie obshchestva grozit nashemu budushchemu [Price of inequity. How social stratification threatens our future]. Moskva. [In Russian].
 15. Fergiuson, N. (2017). Tsvivilizatsiia. Yak Zakhid stav uspishnym [Civilization. How the West became successful]. Kyiv. [In Ukrainian].
 16. Khemel, G. (2013). Budushchee menedzhmenta [Future of management]. Sankt-Peterburg. [In Russian].
 17. Yakokka, L. (2014). Karera menedzhera [Carrier of manager]. Minsk. [In Russian].

УДК 378.001.1

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173506

В. Г. Марічерда,

доктор медичних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної роботи
(з міжнародних зв'язків)
Одеський національний медичний університет
Валіховський пров., 2, м. Одеса, 65082, Україна
e-mail: valmar@i.ua

В. І. Борщ,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та інновацій
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,
e-mail: viktoriyaborshch@gmail.com

О. П. Рогачевський,

кандидат медичних наук,
в.о. керівника Центру підготовки та складання ОСКІ
Одеський національний медичний університет
Валіховський пров., 2, м. Одеса, 65082, Україна
e-mail: rogachevskiy75@gmail.com

УПРАВЛІНСЬКІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОЇ АТЕСТАЦІЇ ВИПУСКНИКІВ МЕДИЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ У ФОРМАТІ ОСКІ

Проблема якісної підготовки кадрів є ключовою для будь-якої сфери діяльності, не є винятком й медична галузь. Сучасні тенденції розвитку соціально-економічної сфери вимагають від фахівців використання мультидисциплінарного та висококомпетентнісного підходів. Таким чином, вдосконалення освітнього процесу та процесу оцінки якості освіти випускників вищої медичної школи є важливим елементом сучасного реформування галузі охорони здоров'я та медичної освіти. Імплементация новітніх світових технологій навчання та оцінки знань студентів є важливою запорукою цього удосконалення.

У статті розглядаються управлінські та організаційні засади впровадження об'єктивного структурованого клінічного іспиту (ОСКІ) у процес державної атестації випускників медичних вишів. Розглянуто основні принципи ОСКІ. Деталізовано процес підготовки та планування державної атестації в форматі ОСКІ. Основною перевагою такого процесу є застосування принципів командної роботи та проектного менеджменту, що значно підвищує якість процесу оцінювання.

Об'єктивний структурований клінічний іспит розглядається авторами як інструмент підвищення якості освітнього процесу вищої медичної школи.

Ключові слова: освітній процес; вища медична освіта; компетентнісний підхід; проектний менеджмент; управлінська команда; ОСКІ.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Проблема якісної підготовки медичних кадрів є дуже гострою в сучасній Україні на тлі реформування національної охорони здоров'я, загального прискорення розвитку світової медичної та соціальної сфер, а також в умовах інтенсифікації міжнародної мобільності медичних кадрів. Впровадження новітніх та інноваційних технологій навчання, оцінки та контролю якості освітнього процесу є наріжним каменем сучасного реформування вищої медичної освіти в Україні.

Однією з останніх сучасних тенденцій світової вищої освіти, та зокрема й медичної освіти, є впровадження засад компетентнісного підходу. Це викликано необхідністю підготовки кваліфікованих медичних кадрів відповідного рівня та профілю, які є конкурентоздатними на ринку праці та компетентними, які інтегрують мультидисциплінарні знання в галузі охорони здоров'я, а також готові до постійного професійного зростання, соціальної та професійної мобільності. Формування нових інноваційних засад державної атестації медичних кадрів є одним із шляхів вирішення зазначеної проблеми, що покликане до оновлення вищої медичної освіти, перенесення уваги з процесу навчання на його результат, орієнтацію на компетентнісний підхід і пошук ефективних механізмів його запровадження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика впровадження компетентнісного підходу є досить поширеною серед усіх напрямків вищої освіти, не є винятком й вища медична освіта. Так до проблеми формування професійної компетентності майбутніх фахівців у процесі навчання у вищому навчальному закладі звертаються багато вчених: В. Баркасі, І. Бондаренко, Н. Босак, М. Васильєвої, С. Вітвицької, О. Вознюк, Л. Голованчук, І. Дроздової, О. Дубасенюк, А. Журавльова, Л. Карпової, С. Козак, М. Левківського, О. Мамчич, А. Маркової, Г. Мельниченко, Г. Мухамедзянової, О. Палій, Л. Петровської, О. Пометун, Л. Пуховської, С. Савельєвої, Н. Саєнко, С. Сисоєвої, Н. Тализіної, Л. Шевчук.

Компетентнісний підхід у системі освіти є предметом наукового дослідження І. Драча, І. Бабина, П. Бачинського, Н. Бібик, Г. Гавришак, І. Гудзик, Н. Дворнікової, Я. Кодлюк, О. Локшиної, С. Ніколаєнко, О. Овчарук, Л. Пильгун, О. Пометун, І. Родигіна, К. Савченко, О. Садівник, Л. Сень, С. Сисоєвої, О. Ситник, Т. Смагіної, Г. Терещук, С. Трубачевої, Н. Фоменко та ін.

Серед науковців, які присвятили свої наукові доробки аналізу впровадження компетентнісного підходу в освітній та атестаційний процеси вищої медичної школи, слід виділити С. ван дер Влейтена, Д. Ньюбела, Р. Хардена, Р. Ходдера, Д. Свансока тощо.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є аналіз управлінських та організаційних засад державної атестації випускників медичних вищів, враховуючи міжнародний досвід впровадження компетентнісного підходу у вищу медичну освіту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як зазначає О. П. Савченко «загальною ідеєю компетентнісного підходу є компетентнісно-орієнтована освіта, яка спрямована на комплексне засвоєння знань та способів практичної діяльності, завдяки яким людина успішно реалізує себе в різних галузях своєї життєдіяльності» [2].

Основними викликами сучасної вищої медичної освіти є:

- динамічно зростаючі масиви медичних знань;
- мульти-дисциплінарне навчання;
- ускладнені процеси прийняття рішень;
- стрімке зростання суміжних фахівців охорони здоров'я;
- інтенсифікація міжнародної мобільності;
- необхідність розвитку когнітивних знань та soft-skills у фахівців охорони здоров'я;
- тенденції до зниження витрат.

Впровадження компетентнісного підходу в процес підготовки медичних кадрів є однією з альтернатив вирішення зазначених вище проблем.

Так, в практику оцінки та контролю якості в Одеському національному медичному університеті було впроваджено державну атестацію випускників у форматі ОСКІ. ОСКІ (англійською OSCE) – об'єктивний структурований клінічний іспит. ОСКІ представляє собою метод, що використовується з метою оцінки клінічних компетентностей.

Роналд Харден визначає ОСКІ наступним чином: це «підхід до оцінювання клінічної чи професійної компетентності, в якому компоненти компетентності оцінюються плановірно та структуровано, особлива увага приділяється об'єктивності оцінки» [4].

Згідно з Д. Ньюбелом, ОСКІ – це «перш за все, організаційна мережа, яка складається із множини станцій, проміж якими студенти переміщуються, і на яких оцінюються виконання ними певних завдань» [5].

Виходячи із визначень ОСКІ, що представлені в науковій та методичній літературі, ми пропонуємо наступне консолідоване визначення: ОСКІ – це об'єктивна методика оцінювання клінічної компетентності студента в змодельованих умовах з використанням стандартизованих шкал оцінювання, що засновується на принципах структуризації та стандартизації та реалізується в серії послідовно розташованих екзамнаційних станцій з обмеженим часом перебування.

В основі цього іспиту лежить комплексна оцінка з множиною оціночних станцій (як правило, від 10 до 20), які моделюють різноманіт-

ні аспекти клінічної компетентності. Всі учасники складають іспит в однакових умовах, послідовно переходячи від однієї станції до іншої відповідно до заздалегідь визначеного маршруту, результати виконання завдань при цьому оцінюються за допомогою стандартизованих чек-листів. В рамках іспиту можуть бути використані тренажери, симулятори, стандартизовані пацієнти та / чи реальні пацієнти.

Сутність іспиту у форматі ОСКІ полягає у відборі прикладів чи імітації процесу обстеження та лікування пацієнта, тому практичні завдання на станціях ОСКІ, як правило, представляють собою завдання з інтерпретації досліджень, оцінки комунікативних навичок, а також клінічних навичок. Таким чином, ОСКІ – це більше, ніж комплексний іспит: він спрямований на імплементацію компетентнісного підходу до навчання та оцінювання студентів медичних спеціальностей.

ОСКІ дозволяє провести перевірку клінічних компетенцій, в процесі якої оцінюється рівень клінічних навичок та вмінь, пов'язаних із компетентністю самостійно здійснювати медичну діяльність. Ця методика, на відміну від традиційних методів оцінювання знань, дозволяє оцінити та продемонструвати, що студенти «можуть зробити», а не те, що вони «знають».

ОСКІ використовується як у якості випускного іспиту та оцінювання рівня кваліфікації в системі неперервної медичної освіти (НМО), так і у якості засобу отримання зворотного зв'язку для корекції самого освітнього процесу.

Метою імплементації такого іспиту в вищу медичну освіту є підвищення ефективності підготовки студентів шляхом активізації навчання. Необхідність впровадження подібних форм навчання і контролю викликана тим, що в процесах прийняття рішень в медичній практиці, ключову роль відіграють не тільки алгоритми, а й особистий досвід лікаря, який завдяки ОСКІ можна придбати на різних імітаційних станціях. Широке впровадження ОСКІ в практику медичних університетів дозволяє не лише підвищити якість та цінність оцінювання знань студентів, але й створити принципово нові методи навчання та засвоєння практичних навичок як студентами, так й інтернами.

На сьогодні впровадження ОСКІ в існуючі освітні програми в Україні є складним процесом, який потребує глибоких теоретичних та практичних знань та вмінь.

З метою впровадження технологію ОСКІ в Одеському національному медичному університеті було створено Центр підготовки та складання ОСКІ, основними принципами якого є:

- впровадження міжнародних освітніх стандартів, алгоритмів та технологій в освітній процес;
- розвиток дивергентного мислення і навичок його практичного застосування;

- інтеграція мультидисциплінарних знань в галузі охорони здоров'я;
- формування високоякісного медичного фахівця;
- трансформація освітнього процесу на основі його переорієнтації на практичну підготовку студентів;
- безперервний контроль за якістю освітнього процесу;
- оцінка компетентності;
- встановлення єдиних вимог та правил для оцінювання рівня знань;
- неупередженість та об'єктивність оцінювання отриманих знань;
- отримання зворотного зв'язку в процесі навчання.

Робота Центру, що пов'язана із впровадженням новітніх технологій в освітній процес та оцінку його якості, направлена на формування у студентів наступних навичок та компетенцій, що є актуальними для світового медичного професійного середовища:

- 1) комплексне вирішення клінічних проблем та проблем, пов'язаних із професійною діяльністю;
- 2) критичне мислення;
- 3) практичний та емоційний інтелект;
- 4) гнучкість пізнання;
- 5) гнучкість судження та прийняття клінічних рішень;
- 6) пацієнт-центрована модель відносин;
- 7) управління людськими ресурсами;
- 8) міжособистісна взаємодія за напрямками «лікар-пацієнт», «лікар-лікар», «лікар-середній медичний персонал», «лікар-молодший медичний персонал»;
- 9) креативність;
- 10) тощо.

Основними перевагами створення Центру є:

- формування сприятливого середовища навчання;
- переміщення фокусу на особистість студента-практика;
- контроль проактивного клінічного навчання;
- навчання на основі практичного освоєння знань;
- повернення довіри до професії лікаря.

Процес підготовки та планування державної атестації в форматі ОСКІ передбачає наступні етапи:

1. *Створення відповідного структурного підрозділу* із формуванням організаційної структури та формуванням висококваліфікованого кадрового складу. Основною метою цього підрозділу є здійснення безперервного аналізу і забезпечення якості освітнього процесу.

2. *Адміністративна підтримка*, що передбачає формування певної команди фахівців, що забезпечують адміністрування процесу атестації та документообіг.

3. *Формування команди*, яка складається з організаційної групи

на кожній клінічній та навчальній базі, яка спостерігає за практичними аспектами ОСКІ, зокрема відбором локальних екзаменаторів і стандартизованих пацієнтів, плануванням ланцюга заходів ОСКІ і здійсненням процедур ОСКІ без затримок в день проведення іспиту.

4. *Проектування іспиту* – це процес формального визначення змісту іспиту. У кожному проекті ОСКІ повинні враховуватися контекст іспиту, ті знання і вміння, які необхідно оцінити відповідно до навчального плану, і необхідність повторення оцінки тих чи інших галузей знань за допомогою різних методів.

Як ми вже відзначали раніше, в першу чергу, ОСКІ має на увазі оцінку здатності до виконання певних маніпуляцій в змодельованих умовах і, таким чином, в основному визначає результати навчання тих чи інших клінічних компетенцій.

Процес проектування повинен забезпечити формування необхідного набору елементів з навчального плану, що відносяться до оволодіння компетенціями, що передбачені освітніми та/або професійними стандартами, таким чином, іспит повинен відображати зміст навчання.

Як правило, проект ОСКІ складається з двомірної матриці, в якій одна вісь відображає основні компетенції, що підлягають оцінюванню, а інша – ті проблеми чи стани, які демонструють ці вміння.

Проектування може проводитися атестаційною комісією автономно, проте в разі важливих іспитів узгодження тем, що включаються в тестовий проект, може бути здійснено за допомогою методу експертної оцінки Дельфі або інших методик опитування експертів. Після цього питання можуть бути доопрацьовані або відібрані з тестового проекту.

5. *Складання графіка іспиту*. Як правило, кожна група студентів протягом року проходить як мінімум один іспит у форматі ОСКІ. Точний час проведення іспиту, в першу чергу, залежить від локальних актів конкретного навчального закладу та розкладу занять, хоча необхідно враховувати місце проведення іспиту та вільний час екзаменаторів.

6. *Визначення тривалості іспиту та кількості станцій*. Достовірність і валідність залежать від числа станцій і загальної тривалості іспиту. Адекватне і реалістичне визначення часу, необхідного для виконання завдань, сприяє підвищенню валідності тестування. У той же час збільшення обсягу оцінюваних знань і умінь, зазвичай, за рахунок введення в іспит необхідного числа станцій, сприяє підвищенню достовірності.

У практичному плані при ухваленні рішення про тривалість іспиту необхідно враховувати, з одного боку, коефіцієнти достовірності, а з іншого – проблеми, пов'язані з можливостями втілення і наявністю необхідних ресурсів. У більшості випадків при наявності чітко побудованих станцій ОСКІ достатньої достовірності вдається досягти за допомогою 12-18 станцій, тривалістю по 5-10 хв кожна.

7. *Розробка банку станцій ОСКІ.* Перш ніж до банку завдань будуть додані нові станції, вони повинні пройти процес незалежної оцінки та пілотного включення. По можливості слід використовувати психометричні дані на кожному окремому етапі, включаючи оцінку можливості диференціювання екзаменованих. Секретний набір складних питань певної якості, в значній мірі, сприяє досягненню оптимальної достовірності та валідності екзаменаційних оцінок.

8. *Вибір тем для нових станцій.* У тих навчальних закладах, де ОСКІ буде проводитися вперше, проект іспиту, в основі якого лежать результати, передбачувані навчальним планом, може стати прийнятною стартовою точкою, яка визначає завдання, що входять до складу нових станцій ОСКІ. У тих випадках, коли послідовність станцій ОСКІ вже існує, керівник групи з проведення ОСКІ або експерти за відповідними навчальними дисциплінами, можуть проаналізувати цю послідовність і визначити недоліки в можливостях оцінки тих чи інших умінь або розділів знань.

Необхідність додавання нових станцій може виникнути і в разі внесення змін до навчального плану або корекції завдань навчання в рамках окремих модулів або дисциплін. Оцінку знань і умінь при цьому необхідно зіставляти з об'ємом навчання за обраними темами у відповідності з навчальним розкладом.

Після того, як визначено область оцінюваних знань, важливо упевнитися, що в форматі ОСКІ протягом обмеженого часу, відведеного на кожну станцію, можлива реальна оцінка компетенцій, якими, як передбачається, повинні володіти студенти, що складають іспит [6].

9. *Вибір авторів для станції.* Керівник групи з проведення ОСКІ відповідає за відбір співробітників, які будуть планувати і формувати станції ОСКІ. Для того щоб фахівець, який займається формуванням тестових матеріалів, міг виконати цю роботу належним чином, важливо, щоб він був ознайомлений з фундаментальними принципами ОСКІ. Для фахівців, які вперше стикаються з таким завданням, повинні бути проведені ознайомчі семінари чи майстер-класи або розроблені письмові інструкції.

10. *Вибір типу станції, шаблону для станції та складання контрольних матеріалів.* Керівник групи з проведення ОСКІ (або особа, яка координує складання питань) повинен проконсультувати укладачів про те, які саме потрібні питання. Шаблон допомагає авторам розробляти завдання, які мають загальний формат та відповідає формату інших завдань банку. Така стандартизація дозволяє уникнути ситуації, при якій студенти виявляються в невідгідному становищі за рахунок того, що завдання пропонуються в незвичному форматі, і допомагає зберегти об'єктивність оцінок.

11. *Збори екзаменаторів (незалежних експертів)* – один з методів забезпечення якості нових станцій ОСКІ. Після того як екзаменатори сформулюють нові питання, їм пропонується представити ці питання на зборах (часто в невеликих групах), під час яких учасники можуть вивчити питання, що були складені іншими учасниками. Крім того, що процес незалежної оцінки дозволяє проаналізувати клінічну коректність та відповідність завдань, запропонованих на тому чи іншому етапі іспиту, він допомагає також виявити проблеми, пов'язані з валідністю іспиту.

12. *Пілотне виконання*. Після незалежного аналізу екзаменаторами пілотне виконання завдань станцій допомагає виявити проблеми, пов'язані з їх практичним здійсненням і розподілом часу на виконання тих чи інших завдань. При необхідності можна внести зміни до станції, для того щоб підвищити якість етапів іспиту [7].

На цій стадії можна провести первинний психометричний аналіз достовірності та якості станції. При виявленні будь-яких проблем, пов'язаних з конкретною станцією, її слід перепланувати і знову провести пілотне випробування. Часто пілотування проводять в рамках пробного або етапного іспиту, в результаті чого додатковою перевагою можуть стати орієнтування студентів в плані ОСКІ і безпосереднє надання їм інформації про їхні професійні можливості.

13. *Психометричний аналіз*. При розробці нових станцій, якщо в рамках пробного ОСКІ використовується повний набір нових завдань, психометричний аналіз продемонструє загальну достовірність набору питань.

14. *Вибір розділу оцінки і стандартні установки*. При розробці банку станцій для ОСКІ необхідно визначити тип оцінки, що застосовується відповідно очікуванням, пов'язаним з виконанням завдання.

15. *Стандартні установки* мають на увазі визначення кількості балів, що вказують на те, чи пройшов студент іспит чи ні. У процесі оцінювання згідно із співвідношенням з нормою, стандартні установки ґрунтуються на незалежній експертизі і можуть змінюватися.

16. *Формування колективу екзаменаторів*. Участь в іспиті кваліфікованих екзаменаторів грає вирішальну роль в забезпеченні достовірності оцінювання. Навчання і підвищення кваліфікації екзаменаторів – це безперервний процес, в ході якого до колективу додаються нові екзаменатори, а наявні отримують нові знання.

17. *Виявлення та відбір потенційних екзаменаторів*. Достовірність оцінок, що виставляються екзаменаторами, залежить не тільки від послідовної системи перевірки знань, що здійснюється ними, а й від клінічного досвіду екзаменаторів, які оцінюють студентів, що складають іспит на тих чи інших станціях ОСКІ. Незалежно від того, чи

є екзаменатори фахівцями в певній галузі медицини, підготовка всіх екзаменаторів дозволяє зменшити варіабельність оцінок екзаменаторів і збільшити узгодженість їх поведінки, що може сприяти підвищенню достовірності екзаменаційних оцінок.

Для проведення ОСКІ в якості підсумкового іспиту для забезпечення об'єктивності важливо залучення екзаменаторів, не знайомих із студентами, що складають іспит, і не брали участі в їх навчанні. Зовнішні екзаменатори можуть бути запрошені з різних установ, вони можуть проконтролювати дотримання стандартів в порівнянні з іншими установами, а також підтвердити, що процес оцінки досягнень студента носить строгий і справедливий характер і здійснюється відповідно до затверджених наказів і правил.

Крім працівників освітніх або наукових організацій, до проведення підсумкових іспитів бажано, а в випадку з акредитацією фахівців – обов'язково, залучення фахівців з практичної охорони здоров'я.

Більшість потенційних лікарів-екзаменаторів працюють в місцевих ЛПУ; важливо виявляти, і звертатися до тих з них, хто проявляє особливий інтерес до медичної освіти.

18. *Семінари з підвищення кваліфікації екзаменаторів* повинні проводитися задовго до початку іспитів. Рівень підготовки залежить від вихідної ситуації і можливостей екзаменаторів. Ці семінари можуть бути організовані в будь-якій формі.

19. *Формування групи підготовлених стандартизованих пацієнтів (СП).* Стандартизований пацієнт (СП) – це узагальнюючий термін для симуляції пацієнта і реального пацієнта, якого навчили, як представляти свій стан стандартизованим шляхом [3]. Розглядають різні групи пацієнтів, що беруть участь в клінічних випробуваннях. Набір і підготовка кожного типу пацієнтів залежатиме від їхньої ролі в іспиті.

У багатьох великих установах відбір покладається на координатора щодо СП.

20. *Підготовка стандартизованих пацієнтів.* Всім СП потрібна підготовка, але зусилля, пов'язані з підготовкою пацієнтів, залежать від того, чи беруть участь в іспиті реальні пацієнти або актори. Після того, як навчання завершено, необхідно оцінити якість підготовки кожного СП, перш ніж він буде запрошений до участі в іспитах вищого рівня. Можна провести відеозапис поведінки СП, після чого їхні здатності оцінюються незалежною групою педагогів.

СП – це цінний ресурс, важливо підтримувати їх зацікавленість у виконанні цієї ролі за допомогою своєчасної винагороди і висловлення подяки за їхню допомогу.

21. *Проведення іспиту у форматі ОСКІ* відбувається за певним алгоритмом, що передбачає чіткі дії та дотримання правил групою ОСКІ.

22. *Забезпечення якості кожного іспиту* – це безперервний процес, що повторюється в кожному екзаменаційному циклі. Хоча в процесі ОСКІ діє безліч процедур забезпечення якості: забезпечення якості за рахунок підготовки екзаменаторів, незалежного аналізу змісту етапів іспиту і гарантованої стандартизації, а також забезпечення зворотного зв'язку.

Висновки та пропозиції. Отже, як ми бачимо, що хоча ОСКІ направлено суто на оцінювання та атестацію медичних кадрів, проте процедура проведення іспиту передбачає організаційні та управлінські механізми та технології. Особливу увагу під час підготовки, організації та проведення цього іспиту слід приділити процесу формування та управління командою, що потребує особливих управлінських навичок.

Компетентнісний підхід в освітньому та атестаційному процесах сьогодні набуває все більшої популярності в різних сферах вищої освіти і «претендує на роль концептуальної основи освітньої політики, здійснюваної як державами, так і впливовими міжнародними організаціями, підсилює практичну орієнтацію освіти, підкреслює значення досвіду, вмінь та навичок, що спираються на наукові знання» [1]. Такий підхід є універсальним для будь-якої галузі знань. Впровадження принципів об'єктивізації, структурованості та компетентнісної оцінки є актуальним не тільки для медичної сфери, а також і для інших сфер діяльності, основним результатом імплементації яких є пропозиція для сучасного ринку праці високо компетентних, практично-орієнтованих фахівців-практиків, а не просто теоретиків.

Список використаної літератури

1. Нагач М. В. Підготовка майбутніх учителів у школах професійного розвитку в США : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Київ, 2008. 21 с.
2. Савченко О. П. Компетентнісний підхід у сучасній вищій школі. Педагогічна наука: історія, теорія, практика, тенденції розвитку. 2010. Випуск 3. URL : http://intellect-invest.org.ua/pedagog_editions_e-magazine_pedagogical_science_vypuski_n3_2010_st_16/. (дата звернення: 05.03.2019).
3. Bodle J. F., Kaufmann S. J., Bisson D. et al. Value and face validity of objective structured assessment of technical skills (OSATS) for work based assessment of surgical skills in obstetrics and gynecology. Med. Teach. 2008. Vol. 30. Pp. 212-216.
4. Harden R. M. What is an OSCE? Med. Teach. 1988. Vol. 10. Pp. 19-23.
5. Newble D. Techniques for measuring clinical competence: Objective structured clinical examinations. Med. Educ. 2004. Vol. 38. Pp. 199-203.
6. Rethans J.-J., Gorter S., Bokken L., Morrison L. Unannounced standardized

patients in real practice: A systematic literature review. Med. Educ. 2007. Vol. 41. Pp. 537-549.

7. Reznick R., Smee S., Rothman A. et al. An objective structured clinical examination for the licentiate: Report of the pilot project of the Medical Council of Canada. Acad. Med. 1992. Vol. 67. Pp. 487-494.

Стаття надійшла 12.06.2019 року

В. Г. Маричереда,

доктор медицинских наук, профессор,
проректор з научно-педагогической работы
(по международным связям)
Одесский национальный медицинский университет
Валиховский пер., 2, г. Одесса, 65082, Украина
e-mail: valmar@i.ua

В. И. Борщ,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и управления
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина,
e-mail: viktoriyaborshch@gmail.com

А. П. Рогачевский,

кандидат медицинских наук,
и.о. руководителей Центра подготовки и сдачи ОСКИ
Одесский национальный медицинский университет
Валиховский пер., 2, г. Одесса, 65082, Украина
e-mail: rogachevskiy75@gmail.com

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ МЕДИЦИНСКИХ ВУЗОВ В ФОРМАТЕ ОСКИ

Проблема качественной подготовки кадров является ключевой для любой сферы деятельности, не является исключением и медицинская сфера. Современные тенденции развития социально-экономической сферы требуют от специалистов использования мультидисциплинарного и высококомпетентного подходов. Таким образом, усовершенствование образовательного процесса и процесса оценки качества образования выпускников высшей медицинской школы является важным элементом современного реформирования отрасли здравоохранения и медицинского образования. Имплементация новейших мировых технологий обучения и оценки знаний студентов является залогом этого усовершенствования.

В статье рассматриваются управленческие и организационные аспекты внедрения объективного структурированного клинического экзамена (ОСКЭ) в

процесс государственной аттестации выпускников медицинских вузов. Рассмотрены основные принципы ОСКЭ. Детализирован процесс подготовки и планирования государственной аттестации в формате ОСКЭ. Основным преимуществом такого процесса является использование принципов командной работы и проектного менеджмента, что значительно повышает качество процесса оценивания.

Объективный структурированный клинический экзамен рассматривается авторами как инструмент повышения качества образовательного процесса высшей медицинской школы.

Ключевые слова: образовательный процесс; высшее медицинское образование; компетентностный подход; проектный менеджмент; управленческая команда; ОСКЭ.

V. H. Marichereda,

Doctor of medical sciences, professor,
vice-rector for research and academic (international) work
Odessa national medical university
Valikhovskiy lane, 2, Odessa, 65082, Ukraine
e-mail: valmar@i.ua

V. I. Borshch,

PhD in Economics,
associate professor
of Economics and Management Department
of Odessa I. I. Mechnikov National University
24/26 Frantsuzkyi bulvar, Odessa, 65058, Ukraine,
e-mail: viktoriyaborshch@gmail.com

O. P. Rogachevskiy,

MD PhD,
Acting Head of OSCE Center
Odessa national medical university
Valikhovskiy lane, 2, Odessa, 65082, Ukraine
e-mail: rogachevskiy75@gmail.com

MANAGERIAL AND ORGANIZATIONAL BASES FOR THE STATE EXAMINATION AT HIGHER MEDICAL SCHOOL IN THE FORMAT OF OSCE

Issue of high-quality vocational training is crucial for any sphere of activity, health care is not an exception. Modern trends of socioeconomic development require professionals, which use multi-disciplinary and highly competitive approaches. Thus, improving an educational process and process of assessing training of medical university graduates is an essential element of modern reformation of health care and medical education. Implementation of newest world educational technologies and methods of learning assessment is key to its improvement.

Methodology. The methodological basis of the paper is the complex of methods, including methods of scientific cognition, analysis and synthesis, systematization and sci-

entific abstraction. The informational basis of the conducted research is the scientific works of the domestic and foreign scientists in the sphere of improving higher education on the basis of using skill approach.

Results. In the paper organizational and managerial aspects of implementing objective structural clinical exam (OSCE) into the process to the state examination of medical graduates are considered. Process of planning and preparation for state attestation in OSCE format is worked out in detail. We consider use of principles of teamwork and project management as the main advantage of this process, what considerably increases the quality of assessment process.

Objective structural clinical exam is viewed by authors as a tool for upgrading the quality of educational process in higher medical school.

Practical importance of this scientific research results lies in defining principles of planning and preparation process for implementing skill approach into the educational and assessment process of medical graduates. The proposed format of exam can be used not just in medical education, but in other humanitarian spheres of education. Further research directions are aimed at study of sociological and psychological research of usage for OSCE format in state examination process, and also assessment of its effectiveness.

Key words: educational process; higher medical education; skill approach; project management; management team; OSCE.

References

1. Nahach, M. V. (2008). Pidhotovka maybutnikh uchyteliv u shkolakh profesiinoho rozvytku v SShA [Training of future specialists at the schools of vocational development in USA]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. [in Ukrainian].
2. Savchenko, O. P. (2010). Kompetentnisnyi pidkhid u suchasni vyshchii shkoli [Competent approach in the modern higher school]. *Pedahohichna nauka: istoriia, teoriia, praktyka, tendentsii rozvytku*. – *Pedagogy: history, theory, practice, development trends*. Issue 3. Retrieved from http://intellect-invest.org.ua/pedagog_editions_e-magazine_pedagogical_science_vypuski_n3_2010_st_16/. [in Ukrainian].
3. Bodle, J. F., Kaufmann, S. J., Bisson, D. et al. (2008). Value and face validity of objective structured assessment of technical skills (OSATS) for work based assessment of surgical skills in obstetrics and gynecology. *Med. Teach.* Vol. 30. Pp. 212-216.
4. Harden, R. M. (1988). What is an OSCE? *Med. Teach.* Vol. 10. Pp. 19-23.
5. Newble, D. (2004). Techniques for measuring clinical competence: Objective structured clinical examinations. *Med. Educ.* Vol. 38. Pp. 199-203.
6. Rethans, J.-J., Gorter, S., Bokken, L. & Morrison, L. (2007). Unannounced standardized patients in real practice: A systematic literature review. *Med. Educ.* Vol. 41. Pp. 537-549.
7. Reznick, R., Smee, S., Rothman, A. et al. (1992). An objective structured clinical examination for the licentiate: Report of the pilot project of the Medical Council of Canada. *Acad. Med.* Vol. 67. Pp. 487-494.

UDK 378.018.43:004.738.5

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173510

Sohail Imran Khan,

Assistant Professor,
Department of Business Administration,
Lebanese French University
Kurdistan Region, Erbil – Iraq
e-mail: sohailkhan@lfu.edu.krd

Nabaz Nawazad Abdullah,

Head of Department,
Department of Business Administration,
Lebanese French University
Kurdistan Region, Erbil – Iraq
e-mail: nabaz@lfu.edu.krd

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON STUDENT'S ACADEMIC PERFORMANCE: A CASE STUDY OF LEBANESE FRENCH UNIVERSITY

Today's generation is of Networking. It is amazing to look how Internet is changing the lives of people. Social Networking is an international trend, and has spread its wings and has reached to that limit where we can find anyone from any part of the world and gain ample knowledge relating to anything. Social Media primarily originated to be connected with family and friends, but later it was adopted by business as well, as it wanted to take advantage of new and popular method of reaching to customer. On the same lines, students adopted Social Media to be in touch with colleagues and teachers as there is faster flowing of information and knowledge. The intensity of Social Media lies in its capacity to share information and connect with everyone simultaneously with everyone on the earth. The present investigation attempts to go around the impact of Social Media and understudies execution. For data collection, survey method was used with the help of structured questionnaire. The sample size was 63. Students from different year were used as respondents. SPSS-22 was used for analyzing the data. The study concluded with the study of positive and negative influence of Social Media. The positive effect includes easy passage of Information, completion of homework & assignments and finally it encourage the academic exercise and facilitate with others. The negative effect includes that the students get dependent on it, their performance has decreased with the more use of Social Media and finally it is a distracting element.

Keywords: academic performance; social media; students.

Introduction. Social Media based life is assuming a critical job among the young. These days it is impossible to find youth without in touch of So-

cial Media especially among the students. Social Media allows communication with your besties, colleagues easily and very effectively. Therefore, this system is called as Social. Through Social Media, we get variety of news and knowledge. Students largely use this media. Social Media platform like twitter, Facebook, YouTube, WhatsApp, Skype, WeChat, Snapchat, Viber, Instagram, etc are highly used. Educational life of a student has completely transformed since the inception of Social Media. The Social Media usage by students has the ability to affect the grades both positively and negatively. On one hand, the students can search Information through internet whenever they want and on other hand, they can communicate with their fellow students and teachers by connecting them through Social Media. Thus, the time spending on Internet and Social Media is increasing day by day. These can imaginative a positive and negative impact on the understudies' life of students.

A students' scholarly act is estimated by the aftereffect of the examination in which he/she has appeared. As the students are spending a large time on Social Media, there is a major swing in the academic performance of the students. Some students are doing extremely well while some students are not performing well in their studies. Hence, this research work was undertaken to know what influence the social media is doing on studying performance of the students. The researchers are interested to know whether social media is responsible for this swing in the scholarly execution of the understudies or not. Therefore, the researchers are interested to know the positive and negative influence of Social Media on the scholastic execution of the understudies. Therefore, the first objective of this research study is to know the positive influence of Social Media on academic performance of the students and the second objective is to know the negative influence of Social Media on academic performance of the students. This exploration work is relied upon to break down the upsides and downsides of web based life on the understudies' life.

Hypothesis for Study

1. There is no significant contrast between the beneficial outcomes of Social Media on the students' performance.
2. There is no significant distinction between the negative effects of Social Media on the students' performance.

Analysis of recent research and publications. The examination on Social Media and its influence on performance of students usually focus on many dimensions. Ample investigations have been finished so far to comprehend the effect on the students' academic performance of Social Media.

Owen, (2008) explained that in the last two decades, Internet has uncovered the general public to new and better way of information transmit and it has quickly created methods of conveying. Likewise many researchers revealed that students are now more exposed to smart android phones and Internet and concluded that rapidly technology in penetrating in the society and among the students Eijaz (2013); Prabhu and Madan Mohan (2014). Coyle and Vaughn (2008) pointed out that web sites of social network has increased the methodology and correspondence for young users like, Facebook, Whatsapp, Viber, Snapchat, etc. Some researchers found that there could be dual influence of Social Media. The astute utilization of social media can give a huge push in student's life. Otherwise, it will be a waste of time and money. Li, Y. (2011); Madan Mohan and Prabhu (2013). Mehmood and Taswir, together in the year - 2013 pointed out that the utilization of Internet and Social Media is an imperative factor that influence the academic performance both positively and negatively in students.

Positive Side of Social Media

DeBell and Chapman (2006) conducted a survey on US students and pointed out that the students are the dense user of computer and Internet. The principle utilization of Cyberspace by the students is for communicating and coordinating with fellow students and connecting with the teachers. The students complete their assignment and get all official announcements through social media. Emeka and Nyeche (2016) together conducted a study in University of Abuja – Nigeria, titled “Impact of Internet usage on Academic Performance of undergraduate students” and used questionnaire method to collect primary data. Their finding proved that Internet is essential tool for students to increase their skills, capabilities, completing assignment, improved communication, access Information, which assist them to enhance their performance academically. Zahid, et al (2016) studied on the developing utilization of Social Media on the scholastic execution of understudies of colleges and universities. 300 students randomly selected for collecting the data. Descriptive statistics was used data for analyzing the data and found positive effect of Social Media on students' performance. Menseh and Nizam (2016) conducted a research on Malaysian students and found that Social Media can own a purposeful effect on the performance of the students academically. Further, they pointed about the unusual utilization of Social Media stages by the students and suggested that the students and universities to use the platform positively for educational purpose only so that it result in positive impact on students performance. Mushtaq A. and Benraghda A. (2018) conducted a survey on 371 students of Alberoni University, Afghani-

stan from nine faculties like medical, engineering, political science, Education etc and found negative side to be poor as compared to the positive side. He opined that social media is useful tool as it improve learning process. All necessary information is received with the help of social media. However, he also highlighted that social media is also misspend of money and time.

Negative Side of Social Media

Khan and Abdullah (2019) in their study found 3 major elements which effects the students' academic performance. These 3 elements are waste of Time, social media as distracting element and less command over language. Banquil and Chua (2009) concluded in their study that Social Media do affect the academic performance adversely and there is a drop in the grades of the students. Students invest their time and money a lot on Social Media instead of studies. Karpinski (2009) opines that user of social media devote less time to their studies in correlation of non-users and ultimately scores low GPAs. Owusu - Acheaw & Larson (2015) conducted a research in Ghana on the polytechnic students, titled "Use of Social Media and Its Impact on Academic Performance of Tertiary Institution Students: A Study of Students of Koforidua Polytechnic, Ghana" and found that almost all students access the variety of social media through their smart phones and spend almost 30-45 minutes a day. The study further revealed that direct connection exist between the use of Social Media and students' academic performance and it definitely negatively affects the students' academic performance, as students slowly get addicted to it. Hasnain, et al (2015) conducted a research in Pakistan about Social Media and students performance and found an inverse relationship between them. He added that if Social Media when utilized in an appropriate way can help the students to gain higher level of knowledge that can be used to achieve academically higher grades. Tamayo & dela Cruz (2014) carried a survey on graduate students of Information Technology Science students at Centro Escolar University and tried to establish a connection between the students' academic performance and the use of Social Media. Their Study proved that Social Media hinder and distracts students learning and directly affects the performance. It also revealed that the students get too much involved in Social Media and use it only for the purpose chit-chatting and playing games.

Methodology. This research work is descriptive research and is purely based on the survey. For the research both type of data was used. The collection of variety of information from respondents, questionnaires was suitable for this examination work, which has enabled the researchers to get the actual and correct information from the target population. Hence, Primary data

was collected with students using Social Media through the distribution of structured questionnaire consisting of open-ended, close-ended question and rating scale questions. The questionnaires were segregated into three sections. Section A analyzes the respondents demographic attribute, Section B analyzes about the general use of Web-based social networking in everyday life of students and Section C consisted of questions related to social media and researchers try to enquire about the positive and negative influence of social media on the academic performance of students. Target population was students only. The students differ from first year to final year of academic session of 2018 – 19 ranging from 18 to 35 years of age. However, there is a mix of different courses and different colleges. For this research 30 number of male and 33 number of female students contributed (N = 63). The response rate was 96.92%, which was large enough to further carry out the research. Students were encouraged to provide genuine information about their experience of using social media and its influence on their studies. Secondary data was collected from research articles, publications, thesis, websites, journals, books etc. Data was analyzed using descriptive means, One way Analysis of Variance (ANOVA) via SPSS (Version 22). For choosing the respondents, Simple random sampling method was used. The sample has been taken from kurdistan region of Iraq, specifically in Erbil.

Presentation of the main research material.

Section A: Demographic Attribute of Respondents

This section consist of brief profile of students. The students demographic attribute consist of Gender, Age, Year of studying and Academic Achievement.

Table 1

Gender

Gender	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Male	30	47.6	47.6	47.6
Female	33	52.4	52.4	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Table 1 shows the gender of the respondents. From the 63 respondents, majority 33 (52.38 %) were female, while 30 (47.61 %) were male.

Table 2

Age

Years	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15-20	14	22.2	22.2	22.2
21-25	37	58.7	58.7	81.0
26-30	10	15.9	15.9	96.8
31-35	2	3.2	3.2	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Out of the total valid sample of 63 students, majority (58.7 %) were found to be in the age range of 21 to 25 years, which means that that hidden objective to gather information from the young students is achieved. Table 2 shows that 22.2 % are below the age of 20 years and 15.9 % of students are in the age range of 26 to 30 years. However, the researchers were able to get response (3.2 %) from some elder students in the age range of 31 to 35 years.

Table 3

Year of Studying

Year	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
I Year	9	14.3	14.3	14.3
II Year	23	36.5	36.5	50.8
III Year	9	14.3	14.3	65.1
IV Year	22	34.9	34.9	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Data was collected from different years of students. Table 3 depicts the same. According to the table 3, from the total 63 students, 23 (36.5 %) were II year students and 22 (34.9 %) were IV year students. In addition to these, there were 9 students (14.3 %) each from I and III year.

Table 4

Academic Achievement

Academic Achievement	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Excellent	14	22.2	22.2	22.2
Very Good	19	30.2	30.2	52.4
Good	22	34.9	34.9	87.3
Medium	8	12.7	12.7	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Table 4 indicates the academic achievement of students. It shows that most of students (34.9 %) replied that their achievement in academic in Good while least of 8 students (12.7 %) marked themselves as Medium in their academic achievement. Slightly above 22 percent students said that their achievement in academic is Excellent and again slightly above 30 percent students said that their achievement in academic is Very Good.

Section B: General Usage of Social Media in students' life

Table 5

Period of use of Social Media

Period	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 - 6 Months	4	6.3	6.3	6.3
6 Months-1 Year	3	4.8	4.8	11.1
1 - 3 Years	10	15.9	15.9	27.0
3 - 5 Years	24	38.1	38.1	65.1
More than 5 Years	22	34.9	34.9	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Table 5 depicts that Social Media is used by majority of the students for more than 5 years. Close to 35 % students have been using online networking since a quit long period. Just above 38 % students have 3 to 5 years of expe-

rience of using social media. 10 students of the total population have been using it for 1 – 3 years. A small number of 3 are used to social media for less than a year. And only 4 students are used to Social Media for 1 – 6 Months.

Table 6

Often student accessing Social Media Profile

Frequency to Access	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Daily	38	60.3	60.3	60.3
Weekly	9	14.3	14.3	74.6
Fortnightly	5	7.9	7.9	82.5
Monthly	11	17.5	17.5	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

From the table 6 it can be interpreted that greatest part of the total respondents (38) access their social media profile daily i.e., they made up 60.3 % of the total respondents. However, there are students who access their profile once in a month.

Table 7

Frequency of use of Social Media (Per Day)

Frequency of use	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Less than an hour	9	14.3	14.3	14.3
1 - 3 hours	15	23.8	23.8	38.1
4 - 7 hours	29	46.0	46.0	84.1
8 - 12 hours	9	14.3	14.3	98.4
More than 12 hours	1	1.6	1.6	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Reflection of frequency of use of Social Media (Per Day) is shown in the table above. It reflects that close to 50 % respondents are using Social Media for 4-7 Hours daily.

Table 8

Using mobile phone to access Social Media

Use of Mobile Phone	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Yes	60	95.2	95.2	95.2
No	3	4.8	4.8	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Source: Authors Calculation.

Almost all students access Social Media on their smart phone and very few (4.8 %) do not access it through their mobile phones.

Table 9

Preference of Type of Social Media

Type of Social Media	Sum	Rank
Facebook	24.00	2
Messenger	16.00	4
Instagram	32.00	1
Flickr	1.00	9
Twitter	7.00	6
Myspace	1.00	9
YouTube	12.00	5
WhatsApp	7.00	6
Viber	17.00	3
Snapchat	24.00	2
WeChat	3.00	8
Skype	4.00	7
LINE	0.00	10
Any Other	0.00	10

Source: Authors Calculation.

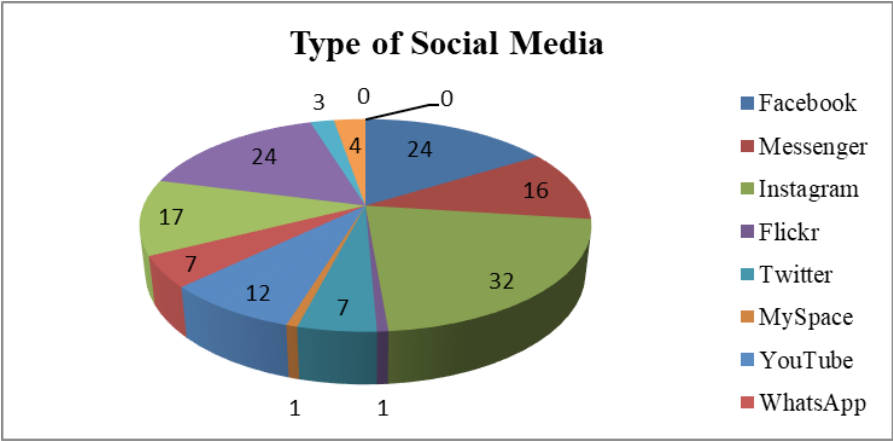


Fig.1. Type of social media

Source: Composed by authors.

When it comes to looking at which is the most prefer platforms for the students to us, here the students mostly used Instagram (fig. 1). Thus, for Social Media, Instagram ranks first in the utilization of it followed by Snapchat and Facebook. Viber ranks third in the preference of using Social Media. However, it was found that Flickr and Myspace was used by very less students and no students use LINE.

Table 10

Use aims of Social Media by Students

Factors	Sum	Rank
Connecting with teachers	5.00	5
Gathering Academic Information	17.00	2
Keeping in touch with family and friends.	31.00	1
For fun and entertainment	16.00	3
Keeping you updated.	13.00	4
Messaging	16.00	3

Source: Authors Calculation.

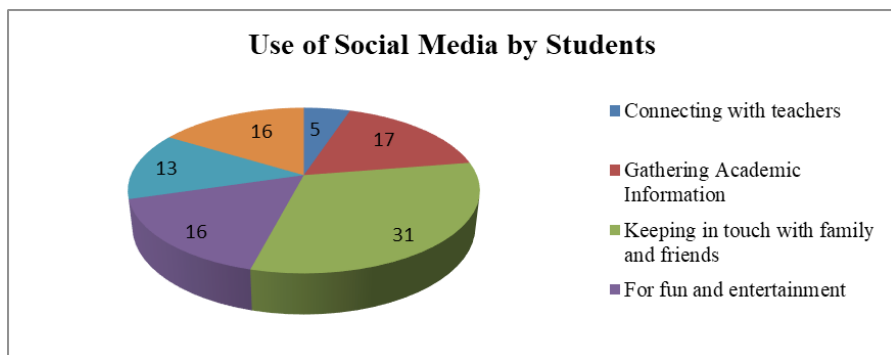


Fig.1. Type of social media

Source: Composed by authors.

Table 10 and fig. 2 illustrates the utilization of Social Media by the under-studies. The students use (N = 31) Social Media mostly to remain connected with their family and friends, secondly to get academic information from others and thirdly for Messaging and For & Entertainment. However, the least use of social media is being in touch with the teachers.

Section C: Social Media and Students Academic Performance

This section consists of positive and negative effects of Social Media and Students Academic Performance. Students were gotten some information about positive and negative effects of Social Media with questions of 5 point Likert Scale Type varying from Strongly Agree = 5 to Strongly Disagree = 1.

Positive effects of Social Media and Students Academic Performance.

Students were asked about their opinion of positive effect of Social Media on their academic performance.

Table 11 reveals the mean and standard deviation of each of the questionnaire items. Serial number 3 relating to passing and receiving information is being highest weighted mean scores (M = 3.68 and SD = 1.05). Sr. No 2 concerning with completion of assignments and homework got second best mean score (M = 3.55 and SD = 1.07). Third highest mean score (M = 3.53 and SD = 1.13) is of Sr. No 5 which implies Social Media encourage the academic exercise and facilitate with others. The least mean score (M = 3.34 and SD = 1.24) is of Sr. No.1. It says that Social media is least used by students for receiving materials and announcement from teachers. However, the second last mean score (M = 3.49 and SD = 1.09) implies that social media is helpful to improve communication. These findings imply how useful the

online networking is in the life of a student. In this manner, it will help the students to achievements some good in academics.

Table 11

Descriptive Statistics

Sr. No	Positive effects of Social Media	N	Mean	Std. Deviation
1.	Social Media help me in my studies since I can get all required material and important announcements from our teachers.	63	3.3492	1.24640
2.	I complete my assignment and homework with the use of Social Media.	63	3.5556	1.07430
3.	Information is very easily passed and received with the help of Social media.	63	3.6825	1.05991
4.	Social Media helps me to improve communication between my classmates and teachers.	63	3.4921	1.09062
5.	Social Media encourage the academic exercise and facilitate with others.	63	3.5397	1.13344
	Valid N (listwise)	63		

Source: Authors Calculation.

With an intention of evaluation the positive effects of Social Media on the academic performance of students subsequent Hypothesis was framed.

H01: There is no significant contrast between the beneficial outcomes of Social Media on the students' performance.

Table 12

Descriptive

Positive Effects of Social Media								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Strongly Disagree	2	1.8000	.56569	.40000	-3.2825	6.8825	1.40	2.20
Disagree	8	3.1500	.75404	.26659	2.5196	3.7804	2.20	4.20
Neutral	29	3.5103	.60613	.11255	3.2798	3.7409	1.80	4.60
Agree	19	3.6842	.57471	.13185	3.4072	3.9612	2.40	5.00
Strongly Agree	5	4.2800	.43818	.19596	3.7359	4.8241	4.00	5.00
Total	63	3.5238	.71521	.09011	3.3437	3.7039	1.40	5.00

Source: Authors Calculation.

H₀₁: There is no significant difference between the positive effects of Social Media on the students' academic performance. Hence, the Hypothesis is not accepted and alternative hypothesis is accepted.

Table 13

ANOVA

Positive Effects of Social Media					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10.414	4	2.604	7.089	.000
Within Groups	21.300	58	.367		
Total	31.714	62			

Source: Authors Calculation.

Table 13 reflects the overall significance, which suggests that the variables are statistically significant as the p-value is under 0.05. The true means of the group are different. This significance test gives a passport to interpret the difference between the means, which shows the difference is real. Hence, we will not accept and reject the null Hypothesis and accept the alternative hypothesis.

Negative effects of Social Media and Students Academic Performance.

With an objective to know the negative effect of Social Media on the academic performance of students, 5 things were made in the survey.

Table 14 manifests the mean and standard deviation of each items of the questionnaire. Item number 5 relating to dependence to social media affects the students' academic performance scored the highest score mean ($M = 3.38$ and $SD = 1.27$). It directly implies that with the high use of Social Media students get addicted to it and negatively affect the studies of students. The next high score ($M = 3.30$ and $SD = 0.96$) of Sr. No 4, implies the decrement in academic performance after the use of Social Media. The third highest mean score ($M = 3.04$ and $SD = 0.99$) is about distraction from studies with the use of Social Media. However there is slight difference between the third and fourth mean score ($M = 3.03$ and $SD = 1.13$). It says that Instead of using Social Media for leaning purpose students it for Chit-chatting and Playing Online Games. The least mean score ($M = 2.92$ and $SD = 1.14$) is of Sr. No.1. It says that Social media is waste of money and time. This implies that students do consider Social Media as waste of money and time but it is of least effecting factor in the series.

Table 14

Descriptive Statistics

Sr. No	Negative effects of Social Media	N	Mean	Std. Deviation
1.	Social Media requires spending of money and it wastage of time, therefore it affect my academic performance.	63	2.9206	1.14020
2.	Instead of using Social Media for leaning purpose, I often use it for Chit-chatting and Playing Online Games.	63	3.0317	1.13547
3.	Social Media distract me from studies and hence affect my academic performance negatively.	63	3.0476	.99074
4.	There is a decrement in my academic performance after I use more of Social Media.	63	3.3016	.96110
5.	Dependence to social media is troublesome issue that affects the students' academic performance.	63	3.3810	1.27543
	Valid N (listwise)	63		

Source: Authors Calculation.

With an intention of evaluation the negative effects of Social Media on the students' academic performance subsequent Hypothesis was framed.

H02: There is no significant distinction between the negative effects of Social Media on the students' performance.

H₀₂: There is no significant difference found between the negative effects of Social Media on the academic performance of students. Hence, the Hypothesis is accepted and the Alternative Hypothesis is rejected.

Table 15

Descriptive

Negative Effects of Social Media								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Strongly Disagree	2	3.6000	1.41421	1.00000	-9.1062	16.3062	2.60	4.60
Disagree	8	3.1750	.50639	.17904	2.7516	3.5984	2.40	4.00
Neutral	29	3.0621	.42461	.07885	2.9006	3.2236	2.00	3.80
Agree	19	3.1684	.75796	.17389	2.8031	3.5337	1.80	4.20
Strongly Agree	5	3.2000	1.09545	.48990	1.8398	4.5602	2.00	4.00
Total	63	3.1365	.63023	.07940	2.9778	3.2952	1.80	4.60

Source: Authors Calculation.

Table 16

ANOVA

Negative Effects of Social Media					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.642	4	.160	.388	.816
Within Groups	23.984	58	.414		
Total	24.626	62			

Source: Authors Calculation.

Table 16 reflects the overall significance, which suggests that the variables are mathematically not significant as the p-value is more than 0.05. The true means of the group are not different. This significance test gives the researchers evidence to interpret the indifference between the means, which shows the difference is no real. Hence, we accept the hypothesis.

Conclusion. Since the inception, Social Media is a huge hit especially among the students. It has attracted millions of user and it is ever increasing. Social Media is like oxygen for the students and has penetrated into every dimension of life of a student. The students of Lebanese French University are very fond of using Instagram followed by Facebook and Snapchat. The research concluded through Social Media if used effectively can lead to positive effect on the understudies' life of students. Some benefits of using

Social Media includes that the students can easily pass and receive important information, also the students are making ample use of Social Media in completing their Assignment and Homework. Finally, Social Media encourage the students for academic exercise and facilitate with others. However as the coin have two sides; Social Media has negative sides also. Its misuse can definitely affect the academic life of a student. Here the students are getting dependent to Social Media day by day and it is increasing. Secondly, the data revealed that students' academic performance has declined after they have started using Social media. Finally, Social Media is acting as a distracting element for students. With the testing of Hypothesis, it was found that there is a significant difference between the positive effects of Social Media on the students' academic performance. Also, there is no significant difference found by the researchers between the negative effects of Social Media on the academic performance of students. Finally, we would like to conclude our research work by the fitting, adjusted and socially affirmed use of Social Media. With astuteness alongside basis considering, a lot of anything is useless. This is a well-known fact that one should be cautious when utilizing new technologies especially Social Media as it can be used both positively and negatively.

Bibliography

1. Abdullah, N. N (2018). Probing the level of satisfaction towards the motivation factors of tourism in Kurdistan Region. *Scholars Journal of Economics, Business and Management*. 5 (6), pp. 439-443.
2. Ahmad Mushtaq & Abdul majid Benraghda (2018).The effects of social media on the undergraduate students' academic performances. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. Retrieved from: <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5020&context=libphilprac>
3. Banquill, K. & Chua, N. A. (2009). Social networking sites affects one's academic performance adversely. Retrieved from: <http://www.scribd.com/doc/28919575/SOCIAL-NETWORKING-SITES-AFFECTONE%>
4. Coyle, C. L. & Vaughn, H. (2008). Social networking: Communication revolution or evolution? *Bell Labs Technical Journal*, 13 (2), pp. 13-17.
5. DeBell, M. & Chapman, C. (2006). Computer and Internet use by students in 2003 (NCES 2006–065). US Department of Education. Washington, DC: National Center for Education Statistics.
6. Eijaz, A. (2013). Impact of new media on dynamics of Pakistan politics. *Journal of Political Studies*, 20 (1), pp. 113-130.
7. Emeka, U. J. & Nyeche, O. S. (2016). Impact of Internet usage on the academic performance of under-graduates students: A case study of the University of Abuja, Nigeria. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7 (10), pp. 1018-1029.

8. Hasnain, H., Nasreen, A. & Ijaz, H. (2015). Impact of social media usage on academic performance of university students. *Proceeding of 2nd International Research Management & Innovation Conference (IRMIC)*. Malaysia.
9. Karpinski, A. (2009). A description of Facebook use and academic performance among undergraduate and graduate students. *Annual Meeting of the American Educational Research Association, San Diego, California*.
10. Khan, S. I., Sultan, A. A. & Alsamarai, S. (2019). Social media and its adverse effect on academic performance of students. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 3 (1), pp. 38-44.
11. Li, Y. (2011). Survey on situation of Chinese college students choosing to use social networking. *Proceedings of 3rd International Conference on Computer Research and Development (ICCRD)*, China. pp. 344-348.
12. Madan Mohan, G. & Prabhu, M. (2013). A study on students perception about Facebook. *International Journal of Contemporary Commerce*, 1 (2), pp. 64-77.
13. Mehmood, S. & Taswir, T. (2013). The effects of social networking sites on the academic performance of students in college of applied sciences. *Int. J. Arts Commerce*, 2 (1), pp. 111-125.
14. Menseh, S. O. & Nizam, S. (2016). The impact of social media on students' academic performance: A case of Malaysia tertiary institution. *International Journal of Education, Learning and Training*, 1 (1), pp. 14-21.
15. Owen, H. (2008). Open space technology: A user's guide, Oakland, United States, Berrett- Koehler Publishers.
16. Owusu-Acheaw, M. & Larson, A. G. (2015). Use of social media and its impact on academic performance of tertiary institution students: A study of students of Koforidua Polytechnic, Ghana. *Journal of Education and Practice*, 6 (6), pp. 94-101.
17. Prabhu, M. & Madan Mohan, G. (2014) A study on stress among university students in India. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 1 (5), pp. 21-33.
18. Sultan, A. A., Noor, S. M. & Nasirun, N. (2018). Technological factors and e-commerce adoption among small medium enterprises in Kurdistan, Iraq. *Int. J. Eng. Technol.*, 7 (3.5), pp. 98-101.
19. Tamayo, J. D. & dela Cruz, G. S. G. (2014). The relationship of social media with the academic performance of Bachelor of Science in information technology students of Centro Escolar University-Malolos. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4 (5), pp. 1-10.
20. Zahid, A., Ahmad, M., Syed, R. H. & Faisal, H. (2016). Impact of social media of student's academic performance. *International Journal of Business and Management Invention*, 5 (4), pp. 22-29.

Стаття надійшла 18.06.2019 року

Сохаил Имран Хан,

доцент факультета бизнес администрирования

Ливанский французский университет

Курдистанский район, Эрбил – Ирак

e-mail: sohailkhan@lfu.edu.krd

Набаз Хавазад Абдула,

декан факультета бизнес администрирования

Ливанский французский университет

Курдистанский район, Эрбил – Ирак

e-mail: nabaz@lfu.edu.krd

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА АКАДЕМИЧЕСКУЮ УСПЕВАЕМОСТЬ СТУДЕНТОВ: ПРИМЕР ЛИВАНСКОГО ФРАНЦУЗСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Современное поколение – это поколение социальных сетей. Удивительно наблюдать, как Интернет меняет жизнь людей. Социальные сети – это международный тренд, который распространяется по всему миру и достиг того уровня, когда мы можем утверждать, что нет такого человека в любой точке мира, который бы не черпал информацию из Интернета. Социальные сети, прежде всего, зародились с целью поддержания связи между семьей и друзьями, однако позднее они начал применяться и в бизнес технологиях и сегодня представляют новый популярный метод охвата клиентов. Аналогично студенты применяют социальные сети для того, чтобы поддерживать связь с коллегами и преподавателями, поскольку благодаря ним ускоряется поток информации и знаний. Интенсивность использования социальных сетей связана с их возможностью быстрого обмена информацией и одновременной связи с кем-либо в любой точке Земли. Данное исследование направлено на изучение влияния социальных сетей на академическую успеваемость студентов. В рамках исследования использовался метод сбора информации с помощью структурированного опросника. Выборка состояла из 63 студентов различных годов обучения. Программа SPSS-22 была использована для анализа данных. В рамках исследования было определено как положительное, так и отрицательное влияние социальных сетей. Положительный эффект определяется быстрым доступом к информации и выполнением домашних заданий, а также вовлечением в академическое занятие и способствует сотрудничеству друг с другом. Отрицательный эффект заключается в том, что у студентов возникает зависимость от социальных сетей: их успеваемость снижается, если увеличивается степень использования социальных сетей, и, в конечном счете, они могут быть деструктивны.

Ключевые слова: академическая успеваемость; социальные сети; студенты.

Сохайл Імран Хан,

доцент факультета бізнес адміністрування

Ліванський французький університет

Курдистанський район, Ербіл – Ірак

e-mail: sohailkhan@lfu.edu.krd

Набаз Хавазад Абдула,

декан факультету бізнес адміністрування

Ліванський французький університет

Курдистанський район, Ербіл – Ірак

e-mail: nabaz@lfu.edu.krd

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА АКАДЕМІЧНУ УСПІШНІСТЬ СТУДЕНТІВ: ПРИКЛАД ЛІВАНЬСЬКОГО ФРАНЦУЗЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Сучасне покоління – це покоління соціальних мереж. Цікаво спостерігати, як Інтернет змінює життя людей. Соціальні мережі – це міжнародний тренд, який поширюється по всьому світу та досяг того рівня, коли ми можемо стверджувати, що немає такої людини у будь-якій точці світу, яка б не отримувала інформацію з Інтернету. Соціальні мережі, перш за все, були створені з метою підтримки зв'язку між сім'ями та друзями, проте пізніше вони почали використовуватися і в бізнес технологіях і сьогодні представляють собою новий популярний метод охоплення клієнтів. Аналогічно студенти використовують соціальні мережі для того, щоб підтримувати зв'язок з колегами та викладачами, оскільки завдяки ним прискорюється потік інформації та знань. Інтенсивність використання соціальних мереж пов'язана з їхньою можливістю швидкого обміну інформацією та одночасним зв'язком із будь-ким у будь-якій точці світу. Це дослідження направлено на вивчення впливу соціальних мереж на академічну успішність студентів. В рамках дослідження було використано метод збору інформації за допомогою структурованого опитувальника. Вибірка складалася з 63 студентів різних років навчання. Програма SPSS-22 була використана для аналізу даних. В рамках дослідження було визначено як позитивний, так і негативний вплив соціальних мереж. Позитивний ефект визначається швидким доступом до інформації та виконанням домашніх завдань, а також залученням до академічного заняття та сприяє співробітництву один з одним. Негативний ефект визначається тим, що у студентів виникає залежність від соціальних мереж: їхня успішність знижується, якщо підвищується ступінь використання соціальних мереж, і, в кінці-кінців, вони можуть бути деструктивними.

Ключові слова: академічна успішність; соціальні мережі; студенти.

УДК 338

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173512

В. І. Захарченко,

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності
Одеський національний політехнічний університет
проспект Шевченка, 1, м. Одеса, 65000
e-mail: nvzakharchenko777@gmail.com

О. В. Балахонова,

доктор економічних наук, доцент
Вінницький соціально-економічний інститут
Університету «Україна»,
Хмельницьке шосе, 23а, м. Вінниця, 21000, Україна
e-mail: lbalachonova@gmail.com

М. Р. Величко,

аспірант, асистент
кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності
Одеський національний політехнічний університет
проспект Шевченка, 1, м. Одеса, 65000
e-mail: m.r.partyka@mzeid.in

ОПТИМІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИЗИКУ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНСТРУМЕНТУ ЙОГО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ

Запропоновано додаткове роз'яснення до портфельної теорії, яка досліджує співвідношення доходності цінного паперу з рівнем ризику та дозволяє раціональному інвестору сформуванню оптимальний інвестиційний портфель, використовуючи диверсифікацію. Диверсифікація призводить до усереднення ринкового ризику і може значно знизити підприємницький ризик. Відповідно до методу формування оптимального інвестиційного портфеля інвестору необхідно оцінювати очікувані прибутковості і дисперсії всіх розглянутих цінних паперів. Також повинні бути оцінені всі коваріації цих цінних паперів і визначена безризикова процентна ставка. Після цього інвестор може визначити структуру «відносного» портфеля, а також очікувану прибутковість і середньоквадратичне відхилення. Далі інвестор може перейти до визначення оптимального портфеля за допомогою графіка, де одна з кривих байдужості торкається, але не перетинає ефективну безліч. Таким чином, оптимальний портфель включає інвестиції в «відносний» портфель, які комбінують з певною кількістю безризикових вкладень і кредитів.

Ключові слова: ризик; інвестиції; фірма; проект; актив; портфель; модель.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На початку 1950-х рр. Г. Марковіц заклав основи науки про ефективне інвестування, так званої портфельної теорії. Підхід Марковіца до проблеми вибору портфеля передбачає, що інвестор намагається вирішити дві проблеми: максимізувати очікувану прибутковість при заданому рівні ризику і мінімізувати невизначеність (ризик) при заданому рівні очікуваної прибутковості. Наслідком наявності двох суперечливих цілей є необхідність проведення диверсифікації за допомогою покупки не однієї, а кількох цінних паперів.

Основна робота по розробці моделі «середніх і дисперсій» була викладена Г. Марковіцем в статті [8], а пізніше в монографії [9] (цитування за [7, с. 193, 229-230]). Ідея узагальнення моделі Марковіца на випадок безризикового кредитування і запозичення належить Дж. Тобіну [7; 10, с. 257]. Подальші узагальнення були надані У. Шарпом, у тому числі, на прикладі моделі оцінки фінансових активів (*Capital Asset Pricing Model, CAPM*) [7, с. 258-268].

Підхід Марковіца передбачає, що інвестор має деякий початковий капітал (C_0) для інвестицій на певний термін. З усіх наявних портфелів оптимальним є той, який відповідає точці дотику кривої байдужості інвестора до ефективної множини. В кінці періоду володіння портфелем початковий капітал інвестора або збільшується, або зменшується в залежності від ставки прибутковості портфеля. Капітал, що утворився в результаті інвестування (C_t), може бути або повністю реінвестований, або повністю витрачений на споживання, або частково реінвестований і частково спожитий.

Підхід Марковіца передбачає, що активи, які розглядаються для інвестицій, окремо є ризикованими, тобто кожен з N ризикованих активів дає невизначений дохід за період володіння. Оскільки жоден із активів не має абсолютно негативну кореляцію з будь-яким іншим активом, то всі портфелі також роблять невизначені доходи за період володіння і, отже, є ризикованими [2, с. 231].

Надалі підхід Марковіца був узагальнений. По-перше, інвестору дозволяється інвестувати не тільки в ризиковані, але і в безризикові активи. Це означає, що тепер є N активів, доступних для інвестицій, включаючи $(N-1)$ ризикований актив і один безризиковий. По-друге, інвестору дозволяється позичати гроші при обов'язкових виплатах по певній відсотковій ставці за взятими позиками, що раніше не враховувалося. Крім того, розглядається ефект від додавання безризикового активу до набору ризикованих активів.

Мабуть ця остання обставина і пояснює згодом появу деривативів (від лат. *derivatus* – відведений – похідні фінансові інструменти на основі цінних паперів, що обертаються [1, с. 184], а їх неконтрольоване пізніше використання на фондовому ринку призвело до кризи 2008 р.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Під час підготовки цієї статті автори використовували праці провідних фахівців з питань ризикованості портфельних інвестицій: М. Грачової [4], Ч. Лі і Дж. Фіннерті [3], Г. Марковіца [8; 9], С. Росса, Р. Вестерфілда, Б. Джордана [5], Дж. Тобіна [10], Р. Холта і С. Барнеса [6], У. Шарпа, Г. Александера, Д. Бейли [7].

У науковій літературі достатньо широко аналізується підхід Г. Марковіца до вирішення проблеми вибору портфеля, з якою зіштовхується кожний інвестор. При такому підході інвестор повинен оцінити альтернативні портфелі з точки зору їх очікуваних доходностей і стандартних відхилень, використовуючи криві байдужості. У разі уникнення ризику інвестором портфель, що лежить на кривій байдужості, яка проходить вище і лівіше інших кривих, буде обраний для інвестування [7, с. 195]. Однак до сих пір недостатньо повно висвітлені в теорії інвестування окремі питання, наприклад: як можна використовувати підхід Марковіца в разі нескінченного числа можливих інвестиційних портфелів, що буде з портфелем цінних паперів, якщо одна з них виявиться безризиковою, що відбувається в разі покупки інвестором цінних паперів по окремій ціні.

Постановка завдання. Метою статті є визначення додаткового підходу до оцінки ризику портфеля цінних паперів, його зниження за умов проведення диверсифікації.

У відповідність з методом формування оптимального інвестиційного портфеля інвестору необхідно оцінювати очікувані дохідності та дисперсії всіх цінних паперів, що підлягають до розгляду. Також повинні бути оцінені всі коваріації таких цінних паперів і визначена безризикова відсоткова ставка. Після цього інвестор може визначити структуру «відносного» портфеля, а також дохідність, що очікується, та середньоквадратичне відхилення. В загалі інвестиційний портфель включає у свій склад різні інвестиційні проекти та фінансові активи, комбінацію яких можливо уявити в площині «очікувана прибутковість – середньоквадратичне відхилення». Верхня межа m такої комбінації портфелів/активів зветься ефективною межею (*efficient frontier*). Ефективні портфелі (що лежать на ефективному кордоні визначаються максимальною прибутковістю при заданому рівні ризику. Увігнутість ефективного кор-

дону пояснюється тим, що характеристики портфеля – очікувана прибутковість і ризик – змінюються нелінійно по відношенню до зміни ваг активів в портфелі [7, с. 258]. Далі інвестор може визначати оптимальний портфель за рахунок крапок на графіку, де одна з кривих байдужості торкається, але не перетинає ефективну множину. І так як ефективна множина представляє собою пряму, то оптимальний портфель включає інвестиції у «відносний» портфель, які скомбіновані з визначеною кількістю без ризикових вкладень та кредитів. Такий підхід до процесу інвестування, носить перед плановий характер, може бути віднесений до проявів нормативної економічної теорії (normative economics), де інвесторам надаються рекомендації що робити і як діяти [7, с. 258].

Відповідно до принципу $\mu - \sigma$ завдання знаходження ефективного інвестиційного портфеля з N фінансових активів можна записати в такий спосіб:

$$\mu_m - \frac{1}{2} \cdot \sigma_m^2 \cdot \gamma \rightarrow \max, \quad (1)$$

при додаткових обмеженнях на активи інвестиційного портфеля:

$$\sum_{i=1}^n \alpha_i = 1; \alpha_i \geq 0; i = 1, \dots, N, \quad (2)$$

де μ_m – прибутковість портфеля ризикових активів; σ_m^2 – дисперсія портфеля ризикових активів; γ – параметр, що відображає схильність інвестора до ризику, $\gamma \in [0; +\infty]$.

Прибутковість портфеля μ_m і дисперсія σ_m^2 є функціями від ваг портфеля α_i :

$$\mu_m = \sum_{i=1}^n \alpha_i \cdot \mu_i; \sigma_m^2 = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^m \alpha_i \cdot \alpha_j \cdot c_{ij}, \quad (3)$$

де c_{ij} – коваріації випадкових величин доходностей активів, що входять в портфель.

Очевидно, що значення c_{ij} (коваріація активу з самим собою) представляють собою дисперсії i -го активу σ_m^2 [4, с. 199-200].

Вирішуючи задачу квадратичної оптимізації методом Лагранжа, отримуємо вираз для параметра γ :

$$\gamma = \frac{\mu_m}{\sigma_m^2}. \quad (4)$$

Виклад основного матеріалу дослідження. Припустимо, що інвестори розглядають будь-який портфель, який лежить на кривій бай-

дужості вище і зліва, як більш цінний, ніж портфель, який лежить на кривій байдужості, що проходить нижче і справа.

Підхід Марковіца до проблеми вибору портфеля припускає, що інвестор докладає зусилля для рішення двох проблем: максимізувати очікувану дохідність при заданому рівні ризику і мінімізувати невизначеність (ризик) при заданому рівні очікуваної дохідності. Принцип $\mu - \sigma$ є наслідком принципу максимізації очікуваної дохідності і тому параметр γ повинен збігатися з постійною мірою Ерроу-Пратта [7, с. 185].

Очікувана дохідність слугує мірою потенційної винагороди, яка пов'язана з портфелем. Стандартне відхилення розглядається як міра ризику портфеля. Крива байдужості представляє собою різні комбінації ризику і дохідності, які інвестор рахує рівноцінними. Для врахування індивідуальних переваг інвестора при виборі оптимального інвестиційного портфеля використовують мікроекономічний апарат кривих байдужості (*indifference curves*). Криві байдужості – це криві, які будуються в площині «прибутковість – середньоквадратичне відхилення» (або «дохідність – ризик») і відображають ставлення особи, яка приймає рішення, відповідає сімейство кривих байдужості, що відображають його переваги в термінах «прибутковість – ризик». Кожній кривій байдужості відповідає певне фіксоване значення корисності, що не змінюється при переході від однієї її точки до іншої [2, с. 10].

У площині «очікувана прибутковість – ризик» інвестора, несхильного до ризику, характеризує сімейство кривих байдужості, що мають негативний нахил; інвестора – ризикофіла – сімейство кривих байдужості, що мають негативний нахил; для нейтрального до ризику інвестора криві байдужості – горизонтальні прямі. Оптимальний портфель буде розташовуватися на кривій байдужості, яка знаходиться вище і лівіше інших. Цей портфель буде відповідати точці, в якій крива байдужості стосується ефективної безлічі.

Наступним кроком у розвитку портфельної теорії стала модель Дж. Тобіна, який розвинув підхід Г. Марковіца, додавши в модель безризиковий актив з прибутковістю μ_0 і дисперсією, яка дорівнює нулю [7, с. 257]. З появою безризикового активу інвестор отримав можливість вкладати частину своїх коштів в цей актив, а решту – в будь-який з ризикових портфелів, що містяться в множині Марковіца.

З урахуванням безризикового активу умови задачі Марковіца змінюються таким чином:

$$\begin{aligned} \mu - \frac{1}{2} \cdot \sigma^2 \cdot \gamma &\rightarrow \max_{\alpha_i; i=0,1,\dots,N} ; \\ \mu &= \mu_0 + \mu_m = \alpha_0 \cdot \mu_0 + \sum_{i=1}^N \alpha_i \cdot \mu_i; \\ \sigma_m^2 &= \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^m \alpha_i \cdot \alpha_j \cdot cov_{ij}, \end{aligned} \quad (5)$$

де α_0 – частка вкладень в безризиковий актив; γ – абсолютна міра Ерроу – Пратта.

При додаткових обмеженнях на ваги інвестиційного портфеля:

$$\alpha_0 + \sum_{i=1}^N \alpha_i = 1; \alpha_i \geq 0; i = 0, 1, \dots, N. \quad (6)$$

Вирішуючи задачу квадратичної оптимізації методом Лагранжа, отримуємо:

$$\gamma = \frac{\mu_m - \mu_0}{\sigma_m^2}. \quad (7)$$

Таким чином, підтверджується теза, що абсолютна міра Ерроу – Пратта в моделі Тобіна виражається через відношення різниці доходностей ризикового портфеля і безризикового активу до дисперсії ризикового активу [2, с. 11].

Вибір персоналізованого портфеля відповідно до підходу Дж. Тобіна полягає, як і у моделі Марковіца, у виборі оптимального портфеля з безлічі ефективних. Тут також необхідно скористатися апаратом кривих байдужості.

Наступним кроком розвитку портфельної теорії стала модель оцінки фінансових активів (*Capital Asset Pricing Model* або *CAPM*), яка вперше запропонована У. Шарпом в 1964 р. [3, с. 199-200].

Модель У. Шарпа дозволяє інвесторові – ризикофобу знизити ризик портфеля шляхом його диверсифікації. Інакше кажучи властивий окремим цінним паперам ризик можна усунути шляхом включення цінного паперу в портфель. Такий усувний тип ризику називається несистематичним або диверсифікованим. Шарп виділяє також другий тип ризику – ризик, який не можна усунути за рахунок зміни структури портфеля і званий систематичним або ринковим.

Умови завдання Тобіна змінюються таким чином:

$$\begin{aligned} \mu - \frac{1}{2} \cdot \sigma^2 \cdot \gamma &\rightarrow \max_{\alpha_i; i=0,1,\dots,N} ; \\ \mu &= \mu_0 + \mu_m = \alpha_0 \cdot \mu_0 + \sum_{i=1}^N \alpha_i \cdot \mu_i; \\ \sigma^2 &= \sum_{i=1}^N \alpha_i^2 \cdot \sigma_i^2 + \sum_{i=1}^m \alpha_i^2 \cdot \beta_i^2 \cdot \sigma_m^2. \end{aligned} \quad (8)$$

При додаткових обмеженнях на ваги інвестиційного портфеля:

$$\alpha_0 + \sum_{i=1}^N \alpha_i = 1; \alpha_i \geq 0; i = 0, 1, \dots, N, \quad (9)$$

де β_i – міра систематичного ризику i -го цінного паперу; γ – абсолютна міра Ерроу – Пратта.

У вираженні (8) для дисперсії інвестиційного портфеля перший доданок характеризує власний ризик портфеля, пов'язаний зі зміною вартості кожного конкретного активу в портфелі. Друга складова характеризує ринковий ризик портфеля, яка пов'язана зі зміною вартості ринкового портфеля.

Вираз для абсолютної міри Ерроу – Пратта в моделі Шарпа буде виглядати, як і в моделі Тобіна слідуючим чином:

$$\gamma = \frac{\mu_m - \mu_0}{\sigma_m^2}. \quad (10)$$

Вибір персоналізованого інвестиційного портфеля в моделі Шарпа так само, як і в моделях Марковіца і Тобіна, передбачає вибір оптимального портфеля з безлічі ефективних. Відповідно до теорії У. Шарпа, оптимальний портфель, що складається тільки з ризикових активів, матиме ту ж структуру, що і ринковий портфель [6, с. 218]. Таким чином, Шарп пропонує інвестору довіритися ринку і вибрати портфель з такою ж структурою. Інвестор, не схильний до ризику, буде вибирати комбінації з ризикового портфеля і безризикового активу – тобто буде робити вибір оптимального портфеля з безлічі портфелів, що лежать на лінії ринку капіталу аналогічно моделі Тобіна з тією різницею, що тепер він може вибирати також і портфелі, що лежать правіше точки М, що відповідає ринковому портфелю.

До певного часу аналіз інвестицій було зосереджено на кількісних факторах [6, с. 69]. Насправді, якби за допомогою кількісних показників можна було описати всю ситуацію, то роботу можна було б закінчити дослідженням чутливості, вибравши ті інвестиційні проекти, які забезпечують найкращі кількісні показники. На жаль, цифрами не можна все пояснити. Цифри дозволяють бачити переваги проекту лише в чорно-білих тонах. За допомогою ж якісних факторів можна помітити ще «п'ятдесят відтінків сірого кольору».

Висновки та пропозиції. Висновки з вищенаведеного наступні:

Стосовно до індивідуальних активів ризику бувають двох типів: систематичні і несистематичні. Ця різниця має вирішальне значення, так як систематичний ризик витрачає всі активи в економіці в тій чи іншій

мірі, в той час як несистематичний ризик впливає тільки на невелику кількість активів.

Принцип диверсифікації на практиці має велике значення і показує, що високодиверсифіковані портфелі акцій не мають несистематичного ризику. Для диверсифікованого інвестора предметом обговорення може бути тільки систематичний ризик. Тобто при ухваленні рішення про покупку індивідуальних активів диверсифікований інвестор матиме справу лише з активами з систематичним ризиком. Диверсифікація призводить до усереднення ринкового ризику і може значно знизити підприємницький ризик.

Основним недоліком у процесі оптимізації інвестиційного портфелю є опір на криві байдужості, так як результатом буде описовий характер того випадку, що відбувається під час прийняття рішення в умовах вже визначеного або скоригованого рівня ризикових переваг. Функцію корисності конкретної особи, що приймає рішення, можна отримати, якщо відома величина абсолютної міри Ерроу – Пратта. Однак знаходження абсолютної міри Ерроу – Пратта в умовах, коли нічого невідомо про ризикові переваги інвестора, викликає значні труднощі. Якщо обмежитися розглядом тільки тієї категорії інвесторів, які характеризуються постійною абсолютною мірою Ерроу – Пратта, то для знаходження величини абсолютної міри Ерроу – Пратта необхідно знати величини μ і σ (прибутковості і ризику), що відповідають конкретному інвестору. Необхідні значення прибутковості і ризику, що відповідають конкретному інвестору, можна отримати, використовуючи, наприклад, експертну модель.

Вимірювання ефективності управління інвестуванням є невід’ємною частиною процесу інвестиційного менеджменту. Воно є також механізмом контролю та зворотного зв’язку, що дозволяє зробити процес управління інвестиціями більш ефективним. При оцінці ефективності управління інвестуванням існують два завдання: визначення рівня ефективності та з’ясування того, чи є дана ефективність наслідком везіння або наслідком майстерності менеджера.

Дану роботу виконано у межах НДР «Конкурентна розвідка в безпеку орієнтованому управлінні інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств стратегічного значення для національної економіки і безпеки держави» ДР 0119U002005).

Список використаної літератури

1. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. 5-е изд. Москва : ИНЭ, 2002. 1280 с.
2. Лаптева В. В. Дослідження дохідності цінних паперів з рівнем ризику. *Прикладні*

- наукові новини – 2013 : мат. міжн. наук.-практ. конф., м. Прага, 2013. Прага: Education and Science, 2013. С. 9-12.
3. Ли Ч.Ф., Финнерти Дж. И. Финансы корпораций: теория, методы и практика ; Пер. с англ. Москва : ИНФРА – М, 2000. 686 с.
 4. Риск-анализ инвестиционного проекта: учебник для вузов / Под ред. М. В. Грачевой. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 351 с.
 5. Росс С., Вестерфилд Р., Джордан Б. Основы корпоративных финансов ; Пер. с англ. Москва : ЛБЗ, 2000. 720с.
 6. Холт Р. Н., Барнес С. Б. Планирование инвестиций ; Пер. с англ. Москва: Дело ЛТД, 1994. 720с.
 7. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж.. Инвестиции ; Пер. с англ. Москва : ИНФРА – М, 1998. 1028 с.
 8. Markowitz H. M. Portfolio selection. *Journal of Finance*. 1952. 7. No.1 (March 1952). Pp. 77-91.
 9. Markowitz H. M. Portfolio selection: efficient diversification of investments. N.Y. : John Wiley, 1959.
 10. Tobin J. Liquidity preference as behavior towards risk. *Review of Economic Studies*. 1958. 26. No. 1 (February 1958). Pp. 65-86.

Стаття надійшла 22.05.2019 р.

В. И. Захарченко,

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента
внешнеэкономической и инновационной деятельности
Одесский национальный политехнический университет
проспект Шевченко, 1, г. Одесса, 65000
e-mail: nvzakharchenko777@gmail.com

О. В. Балахонова,

доктор экономических наук, доцент
кафедры экономики и менеджмента
Винницкий социально-экономический институт университета «Украина»
Хмельницкое шоссе, 23а, Винница, Винницкая область, 21000
e-mail: lbalachonova@gmail.com

М. Р. Величко,

аспирант, ассистент
кафедры менеджмента
внешнеэкономической и инновационной деятельности
Одесский национальный политехнический университет
проспект Шевченко, 1, г. Одесса, 65000
e-mail: m.r.partyka@mzeid.in

ОПТИМИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТА ЕГО ДИВЕРСИФИКАЦИИ

Предложено дополнительное разъяснение к портфельной теории, которая исследует соотношение доходности ценной бумаги с уровнем риска и позволяет рациональному инвестору сформировать оптимальный инвестиционный портфель, используя диверсификацию. Диверсификация приводит к усреднению рыночного риска и может значительно снизить предпринимательский риск. В соответствии с методом формирования оптимального инвестиционного портфеля инвестору необходимо оценивать ожидаемые доходности и дисперсии всех рассматриваемых ценных бумаг. Также должны быть оценены все ковариации этих ценных бумаг и определена безрисковая процентная ставка. После этого инвестор может определить структуру «относительного» портфеля, а также ожидаемую доходность и среднеквадратическое отклонение. Далее инвестор может перейти к определению оптимального портфеля с помощью графика, где одна из кривых безразличия касается, но не пересекает эффективное множество. Таким образом, оптимальный портфель включает инвестиции в «относительный» портфель, которые комбинируют с определенным количеством безрисковых вложений и кредитов.

Ключевые слова: риск; инвестиции; фирма; проект; актив; портфель; модель.

V. I. Zakharchenko,

Doctor of economic sciences, professor,
professor of Department of Management of foreign
economic and innovation activity
Odessa National Polytechnic University
Shevchenko ave., 1, 65000, Odessa
e-mail: nvzakharchenko777@gmail.com

O. V. Balakhonova,

Doctor of economic sciences, professor,
professor of the Department of Economics and Management
Vinnitsa Social and Economic Institute "Ukraine" University, Ukraine
e-mail: lbalachonova@gmail.com

M. R. Velychnoo,

Ph.D. student, assistant
of Department of Management of foreign
economic and innovation activity
Odessa National Polytechnic University
Shevchenko ave., 1, 65000, Odessa
e-mail: m.r.partyka@mzeid.in

OPTIMIZATION OF INVESTMENT RISK USING THE INSTIGATOR OF ITS DIVERSIFICATION

In the early 1950's, G. Markowitz laid the foundations for the science of effective investment, the so-called portfolio theory. Markovitz's approach to portfolio selection implies that the investor is trying to solve two problems: maximize expected returns at a given risk level and minimize uncertainty (risk) at a given level of expected returns. The consequence of the existence of two contradictory goals is the need for diversification through the purchase of not one but several securities. The main work on the development of «model of averages and dispersions» was presented by G. Markovits in the article, and later in the monograph. The idea of a generalization of the Markovitz model in the case of risk-free lending and borrowing belongs to J. Tobin. Further generalizations were provided by W. Sharpe, including, for example, the Capital Asset Pricing Model (CAPM). The Markowitz approach implies that the investor has some initial capital (C_0) for an investment for a certain period. From all available portfolios, the optimal one is that which corresponds to the point of contact of the investor's indifference curve to an effective set. At the end of the period of ownership of the portfolio, the initial investor's capital either increases or decreases depending on the rate of return on the portfolio. Capital created as a result of investing (C_t) may be either fully reinvested or fully spent on consumption, or partially reinvested and partially consumed. Markovitsa's approach implies that the assets considered for investments are separately risky, that is, each of the N risky assets gives indefinite income for the period of ownership. Since none of the assets has an absolutely negative correlation with any other asset, all portfolios also make indefinite earnings over the ownership period and, therefore, are risky. Until a certain time, the investment analysis was focused on quantitative factors. In fact, if the whole situation could be described with the help of quantitative indicators, then the work could be completed by studying the sensitivity by choosing those investment projects that provide the best quantitative indicators. Unfortunately, the figures cannot explain everything. Figures allow you to see the benefits of the project only in black and white. With the help of qualitative factors you can notice another «fifty shades of gray».

Keywords: risk; investment; firm; project; active; portfolio; model.

References

1. Azriliyana, A. N. (Ed.). (2002). Bolshoi ekonomicheskii slovar [Big Economic Dictionary. 5th ed.]. Moskva. [in Russian].
2. Lapteva, V. V. (2013). Doslidzhennia dokhidnosti tsinnykh paperiv z rivnem ryzyku. [Investigation of the yield of securities with a level of risk]. *Prykladni naukobi novynu – 2013 : mat. mizhn. nauk.-prakt. konf. – Applied Scientific News – 2013 : Proceedings of International scientific and practical conferences Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi*. Prague: Education and Science [in Ukrainian].
3. Lee, Ch. F. & Finnerti, J. I. (2000). Finansy korporatsii: teoriia, metody i praktika [Corporate finance: theory, methods and practice]. Moskva: INFRA-M. [in Russian].
4. Gracheva, M. V. (Ed.). (2001). Risk-analiz investitsionnogo proekta: ushebnik dlia vyzov [Risk analysis of the investment project: a textbook for universities]. Moskva : UNITY–DANA [in Russian].

5. Ross S., Vesterfeld, R. & Dzhordan, B. (2000). Osnovy korporativnykh finansov [Basis of corporate finances]. Moskva : LBZ. [in Russian].
6. Holt, R. N. & Barnes, S. B. (1994). Planirovanie investitsii [Investment Planning]. Moskva : Delo LTD. [in Russian].
7. Sharp, U., Amsander, G. & Bailey, J. (1998) Investitsii [Investments]. Moskva : INFRA-M. [in Russian].
8. Markowitz, H. M. (1952). Portfolio Selection. *Journal of Finance*, 7 (1), pp. 77-91.
9. Markowitz H.M. (1959). Portfolio selection: efficient diversification of investments. N.Y. : John Wiley.
10. Tobin, J. (1958). Liquidity preference as behavior towards risk. *Review of Economic Studies*, 26 (1), pp. 65-86.

УДК 336.74:338.436

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173515

О. П. Радченко,

кандидат економічних наук

доцент кафедри економіки та управління

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Французький бульвар, 24/26, 65058, м. Одеса, Україна,

e-mail: rap_1@ukr.net

О. О. Сурмай,

1-й курс магістратури,

спеціальність «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

Французький бульвар, 24/26, 65058, м. Одеса, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОДУКЦІЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджуються особливості формування цін на сільськогосподарську продукцію. Розглянуті причини і наслідки помітного коливання в динаміці цін на окремі види продукції. Показано зростання впливу на процес ціноутворення зовнішньоекономічних операцій, концентрації виробництва сільськогосподарської продукції. Критично розглядається поширена в багатьох публікаціях теза про наявність диспаритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію. Зроблено висновок про посилення позицій сільськогосподарських підприємств у процесі формування цін на їхню продукцію. Індикатором цього процесу є підвищення варіації цін реалізації продукції в розрізі окремих виробників та їх груп.

Ключові слова: сільськогосподарське підприємство; сільськогосподарська продукція; ціна реалізації; варіація цін; диспаритет цін.

Постановка проблеми у загальному вигляді. З посиленням соціальної політики держави у сфері продовольчої безпеки і необхідністю розвитку вітчизняної аграрної галузі проблеми ціноутворення на продукцію аграрних підприємств здобувають особливу значимість. У цей час принципи встановлення цін нерідко суперечать інтересам держави і суспільства, не сприяють розвитку інноваційної складової аграрної сфери. Вітчизняні аграрні і переробні підприємства при встановленні цін керуються застарілими витратними методами, не виробляють довгострокову стратегію ціноутворення, засновану на оцінці широкого комплексу ціноутворюючих факторів. Це обумовлено

наявністю об'єктивних передумов: відсутністю необхідної державної підтримки розвитку аграрної сфери в інноваційному напрямку, включаючи розвиток аграрної науки; низькою продуктивністю рослин і тварин; жорсткою конкуренцією і демпінгом у більшості сегментів аграрного ринку, де превалює вітчизняна продукція.

Недооцінка значимості цінових процесів як з боку комерційного сегменту, так і державних органів влади призвели до ряду негативних наслідків в умовах економічної кризи. Ціни на продовольство зростають, аграрна галузь зазнає фінансових труднощів, а якість продовольчого забезпечення населення знижується.

Економічна криза, зниження попиту визначають необхідність формування гнучкої цінової політики в аграрних підприємствах. У період різких кон'юнктурних змін необхідна розробка чітких правил цінової поведінки, що враховує можливість коректування цін і впливу на цінність продукту для споживача. Це сприяє зниженню ризику втрати конкурентоспроможності й забезпечує своєчасне цінове реагування на зовнішній виклик.

Ціни на сільськогосподарську продукцію є найдинамічнішою характеристикою аграрного ринку. Вони чутливо реагують на вплив численних економічних, технологічних, погодних, соціально-політичних чинників й у свою чергу визначають вектори і темпи розвитку окремих сільськогосподарських галузей, рівень продовольчої безпеки країни. Значна диференціація та коливання в динаміці цін реалізації сільськогосподарської продукції свідчать про слабку керованість процесами на агропродовольчому ринку. Це породжує нестабільність, яка знижує інвестиційну привабливість аграрного сектору, посилює диспропорції в розвитку окремих його складових. Цінова нестабільність посилилася у зв'язку з глибокою економічною кризою в Україні, що зумовлює необхідність продовження системного аналізу причин і наслідків процесів, пов'язаних із формуванням цін на продукцію сільськогосподарських товаровиробників [17].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування цін на сільськогосподарську продукцію, вплив цінового механізму на розвиток аграрного сектору України є предметом досліджень багатьох вітчизняних учених. Серед опублікованих останніми роками праць варто виділити ґрунтовний доробок М. М. Артуса, Р. Ф. Бруханського, В. Б. Ваврика, В. В. Гудака, Є. М. Кирилюка, М. З. Матвійчук, М. К. Пархомця, Б. Й. Пасхавера, Є. А. Фірсова, О. М. Шпичака тощо. Вони на належному рівні опрацювали теоретичні аспекти формування цін на сільсько-

господарську продукцію в контексті теорії вартості [2, 5, 12, 16], розглянули принципи та особливості функціонування механізму ціноутворення в аграрному секторі [9].

Загалом дослідники характеризують ціновий механізм в аграрному секторі як такий, що не забезпечує прийняттого рівня дохідності сільськогосподарських виробників [3, 5, 8, 14]. У працях вітчизняних економістів-аграрників набула поширення теза про диспаритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, який зачіпає інтереси агровиробників [1, 8, 11] і не тільки не згладжується, а й посилюється [3]. У зв'язку з цим учені обґрунтовують необхідність активного впливу держави на процес ціноутворення в аграрному секторі, вказуючи механізми, які при цьому можуть бути задіяні [6, 9, 16]. З іншого боку, зустрічається критична оцінка пропагованих у наукових публікаціях заходів із державного регулювання цін [2].

Також слід враховувати, що останнім часом спостерігаються суттєві зміни у впливі окремих чинників на формування цін на сільськогосподарську продукцію. Це вимагає продовження дослідження відповідних процесів.

Ціноутворення в сільському господарстві має велике значення у загальній системі ціноутворення. Адже ціни підприємств АПК на сільськогосподарську продукцію становлять більшу частку у роздрібній ціні товарів, що виробляються із сільськогосподарської сировини. Визначальну роль у формуванні цін АПК відіграють ціни на паливно-енергетичні ресурси, продукцію машинобудівних підприємств, що виробляють сільськогосподарську техніку, добриво і засоби захисту рослин та послуги, що надаються сільськогосподарським підприємствам. Зміна рівня будь-якої з них впливає на величину, динаміку та структуру цін як в аграрному секторі, так і в усій економіці, оскільки господарська діяльність усіх підприємств, сфер виробництва, галузей економіки є взаємопов'язаною та взаємозалежною. Отже, ціновий механізм повинен функціонувати таким чином, щоб не допустити значного дисбалансу в ціноутворенні між сільським господарством та іншими галузями, забезпечуючи вирівнювання цінових умов аграрного розвитку [15].

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування особливостей формування цін на сільськогосподарську продукцію та впливу механізму ціноутворення на розвиток аграрного сектору економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні ціни на сільськогосподарську продукцію, як і на всі інші товари вітчизняних виробників, характеризуються тенденцією до зростання. Це об'єкти-

вне явище пов'язане з інфляційними процесами в економіці, що відображають здорожчання практично всіх ресурсів, задіяних у національному господарстві.

За останні п'ять років частка продукції АПК у структурі експортної виручки України зросла з 27 % у 2013 р. до 41 % у 2017 році. За результатами першої половини 2018 р. частка агропродовольчої продукції склала 36,5 %. Проте варто зазначити, що основу аграрного експорту все ще становить експорт сировини, а саме продукція рослинного походження – пшениця, кукурудза, ячмінь та соєві боби. Частка цієї продукції в структурі становить порядку 55 %. Ці топ-10 продуктів складають 82 % всього експорту агропродовольчих продуктів з України [7].

Серед аграрного імпорту України першу позицію займає насіння соняшнику: за січень-червень 2018 року обсяг закупівель склав 213,3 млн дол. США. На другому місці – риба морожена (159,9 млн дол. США), а на третьому – кукурудза (108,6 млн дол. США). Замикає топ-10 продуктів аграрного імпорту олія пальмова: обсяг імпорту за першу половину 2018 р. становив 75,4 млн дол. США. Частка топ-10 продуктів агропродовольчого імпорту України становить 47 % [10].

Виникає адекватне запитання, чому Україна спочатку експортує кукурудзу, ячмінь, пшеницю та іншу сільськогосподарську сировину, а потім ввозить її чи продукти з неї, які можуть виготовлятися на внутрішньому ринку, в країну у вигляді імпорту.

Ринок аграрної продукції має вирішити ці та інші питання як на внутрішньому, так і на зовнішньому сегменті [10]:

- адекватна ціна на аграрну продукцію за рахунок рентабельного ціноутворення това ровиробником та врегулюванням націнки посередників;
- регулювання наповненості внутрішнього ринку товарами власного виробництва та імпортованою аграрною продукцією;
- регулювання через експорт кількості сільськогосподарської продукції, яка затребувана на внутрішньому ринку;
- вирішення питань логістики, що є дуже важливим для вказаної галузі народного господарства;
- забезпечення можливості отримання державних кредитів, субсидій для товаровиробників;
- забезпечення твердої ціни на внутрішньому ринку аграрної продукції;
- полегшення умов стандартизації вітчизняної продукції для виходу

на ринок ЄС;

- забезпечення умов добросовісної конкуренції усім учасникам вказаного ринку.

Сьогодні експорт великої кількості товарів агропромислового походження сформувався внаслідок низького сукупного попиту та рівня цін на національному ринку. Така тенденція не може гарантувати довгострокові експортні перспективи, адже конкуентоспроможні позиції галузі на зовнішніх ринках повинні формуватися в умовах цінової конкуренції та насиченості внутрішнього ринку. З огляду на це доцільним є впровадження політики імпортозаміщення щодо тих груп товарів, де імпорт переважає експорт [4].

Заданими Державної служби статистики України, у 2018 році порівняно з 2010 роком індекс цін реалізації продукції сільського господарства сільськогосподарськими підприємствами (крім малих) становив 308,3 %, у тому числі продукції рослинництва – 331,8 %, тваринництва – 284,5 %. Зростання цін на сільськогосподарську продукцію є одним з основних чинників, які зумовлюють здорожчання продовольчих товарів. За офіційними даними, індекс цін на продукти харчування з 2010 до 2018 року становив 206,9 %, а індекс споживчих цін загалом – 217,4 %. Для порівняння, індекс цін вітчизняних виробників промислової продукції загалом протягом того самого періоду становив 262,7 % [13].

Як бачимо, темпи зростання цін на сільськогосподарську продукцію помітно перевищували темпи зростання споживчих цін та індекс цін виробників промислової продукції. Водночас на відміну від інших основних товарних груп ціни на окремі види сільськогосподарської продукції в динаміці характеризуються помітними коливаннями – у бік як збільшення, так і зменшення.

Звісно домінуючою є тенденція до зростання цін. Фрагментарне їх зменшення в попередні роки зустрічається і в інших галузях економіки, однак для сільського господарства це явище стало доволі звичним. Загалом високими, що нетипово для інших галузей, є абсолютні значення приросту чи зменшення цін на окремі види сільськогосподарської продукції порівняно з попереднім роком. У рослинницьких галузях середні щорічні їх коливання (у бік збільшення чи зменшення) протягом 2011-2018 років становили від 20 % до 35 %, у тваринницьких – 15-25 % відповідно.

Причини такої ситуації значною мірою пов'язані з комплексним впливом двох чинників: залежності галузі від погодних умов та низької

еластичності попиту на сільськогосподарську продукцію. Помітні коливання в окремі роки під впливом погодних умов урожаїв в умовах відносної стабільності внутрішнього ринкового попиту є причиною значних змін цін на окремі види продукції рослинництва [17].

Ця причина вагома, але не єдина. Дедалі більше на динаміку цін впливають зовнішньоекономічні операції, які формують баланс попиту і пропозиції на вітчизняну агропродовольчу продукцію. Зокрема періодичні зниження закупівельних цін на продукцію тваринництва, які були ініційовані переробними підприємствами, пояснювалися останніми труднощами зі збутом їх продукції в Російську Федерацію, яка неодноразово обмежувала ввіз українського молока і м'яса, несприятливою кон'юктурою на ринках інших країн [17].

Це пояснення загалом підтверджують офіційні дані про зовнішньоекономічні операції з агропродовольчою продукцією. Протягом останнього десятиліття найбільшою мірою закупівельні ціни на молоко в Україні знизилися порівняно з попереднім роком у 2012 році (на 12,5 %). Тоді ж експорт молочних продуктів у перерахунку на молоко зменшився на 15% за зростання імпорту на 60 %, що створювало додатковий понижуючий тиск на ціни на внутрішньому ринку. У зазначений період мало місце й певне зниження цін експорту основних видів молочної продукції вітчизняного виробництва [17].

Привертає увагу той факт, що упродовж 2011-2018 рр. узагалі не спостерігалось зниження цін реалізації підприємствами яєць і лише одного разу (у 2013 році) незначно знизилися ціни на м'ясо птиці. Основними виробниками продукції птахівництва є великі комплекси, виробничі об'єднання агрохолдингового типу, які формують власні збутові мережі й мають завдяки цьому змогу впливати на умови продажу своєї продукції. Рівень концентрації виробництва в інших сільськогосподарських галузях загалом значно нижчий, однак тенденція до його підвищення й тут доволі помітна, а це позначається на організації збуту виробленої продукції, а отже, й на динаміці цін.

Як зазначено, темпи зростання цін на сільськогосподарську продукцію загалом перевищують темпи інфляції та зростання цін у промислових галузях. Це спонукає переглянути розповсюджену тезу про негативний вплив диспаритету цін на сільськогосподарську й промислову продукцію на економічне становище агровиробників. Наслідком тривалого диспаритету цін мала би стати низька рентабельність (збитковість) їх продукції. Однак за офіційними даними, рівень рентабельності

продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах України зріс із майже 27 % у 2014 році до 29 % у 2018 році, лише у 2016 році опустившись нижче за 20 %. Рівень рентабельності продукції тваринництва за цей період зріс із майже 8 до 13,5 %. Збільшуються й обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, у тому числі за рахунок підвищення урожайності і продуктивності тварин. Зокрема виробництво аграрними підприємствами України валової продукції сільського господарства в постійних цінах у 2016 році порівняно з 2014 роком збільшилося на 45 %, порівняно з 2000 роком – у 2,5 раза. Звичайно, певна частка підприємств галузі була збитковою, але таке явище цілком закономірне для ринкової економіки, господарський механізм якої (у тому числі ціновий його елемент) виконує і селективну функцію, усуваючи найменш дієздатні суб'єкти.

Академік Б. Й. Пасхавер вважає, що зростання показників виробництва сільськогосподарської продукції та її висока рентабельність сформувалися завдяки зростанню продуктивності земель і живої праці, які й перебивають втрати від диспаритету цін [1]. Водночас слід зазначити, що позитивний вплив перелічених чинників виробництва відбувається не сам по собі, а завдяки розвитку матеріально-технічної бази виробництва.

Порівняння середніх цін на промислову й сільськогосподарську продукцію з показниками 1991 року, яке часто зустрічається в наукових публікаціях, не цілком коректне, оскільки за цей період на українських полях з'явилося нове покоління технічних засобів, якісно змінилося обладнання, агрохімікати, технології застосування матеріальних оборотних ресурсів у сільськогосподарському виробництві. Завдяки цьому помітно зросла технологічна ефективність виробництва сільськогосподарської продукції. Так, урожайність зернових у сільськогосподарських підприємствах України у 2018 році порівняно з 1990 роком зросла майже на 25 %, соняшнику – на 45, цукрового буряку – на 51, ріпаку – на 63 %, надій молока на одну корову за цей період збільшився на 64 %.

Як відомо, рівень ціни товару фокусує в собі суперечливі інтереси різних сторін. Для продавців товару він практично завжди низький, а для покупця – високий [16]. Механізм формування цін на сільськогосподарську продукцію не є досконалим, містить перекоси, які необхідно виправляти. Водночас надмірне акцентування уваги на диспаритеті цін без урахування якісних характеристик товарів, технологій їх виробництва можна вважати не зовсім коректною

спробою перекласти відповідальність за проблеми сільгоспвиробників на суміжні галузі.

Помітні коливання в динаміці цін на сільськогосподарську продукцію дезорієнтують аграрні підприємства у виборі програми виробничої діяльності на близьку перспективу. Існують непоодинокі приклади, коли після стрімкого стрибка закупівельних цін на певні види продукції рослинництва наступного року сільгоспвиробники значно збільшували посівні площі відповідних культур. Результатом було перевиробництво продукції, яке збурювало чергові цінові коливання і негативно позначалося на прибутках підприємств. Періодичні зниження закупівельних цін на продукцію скотарства і свинарства зароджували сумніви у доцільності інвестування розвитку цих галузей.

З'ясовано, що за відсутності чітких стратегій розвитку сільськогосподарські виробники доволі чутливо реагують саме на динаміку цін у попередньому періоді, меншою мірою враховуючи при цьому ефективність виробництва, яка склалася, ресурсне забезпечення.

Помітна варіація цін на сільськогосподарську продукцію спостерігається не тільки в динаміці, а й у розрізі окремих сільгоспвиробників та їх груп у певний період. Особливо високою вона є на овочі, фрукти і ягоди, картоплю – між різними регіонами країни та й у рамках окремого регіону різниця в цінах кількаразова.

У галузі тваринництва найвищими є показники варіації цін реалізації м'яса птиці та яєць. Як зазначено, великі підприємства промислового птахівництва мають значні можливості самостійно визначати умови реалізації продукції через власну збутову мережу. Залежно від ринкових позицій одні виробники мають змогу встановлювати відносно високу ціну на свою продукцію, інші – змушені її знижувати. Тому й спостерігаються значні коливання цін на продукцію птахівництва, які є результатом цінової конкуренції безпосередньо між її виробниками.

Високі показники варіації в окремі роки цін на ріпак та цукровий буряк пов'язані з тим, що в деяких областях ціни їх продажу помітно перевищували середні в Україні. Така ситуація мала місце в тих областях, де за рахунок вертикальної інтеграції виробників і покупців (зокрема у формі агрохолдингів) були зафіксовані особливо високі закупівельні ціни на відповідну продукцію.

Доволі обмежені можливості впливати на формування закупівельних цін на свою продукцію є у виробників пшениці та молока. У перших це пов'язано з великою кількістю суб'єктів господарювання – продавців пшениці, виробниками якої є понад половина зареєстрованих в Україні

сільськогосподарських підприємств. У других – зі спроможністю відносно нечисленних компаній – виробників молокопродуктів, користуючись монопольним становищем, жорстко контролювати ціни на молочну сировину.

Отже, чим вища варіація цін, тим помітнішими є можливості окремих сільгоспвиробників чи їх груп впливати на процес ціноутворення, і навпаки, низька варіація цін свідчить про сильні позиції покупців сільськогосподарської продукції, які можуть узгоджувати свої інтереси і диктувати умови продажу виробникам. Аналіз варіації цін на сільськогосподарську продукцію дає змогу відстежувати зміни у співвідношенні інтересів її виробників і покупців у різних галузях сільського господарства.

Слід зазначити, що висока варіація цін на певний вид сільськогосподарської продукції свідчить про значні можливості впливати на процес ціноутворення не всіх виробників, а окремих їх груп, лідерів галузі. Удосконалення процесу ціноутворення повинно передбачати формування однакових і прозорих умов реалізації продукції для усіх сільськогосподарських підприємств. Не менш важливе завдання – зробити ціни на сільськогосподарську продукцію прогнозованішими в динаміці, що дасть змогу уникнути втрат, пов'язаних із дезорієнтацією агровиробників через помітні їх коливання [17].

Досвід попередніх років свідчить, що не варто покладати надмірні сподівання на регулювання державними органами процесу ціноутворення адміністративними методами. Певний державний контроль у цій сфері звісно необхідний, однак за його здійснення слід також забезпечити дотримання засад чесної економічної конкуренції.

Удосконалення процесу ціноутворення передбачає створення сприятливих умов для розвитку підприємницької діяльності, що дасть змогу збільшити кількість партнерів сільськогосподарських підприємств, задіяних у процесі реалізації їх продукції. Йдеться про розвиток інституту посередників, розгортання діяльності збутових чи багатофункціональних обслуговуючих кооперативів, гуртових ринків та інших елементів ринкової інфраструктури.

Конкуренція між посередниками, наявність у сільськогосподарських підприємств можливостей вибрати вигідний канал реалізації продукції, усунення негативних наслідків моносонії в системі її збуту дасть змогу створити ринкове середовище, в якому в процесі ціноутворення не буде явних перекосів на користь однієї зі сторін.

Очевидно, повністю уникнути помітних коливань в динаміці цін на сільськогосподарську продукцію через об'єктивні причини не вдасться. Однак інструменти пом'якшення негативних наслідків цих коливань добре відомі. Йдеться про страхування ризиків, у тому числі під час біржових торгів (хеджування), розвиток інтеграційних зв'язків між сільськогосподарськими виробниками та переробними підприємствами. На згладжування цінових коливань спрямована діяльність Аграрного фонду України. Практика свідчить, що такі коливання згладжуються завдяки розвитку зовнішньоекономічних операцій. Зокрема збільшення експорту сільськогосподарської продукції допомагає зняти надлишок її пропозиції, який спричинює зниження цін на внутрішньому ринку. Вивчення особливостей і закономірностей формування цін на сільськогосподарську продукцію, постійний моніторинг ситуації дадуть змогу ефективніше застосовувати ці інструменти.

Висновки та пропозиції. Динаміка та коливання цін на сільськогосподарську продукцію є чинником, який помітно впливає на поведінку її виробників, закладаючи тим самим тенденції розвитку аграрного сектору економіки. Адаптація до негативних наслідків впливу цього чинника відбувається переважно у формі перерозподілу ресурсів на користь окремих сільськогосподарських галузей, підвищення рівня концентрації виробництва за рахунок усунення з ринку дрібних суб'єктів господарювання, формування холдингових структур. Як наслідок, зростає роль сільгоспвиробників у процесі формування цін на їх продукцію. З'ясовано, що індикатором цього процесу є підвищення варіації цін реалізації продукції в розрізі окремих виробників та їх груп. Слід критично переглянути тезу про наявність диспаритету цін на сільськогосподарську і промислову продукцію.

Однак не всі зміни в організації аграрного виробництва під впливом цінового чинника є позитивними. Для усунення диспропорцій, які при цьому виникають, застосовують сукупність адміністративних інструментів державного регулювання та організаційно-економічні методи узгодження інтересів виробників і продавців продукції. Системний аналіз процесів у сфері ціноутворення дає змогу оцінити ефективність зазначених інструментів, обґрунтувати за потреби зміни в їх застосуванні.

Передбачається подальше вивчення процесу ціноутворення на сільськогосподарську продукцію в контексті українських реалій.

Список використаної літератури

1. Агропродовольчий розвиток України в контексті забезпечення продовольчої безпеки країни : кол. монографія / Шубравська О. В. та ін. ; за ред. О. В. Шубравської. Київ, 2014. 456 с.
2. Артус М. М. Державна політика та фінансовий механізм ціноутворення на сільськогосподарську продукцію : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук. Київ, 2011. 38 с.
3. Бруханський Р. Ф., Железняк Н. В., Хомин І. П. Фінансово-облікова проблематика відтворення потенціалу сільськогосподарських підприємств : монографія. Тернопіль, 2014. 452 с.
4. Карасьова Н. А. Глобалізаційні детермінанти експортоорієнтованого розвитку аграрного сектора України. *Міжнародна економічна політика*. 2014. № 1 (20). С. 129-152.
5. Кирилюк Є. М. Аграрний ринок в умовах трансформації економічних систем : монографія. Київ, 2013. 571 с.
6. Коваленко О. Ю. Цінова конкурентоспроможність та особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3. С. 218-226.
7. Основні показники зовнішньої торгівлі України, 2018 : веб-сайт. URL: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini (дата звернення: 18.12.2018).
8. Пархомиць М. К., Гудак В. В. Організаційно-економічний механізм забезпечення дохідності сільськогосподарських підприємств: теорія, методика, практика : монографія. Тернопіль, 2014. 256 с.
9. Пархомиць М. К., Матвійчук М. З. Ціноутворення у підприємствах агропромислового виробництва: організація та методика : монографія. Тернопіль, 2012. 228 с.
10. Польова О., Гусонька Д. Поняття ринку аграрної продукції України в системі міжнародної торгівлі. *Аграрна економіка*. 2018. Т. 11. № 3-4. С. 103-110.
11. Скоцик В. Є. Паритетність цін як передумова відновлення технічного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5. С. 81-89.
12. Фирсов Е. А. Развитие теории стоимости и ценообразования. *Економіка АПК*. 2014. № 3. С. 42-49.
13. Ціни. *Державна служба статистики України* : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.04.2019).
14. Шквиря Н. О. Особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 1 (25). С. 272-275.
15. Шпикуляк О. Г. Проблеми економічних відносин в механізмі ціноутворення аграрного ринку. *Економіка АПК*. 2009. № 10. С. 77-82.

16. Шпичак О. М. Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. *Економіка АПК*. 2012. № 8. С. 3-10.
17. Яців І. Б., Яців С. Ф. Формування цін на сільськогосподарську продукцію як чинник розвитку аграрного сектору економіки. *Аграрна економіка*. 2015. Т. 8. № 1-2. С. 24-31.

Стаття надійшла 24.05.2019 р.

А. П. Радченко,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки и управління

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Французький бульвар, 24/26, 65058, г. Одеса, Україна,

e-mail: rap_1@ukr.net

О. О. Сурмай,

1-й курс магістратури,

спеціальність «Менеджмент внешнеэкономической деятельности»,

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Французький бульвар, 24/26, 65058, г. Одеса, Україна

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОДУКЦИЮ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследуются особенности формирования цен на сельскохозяйственную продукцию. Рассмотрены причины и следствия заметного колебания в динамике цен на отдельные виды продукции. Показан рост влияния на процесс ценообразования внешнеэкономических операций, концентрации производства сельскохозяйственной продукции. Критически рассматривается распространенный во многих публикациях тезис о наличии диспаритета цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию. Сделан вывод об усилении позиций сельскохозяйственных предприятий в процессе формирования цен на их продукцию. Индикатором этого процесса является повышение вариации цен реализации продукции в разрезе отдельных производителей и их групп.

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия; сельскохозяйственная продукция; цена реализации; вариация цен; диспаритет цен.

O. P. Radchenko,

candidate of economics sciences

associate professor of Economics and Management Department

of Odessa I. I. Mechnikov National University

24/26 Frantsuzkyi bulvar, Odessa, 65058, Ukraine,

e-mail: rap_1@ukr.net

O. O. Surmai,
master candidate,
specialty “Management of foreign economic activity”
of Odessa I. I. Mechnikov National University
24/26 Frantsuzkyi bulvar, Odessa, 65058, Ukraine

THE IMPROVEMENT OF PRICING MECHANISMS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES PRODUCTION

In the article the basic problems of pricing on the products of domestic regional agrarian business are reflected in modern terms. It is well-proven in the process of research, that the process of pricing on the enterprises of regional agrarian business consists in the mechanism of combination of the market pricing with the elements of government control through the mechanism of establishment of minimum purchase prices on products, that certainly by a legislation, the regional features of pricing are described on products. The method of forming of price is offered on an agricultural produce, which takes into account the indexes of quality of products and efficiency of its production. Grounded necessity of subsequent perfection of process of pricing of products agrarian a sector as constituent of mechanism of development of regional agrarian business.

Basic directions of price policy, which are directed on providing, are considered: development of national economy and entrepreneurial activity; counteraction monopolistic (dominant) abuse position in the field of pricing, expansion of purview free prices; to balance of market of commodities and increase of their quality; social guarantees to the population in the case of growth of prices et cetera The operating methods of government control of prices are analyzed in food retail industry of region and presented suggestion in relation to the features of pricing on the enterprises of food retail industry.

Features of pricing for agricultural production are investigated. The causes and effects of noticeable fluctuation in dynamics of the prices of separate types of products are considered. Growth of influence on process of pricing of the external economic operations, concentration of agricultural production is shown. The thesis, widespread in many publications, about existence of disparity of the agricultural and industrial products prices is critically considered. The conclusion on strengthening of positions of the agricultural enterprises in the course of pricing for their products is drawn. The indicator of this process is increase of a variation of the products sales prices in a section of certain producers and their groups.

Key words: agricultural enterprises; agricultural products; realization price; variation of the prices; disparity of the prices.

References

1. Shubravska, O. V., Moldavan, L. V., Paskhaver, B. Y. et al. (2014). Ahroprodovolchyi rozvytok Ukrainy v konteksti zabezpechennia prodovolchoi bezpeky krainy : kol. monohrafiia [Agrarian development of Ukraine in the context of providing countries’

- food security]. Kyiv : DU "Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia Ukrainy". [in Ukrainian].
2. Artus, M. M. (2011). Derzhavna polityka ta finansovyi mekhanizm tsinoutvorennia na silskohospodarsku produktsiiu [State policy and financial mechanism of pricing of agro-industrial products]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv. [in Ukrainian].
 3. Brukhanskiy, R. F., Zhelezniak, N. V. & Khomyn, I. P. (2014). Finansovo-oblikova problematyka vidtvorennia potentsialu silskohospodarskykh pidpriemstv : monohrafiia [Financial and accounting problems of reproducing potential of agri-industrial enterprises. Monograph]. Ternopil : TNEU. [in Ukrainian].
 4. Karasova, N. A. (2014). Hlobalizatsiini determinanty eksportoorientovanoho rozvytku ahrarynoho sektora Ukrainy [Globalization determinants of export oriented of developing agrarian sector in Ukraine]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka. – International economic policy*, 1 (20), pp. 129-152. [in Ukrainian].
 5. Kyryliuk, Ye. M. (2013). Ahrarynyi rynek v umovakh transformatsii ekonomichnykh system : monohrafiia [Agrarian market in conditions of transforming economic system]. Kyiv : KNEU. [in Ukrainian].
 6. Kovalenko, O. Yu. (2013). Tsinova konkurentospromozhnist ta osoblyvosti tsinoutvorennia na rynku silskohospodarskoi produktsii [Cost competitiveness and features of pricing at the agrarian market]. *Innovatsiina ekonomika. – Innovative economy*, 3, pp. 218-226. [in Ukrainian].
 7. Osnovni pokaznyky zovnishnoi torhivli Ukrainy, 2018 [Basic indexes of foreign trade of Ukraine, 2018]. – Retrieved from : http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/zovnishni_rinki/osnovni_pokazniki_zovnishnoi_torgivli_ukraini. [in Ukrainian].
 8. Parkhomets, M. K. & Hudak, V. V. (2014). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm zabezpechennia dokhidnosti silskohospodarskykh pidpriemstv: teoriia, metodyka, praktyka : monohrafiia [Organizational and economic mechanism of ensuring profitability of agricultural enterprise; theory, methodology, practice. Monograph]. Ternopil : TNEU. [in Ukrainian].
 9. Parkhomets, M. K. & Matviichuk, M. Z. (2012). Tsinoutvorennia u pidpriemstvakh ahropromyslovoho vyrobnytstva: orhanizatsiia ta metodyka : monohrafiia [Pricing at agricultural enterprises: organization and methodics]. Ternopil : Ekonomichna dumka. [in Ukrainian].
 10. Polova, O. & Husonka, D. (2018). Poniattia rynku ahrarynoi produktsii Ukrainy v systemi mizhnarodnoi torhivli [Concept of market of agrarian products in Ukraine in the system of foreign trade]. *Ahraryna ekonomika. – Agricultural economy*, 11, № 3-4, pp. 103-110. [in Ukrainian].
 11. Skotsyk, V. Ye. (2013). Parytetnist tsin yak peredumova vidnovlennia tekhnichnoho potentsialu silskohospodarskykh pidpriemstv [Equity of prices as an assumption of reproduction of technical potential of agricultural enterprise]. *Stalyi rozvytok ekonomiky. – Sustainable development of economy*, 5, pp. 81-89. [in Ukrainian].
 12. Firsov, E. A. (2014). Razvitie teorii stoimosti i tsenoobrazovaniia [Developing of theory of cost and pricing]. *Ekonomika APK. – Agricultural economy*, 3, pp. 42-49. [in Russian].
 13. Tsiny. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsiinyi sait [Prices. State statistics

- service of Ukraine: official web-site. Retrived from <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
14. Shkvyria, N. O. (2014). Osoblyvosti tsinoutvorennia na rynku silskohospodarskoi produktsii [Features of pricing at the market of agri-industrial products]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*. – *Collection of scientific works of Tavria state agro-technological university (economic sciences)*, 1 (25), pp. 272-275. [in Ukrainian].
 15. Shpykuliak, O. H. 2009. Problemy ekonomichnykh vidnosyn v mekhanizmi tsinoutvorennia ahrarnoho rynku [Issues of economic relationships in the mechanism of pricing at agrarian market]. *Ekonomika APK. – Agricultural economy*, 10, pp. 77-82. [in Ukrainian].
 16. Shpychak, O. M. (2012). Teoretyko-metodolohichni aspekty tsinoutvorennia na silskohospodarsku produktsiiu [Theoretical and methodological aspects of pricing for agricultural products]. *Ekonomika APK. – Agricultural economy*, 8, pp. 3-10. [in Ukrainian].
 17. Yatsiv, I. B. & Yatsiv, S.F. (2015). Formuvannia tsin na silskohospodarsku produktsiiu yak chynnyk rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky [Pricing for agricultural products as a factor of developing agrarian sector of economy]. *Ahrarna ekonomika. – Agricultural economy*, 8, 1-2, pp. 24-31. [in Ukrainian].

УДК 338.439:338.24.001

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173519

Т. І. Єгорова-Гудкова,

кандидат економічних наук, доцент,
кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, г. Одеса, 65058, Україна
e-mail: tatiana_yeg@meta.ua

О. Є. Звірков,

аспірант кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, г. Одеса, 65058, Україна
e-mail: ozvirkov@meta.ua

В. І. Білобородько,

аспірант кафедри управління фінансово-економічною безпекою
інституту менеджменту безпеки
Університет економіки і права «Крок»,
вул. Табірна, 30-32, Київ, 03113
e-mail: vitbel@i.ua

АСИМЕТРИЧНІСТЬ І ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Стаття присвячена обґрунтуванню необхідності врахування впливу явища асиметричності при розробці теорії та методології проектування системи економічної безпеки держави на підставі теорії систем, трансдисциплінарного підходу, закону структурної гармонії систем, закону золотого перетину. Зроблено спробу обґрунтувати гіпотезу про те що, явище асиметричності забезпечує основні ризики щодо стійкості системи економічної безпеки.

Ключові слова: асиметрія; система; економічна безпека; структурна гармонія систем; трансдисциплінарність; біфуркація; хаос.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Теорія та методологія проектування системи економічної безпеки є необхідною складовою щодо обґрунтування стратегії соціально-економічного розвитку держави, її економічного зростання, національної незалежності, соціально-політичної стабільності. Що найбільш суттєво впливає на систему економічної безпеки держави та створює ризики її структурно-функціональної стійкості навіть за умов проектування системи економічної безпеки держави на принципах самоорганізації? Проблема аналізу умов

проектування та функціонування стійкої системи економічної безпеки держави є над актуальною. Фактором впливу на стан економічної безпеки є явище асиметричності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що тема асиметричності та економічної безпеки з точки зору трансдисциплінарного підходу досліджувалася багатьма авторами.

Серед вітчизняних і зарубіжних авторів, праці яких присвячені зазначеним питанням, слід назвати таких вчених як В. І. Мунтян, З. С. Варналій, І. В. Крючкова, О. М. Ляшенко, Г. В. Козаченко, Г. А. Пастернак-Таранушенко, Е. М. Сороко, М. Ф. Семенюта, Т. І. Корягина, В. О. Туляков, В. К. Сенчагов, В. Є. Хищенко, І. Р. Пригожин, Дж. Пікареллі, К. Поланьї, Є. В. Рогозинський, І. Стенгерс, Е. де Сото, В. Танзи, Л. Філіпс, Б. Фрей, Л. Шеллі, Т. Шеллінг, Ф. Шнайдер, А. М. Яковлев та інші дослідники.

Невирішена раніше частина загальної проблеми стосується розробки теорії та методології проектування системи економічної безпеки держави на підставі використання теорії систем, закону структурної гармонії систем, трансдисциплінарного підходу з урахуванням впливу явища асиметричності як фактору, що породжує ризики системи економічної безпеки держави.

Постановка завдання. Ціль та завдання статті полягають в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень щодо проектування системи економічної безпеки держави якої притаманні такі характеристики як відкритість, нелінійність, дисипативність та, емерджентність і т. ін. Така система має діяти на принципах самоорганізації та само гармонізації. Проектування системи економічної безпеки на цих засадах має забезпечувати властивість її операціональної замкнутості. Дослідження такого фактору впливу на стан системи економічної безпеки як асиметричність, що привносить основні ризики для функціонування системи і порушує умови досягнення оптимального стану та оптимальної організації системи є головною метою дослідження, що наведено у даній статті.

Викладення основного матеріалу. Розглянемо, що слід розуміти під поняттям асиметрії та якими є форми її існування:

- Асиметрія є зворотним до поняття симетрії й розуміється як її порушення, асиметрія – значна нерозмірність, нерівність;
- Еволюцію явища асиметрії ми можемо досліджувати в конфлікті інтересів;
- Асиметрія сили є критерієм будь-якого асиметричного конфлікту, вона проявляється як якісна нерівність, наприклад, в економічному

потенціалі сторін; значною невідповідністю у ресурсах, що мають конкуруючі сторони в асиметричній конфронтації; невідповідністю конкуруючих сторін у співвідношенні «ефект – витрати»;

– Статусна асиметрія – відносини є асиметричним, коли невідповідність ресурсного та витратного стану та потенціалу доповнюється статусною нерівністю, тобто коли конкуренти різного статусу (це має назву «подвійної асиметрії» (чинність і статус), наприклад недержавна сторона й держава; транснаціональна корпорація і вітчизняна корпорація або держава, або група держав; держава й наднаціональна структура, наприклад СОТ, ЄС, ТС;

– Ідеологічна асиметрія, наприклад коли формуються відносини між державами з різною державною ідеологією.

Явище асиметричності має власні умови й передумови виникнення, що є наступними:

– Різний доступ до інформації учасників процесу прийняття економічних рішень.

– Вплив політичних рішень на макроекономічні процеси та виникнення ризиків різного ступеню впливу.

– Наявність проблеми оптимальності в системі оподаткування в державі.

– Проблеми в якості прогнозування, а саме - використання не структурних методів макроекономічного прогнозування.

– Можливість використання несумлінної конкуренції, лобіювання, отримання пільг, що є асиметричним способом конкуренції.

– Нерівномірність розвитку секторів економіки, надмірна відкритість економіки, орієнтація економіки на експортну діяльність, що порушує умови формування властивості операціональної замкнутості і є основним чинником ризиків економічної безпеки країни..

– Нерівномірність структурних змін та зрушень в економіці регіонів. Асиметричними є такі структурні зрушення, що ведуть до порушення симетрії регіональної економічної структури й зміну основних системних якостей регіональної системи.

– Відсутність якостей операціональної замкнутості.

– Відсутність структурно-функціональної стабільності системи.

У сукупності всі вищеозначені умови й передумови виникнення асиметричності негативно впливають на можливості самоорганізації та самогармонізації системи економічної безпеки, оскільки кожна з них створює ризики досягнення необхідного та достатнього стану економічної безпеки держави для стійкого економічного зростання.

Розглянемо сутність явища самоорганізації: процеси самоорганізації на макрорівні супроводжуються збільшенням нерівновагі системи внаслідок впливу середовища. Коли зміни досягають крапки біфуркації або критичної крапки, вони стають помітними й на макрорівні, оскільки в структурі складної системи відбуваються зміни. Необхідно згадати про виникненні ефекту емерджентності в складних системах, який полягає в тому, що основні властивості системи, що визначають її ідентичність і цілісність, виникають саме від з'єднання складових системи, оскільки система – «це більше ніж просто сума її складових», тому, що вона володіє якостями, які не є ознаками частин, а тільки системи як цілого» [1, с. 32].

Систему економічної безпеки держави ми розглядаємо як складну. Герман Хакен характеризував складні системи наступним чином: «При найвньому підході їх можна описати як системи, що складаються з великого числа частин, елементів або компонентів, які можуть бути як одного, так і різного роду. Компоненти, або частини, можуть поєднуватися між собою більш-менш складним чином. Різні галузі науки дають нам численні приклади систем, званих складними. Одні з них виявляються досить простими, в той час як інші виявляються дійсно складними. ... Синергетика: ... загальна теорія колективних просторових, тимчасових або функціональних структур» [2].

Складним системам притаманна властивість нелінійності. Поняття нелінійності є фундаментальною складовою концепції синергетичної парадигми. Вона передбачає можливість над швидкого розвитку процесів системи під час деяких стадій її розвитку, нелінійна система є чуткою по відношенню до змін та флуктуацій, що забезпечується позитивним зворотним зв'язком у системі, в стані нестійкості має місце зв'язок макро та микрорівней [3].

Негативний зворотній зв'язок забезпечує стійкість системи на підставі нівелювання змін, що можуть впливати на стан системи. Позитивний зв'язок, – навпаки, стимулює і підсилює зміни у системі.

Складним системам притаманне явище біфуркації. «Множинність можливих станів складної системи і траєкторій її характеристик обумовлена так званим механізмом біфуркацій. Біфуркація означає «роздвоєння», «розгалуження» траєкторії розвитку. Цим поняттям визначається неоднозначність післякризових характеристик системи, «розщеплення» розвитку на безліч варіантів, реалізація яких виявляється залежною від дії всієї сукупності факторів, що визначають поведінку системи в критичній точці. Проходячи через точки біфуркації така сис-

тема легше переходить в новий рівноважний стан. Біфуркація є «поділ рішення на кілька гілок при зміні параметра системи» [3].

З поняттям нелінійної системи пов'язано явище дисипативності або виникнення дисипативних структур. Дисипативні структури – просто-рвово-тимчасові структури, які можуть виникати вдалині від рівноваги в нелінійній області при критичних значеннях параметрів системи називаються дисипативними структурами. Також, нелінійним системам присутня властивість операціональної замкнутості. «Вихід часто визначається внутрішнім станом, недоступним спостереження, і не є реакцією на вхідний стимул. Це властивість називається операціонально замкнутістю. Система сприймає і підсилює щось незначне з нашої точки зору і ігнорує те, що ми вважали вхідним сигналом, проявляє внутрішню детермінацію, слід власними законами. Вхідний поштовх може запустити ланцюг рекурсивних змін, але їх підсумок залежить не від входу, а від внутрішніх зв'язків і властивостей системи, які теж можуть змінюватися. А зовнішні впливи, середа лише модулюють цю рекурсію. Таким рекурсивним шляхом «від досягнутого», певно, реалізуються системи, що самоорганізуються» [4].

Складна система економічної безпеки є відкритою, нерівноважною, нелінійною, складною, емерджентною і знаходиться в умовах постійних змін, що відбуваються за умов впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ. «До основних рис системи, що визначають її ідентичність і цілісність, невластиві ніякої з її складових, не виводяться з властивостей частин, а виникають від їх сполуки. Цей ефект називається емерджентним» [5].

Структура системи може бути представлена за допомогою інваріант і варіацій. «Інваріантструктурний ставлення, узагальнений кількісний або якісний індикатор, що зберігається в ході деяких перетворень, перетворень, змін тієї системи, яку характеризує. У загальній теорії систем (ОТС) розрізняють інваріанти структурні, функціональні, генетичні (еволюційні), метричні, які в сукупності найбільш адекватні інтегральному відображенню і освоєння дійсності, природі речей, локальних універсумів і служать опорними точками процесів самоорганізації та розвитку в природі і суспільстві» [6].

Варіації – елементи системи, що змінюються. З точки зору теорії структурної гармонії систем Е. М. Сороко, можна висловити гіпотезу що має місце відповідність властивості операціональної замкнутості закону структурної гармонії систем [7].

Самоорганізація як «мимовільний процес зростання і підтримки взаємокоордінації елементів системи шляхом підвищення її складності і не-

рівноважності». І. Пригожин визначає сутність самоорганізації як «вибір одного з рішень, що виникають в точці біфуркації, яка визначається імовірнісними законами; «Спільні дії» або когерентне поведінку елементів дисипативних структур і є тим феноменом, який характеризує процеси самоорганізації. І пов'язує це явище з поняттями хаосу або динамічного хаосу: «події є наслідком нестійкості хаосу». Процеси самоорганізації на мікрорівні супроводжуються збільшенням неуврівноваженості ті системи внаслідок впливу середовища. Коли зміни досягають точки біфуркації або критичної точки, вони стають помітними і на макрорівні, оскільки в структурі складної системи відбуваються зміни [8].

Для будь-якої системи властиве прагнення до ідеального стану, причому системи, що самоорганізуються наближаються до оптимального стану. Система має таку характеристику як аттрактор (від англ. *attract* – притягати, залучати). Аттрактор утворює стійкий структурно-функціональний стан, до якого спрямовується вся безліч «траєкторій» системи, що обумовлені різними початковими умовами. Кожний, елемент системи, що досягся зони тяготіння аттрактора поступово зміщується в заданому напрямку, що й визначає неминучість еволюції (інволюції) системи.

Кожній системі властивий певний діапазон частот, що виступає як аттрактор для зовнішніх змінних впливів. Якщо просторова конфігурація зовнішнього впливу відповідає власним (внутрішнім) структурам відкритої нелінійної системи (середовища), виникає резонансне порушення, що приводить до зростання амплітуди змушених коливань стану системи. Залежно від складності коливального режиму, аттрактори діляться на прості й складні, і являють собою структуру-процес із нерозривно зв'язаними просторово-тимчасовими метриками [9].

На нашу думку та думку інших авторів таким аттрактором є золотий перетин або рекурентний ряд золотих перетинів. Згідно теорії структурно-функціональної гармонії систем та відповідного закону Е. М. Сороко він є структурним інваріантом будь-якої системи. «Структурна гармонія систем природи, тобто гармонія їх внутрішньої будови підпорядковується чіткому математичному закону. Подібно до того як це ми маємо в квантовій теорії, гармонійним (стійким, стаціонарним) станом систем об'єктивного світу відповідають особливі числа, звані узагальненими золотими перетинами): ці числа-інваріанти всіх тих структур в яких втілена діалектика дискретного і безперервного, цілого і частини, необхідного і випадкового, єдиного і багато чого»...« Інваріанти, які регламентують стан самоорганізації складних систем встановлюються мате-

матично, на основі золотой пропорції. в процесі самоорганізації систем, на основі інваріантів системи набувають гармонійне будова, стаціонарний режим існування, структури – функціональну стійкість [10].

Таким чином, ми висловлюємо гіпотезу, що основним індикатором асиметричності є коливання стосовно атрактора золотого перетину або рекурентного ряду золотих перетинів. Розглянемо класичний приклад асиметричності в системі оподаткування та модель А. Лаффера, що наведена д.т.н. М. Ф. Семенютой.

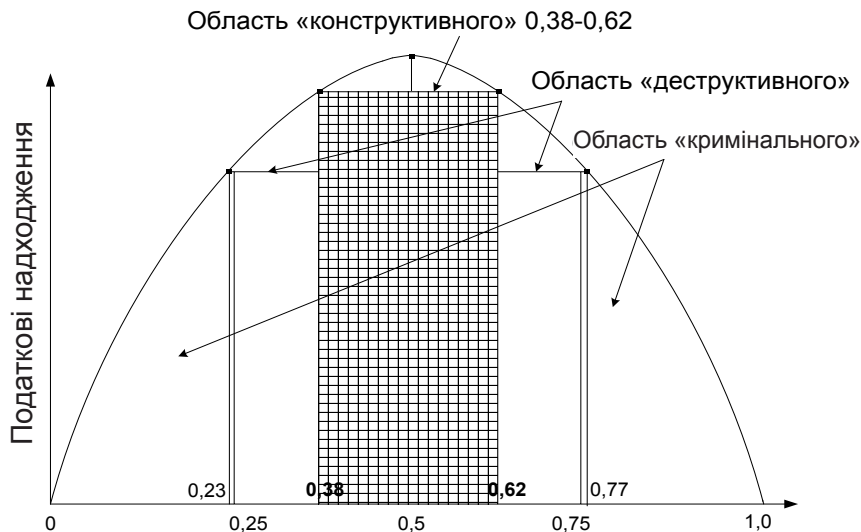


Рис. 1. Параболічна модель А. Лаффера

Джерело: [11, с. 42].

«Призначення ставки податку більше нуля призводить до зростання податкових надходжень. Зростання ставки податків забезпечує зростання доходів держави в результаті оподаткування. В певній точці податкові надходження стають оптимальними (максимальними), а потім зменшуються до нуля. Таким чином, максимальні податкові надходження перебувають між 0 і 100 %. А. Лаффер розглянув випадок, коли ставка податків в 50 % забезпечує максимальні податкові надходження. Якщо ставку податків підняти більше 50%, податкові надходження зменшуються, в т.ч. податкова виручка почне знижуватися, хоча ставки податку зростуть. Того ж ефекту можна досягти, зменшуючи ставку податків. Теорія Лаффера була схильна до економетричної перевірки. Було встановлено, що в цілому характер функції відповідає кривій Лаффера, тіль-

ки максимальна виручка може знаходитися праворуч або ліворуч від ставки податків 50 %» [11].

Відповідною є картина при дослідженні рівня тіньової економіки.

На нашу думку, необхідна зміна парадигми щодо формування контуру системи економічної безпеки як головної умови стійкого економічного зростання. Перехід до ринку й ослаблення державного регулювання позначають проблему формування контуру економічної безпеки. Недосконале законодавче оточення, відсутність реакції системи державного регулювання процесами забезпечення економічної безпеки створили критичні умови в Україні, Росії й інших країнах СНД, що загрожують втраті державності, економічної й політичної незалежності.

Ріст рівня тіньовий економік, як комплексу різних видів економічної діяльності, здійснюваної поза рамками законодавчого оточення обумовлює асиметричність в економічному розвитку. Частка «тіні» в Україні становила у 2013 – 2014 роках до 45,4 % від офіційного ВВП.

Головний чинник – асиметричність ціни легальності й нелегальності користування ринковим механізмом, що відображається через механізм трансакційних витрат. Можливості мінімізації асиметричності полягають у дослідженні можливостей використання атрактора золотого перетину у практиці економічної діяльності і є наступними:

- Гармонізація податкових ставок та системи оподаткування в економіці в цілому;
- Пропорційний бюджет;
- Пропорційне співвідношення між грошовою масою $M2$ та ставкою відсотків по кредиту, мінімізація ставок на інвестиційні проекти.
- Пропорційний розподіл доходів між регіонами;
- Пропорційне співвідношення зовнішнього боргу до ВВП;
- Пропорційне співвідношення державної й приватної власності, відтворення державної власності;
- Пропорційне співвідношення галузей і секторів економіки – повернення до балансових методів планування з урахуванням гармонічних пропорцій золотого перетину та його похідних;
- Пропорційне співвідношення експортно-імпортних операцій.

«...Слід ще раз підкреслити важливість економічної архітектоніки, а також інституційної спроможності її гармонізації після зовнішніх і внутрішніх шоків. Якщо свобода підприємництва «вибудувала» ієрархію підприємств з максимальним наближенням до золотого ряду, то розвинені інституції в ринковій економіці наближають фактичну структуру валового наявного доходу до «золотої». Якщо принцип золотого

перетину оптимізує витрати енергії в живих організмах, то в економіці – сприяє оптимізації «енергії» зростання, причому не за принципом «зростання заради накопичення» а зростання заради стабільного соціального прогресу» [12].

Методологічними орієнтирами щодо напрямків економічного аналізу з метою для мінімізації асиметричності мають бути:

- Незамкненість економічних систем
- Нерівноважність економічних процесів
- Необоротність економічної еволюції
- Нелінійність економічних перетворень
- Неоднозначність економічних цілей
- Біфуркаційна природа економічних криз (русла й джокери)
- Визначення бар'єрів самоорганізації
- Необхідність умов виходу на бажаний атрактор золотого перетину.

Якщо будуть розроблені алгоритми виходу на атрактор, то буде зберігатися час і скорочуватимуться матеріальні витрати впливу на мінімізацію явища асиметричності. Слід звернути увагу, що у нелінійних системах можливе явище, що одержало назву резонансного порушення. Резонансний, хоча й слабкий, вплив приводить до більшого ефекту, ніж сильний, але неузгоджений із системою вплив.

«Чудова особливість розглянутих нами процесів полягає в тому, що при переході від рівноважних умов до сильно нерівноважних ми переходимо від повторюваного і загального до унікального, особливого» [8].

Деякі етапи методології проектування стійких, економічних систем, що самоорганізуються:

Оцінка статусу економічної системи.

Оцінка структурно-функціонального стану системи.

Порівняння результатів оцінки з атракторами –, що представляють рекурентний ряд золотих перетинів: 0,500...; 0,618...; 0,682...; 0,725.

Контроль надійності й життєздатності системи.

Дослідження проблеми надмірності системи.

Формулювання проекту реструктуризації (реінжинірингу) системи.

Реалізація проекту.

8. Оцінка відповідності спроектованої системи на структурно-функціональну відповідність атракторам золотого перетину [13]

Висновки та пропозиції. Вимагає подальшого розвитку гіпотеза щодо використання принципів та моделей природоподібного або біоге-

нетичного управління при розробці стійких економічних систем, у т. ч. і системи економічної безпеки держави, з оптимальною надмірністю та асиметричністю, наприклад на підставі моделі філлотаксису. Явище філлотаксису так само, як і все в природних системах математично описується законом Міри або законом золотого перепину та його похідними. Сучасні дослідження трансдисциплінарного характеру поглибилися до рівня загальних законів формоутворення, – а саме – самовідтворення циклу, що, власне, на нашу думку і представляє інтерес для теорії управління складними системами.

Список використаної літератури

1. Вайдлих В. Социодинамика: системный подход к математическому моделированию в социальных науках: монография. Москва : URSS, 2005. 480 с.
2. Хакен Г. Информация и самоорганизация. Макроскопический подход к сложным системам: монография. – Москва : КомКнига, 2005. 248 с.
3. Пригожин И., Стенгерс И. Время, хаос, квант. К решению парадокса времени: монография. Москва : URSS: 2000. 240 с.
4. Хищенко В. Е. Несколько шагов к новой системной методологии: монография. Москва : URSS: 2016. 240 с.
5. Хищенко В. Е. Самоорганизация: становление теории и перспективы социальных наук: монография. Москва :URSS, 2016. 260 с.
6. Сороко Е. М. Структурная гармония систем: монография. Минск : Наука и техника, 1984. 287 с.
7. Єгорова-Гудкова Т. І., Кравченко М. В. Самоорганізація системи тіньової економіки: властивість операціональної замкнутості. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія "Економічні науки"*. 2012. № 6 (51). Ч. І. С. 164-169.
8. Пригожин И. Конец неопределенности. Время, хаос и новые законы природы: монография. Ижевск : НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2001. 181 с.
9. Пригожин И. Р., Стенгерс И. Время, хаос, квант: монография. Москва : Прогресс, 1994. 263 с.
10. Сороко Э. М. Золотые сечения, процессы самоорганизации и эволюции систем: Введение в общую теорию гармонии систем: монография. Изд. 4-е. Москва : URSS, 2012. 264 с.
11. Семенюта Н. Ф. Принимая решение – начинай с золотого сечения: монография. Гомель : БелГУТ, 2012. 68 с.
12. Крючкова І. В. Макроструктурні фактори розвитку економіки України та Закон золотого перерізу. *Економіст*. 2005. № 9. С 32-49.
13. Yegorova-Gudkova T. Projecting of steady complexity economic systems on self-organizing principles as a component of anti-crisis strategy. *Abstract of 2012 International Conference on Trends and Cycles in Global Dynamics and Perspectives of World Development October 13–15, 2012, Chengdu, China*, Pp. 40-41.

Стаття надійшла 04.06.2019 року

Т. И. Егорова-Гудкова,

кандидат экономических наук, доцент,
кафедры маркетинга и бизнес-администрирования
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина
e-mail: tatiana_yeg@meta.ua

О. Е. Звирков,

аспирант кафедры маркетинга и бизнес-администрирования
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина
e-mail: ozvirkov@meta.ua

В. И. Белобородько,

аспирант кафедры управления экономической безопасностью
Университет экономики и права «Крок»,
ул. Лагерная 30-32, Китв, 03113, Украина
e-mail: vitbel@i.ua

АСИММЕТРИЧНОСТЬ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Статья посвящена обоснованию необходимости учета влияния явления асимметричности при разработке теории и методологии проектирования системы экономической безопасности государства на основании теории систем, трансдисциплинарного подхода, закона структурной гармонии систем, закона золотого сечения. Сделана попытка обосновать гипотезу о том что, явление асимметричности обеспечивает основные риски относительно стойкости системы экономической безопасности.

Ключевые слова: асимметрия; система; экономическая безопасность; структурная гармония систем; трансдисциплинарность; бифуркация; хаос.

T. I. Yegorova-Gudkova,

Candidate of economics, associate professor
of Department of marketing and business administration
of Odessa I. I. Mechnikov National University,
24/26, Frantsuzkiy av., Odessa, 65058, Ukraine
e-mail: tatiana_yeg@meta.ua

O. Ye. Zvirkov,

Post-graduate student
of Department of marketing and business administration
of Odessa I. I. Mechnikov National University,

24/26, Frantsuzkiy av., Odessa, 65058, Ukraine
e-mail: ozvirkov@meta.ua

V. I. Biloborodko,

post-graduate student
of Department of management of economic security
of University of Economic and Law,
Lagera st. 30-32, Kyiv, 03113, Ukraine
e-mail: vitbel@i.ua

ASYMMETRY AND PROJECTING THE SYSTEM OF STATE ECONOMIC SECURITY

The article is devoted to the substantiation of the necessity of impacting the effects of phenomenon of asymmetry in the development of theory and methodology of projecting the system of economic security of the state on the basis of the theory of systems, trans-disciplinary approach, of the law of Structural harmony of systems, the law of the Golden section. Attempt to prove the hypothesis that the phenomenon of asymmetry provides the main risks concerning durability of the system of economic security. It's necessary to change the paradigm of forming the contour of system of economic security as main condition of base of economy growing.. Imperfection of legislative surroundings, critical terms created by absence of reaction of system of government control under processes of providing of economic security in Ukraine created the loss of the state system, economic and political independence. Height level of shadow economies, as to the complex of different types of the economic activity carried out of scopes of legislative surroundings stipulates asymmetries in economic. Our hypothesis requires further development and using of principles and models of Nature or biogenetic management for development of proof economic systems and system of economic security of state with optimal surplus and asymmetries, for example on the basis of model of phyllotaxis. Phenomenon of phyllotaxis as natural self-organized systems is mathematically described by the Law of Measure or law of golden section and its derivatives. Modern researches of transdisciplinary character deepened to the level of general acts of form-organization or self-organization of cycle, that present the main interest for the theory of management of complex systems.

Key words: asymmetry; system; economic security; structural harmony of the systems; interdisciplinary; bifurcation; chaos.

References

1. Vaidlikh, V. (2005). Sotsiodinamika: sistemnyi podkhod k matematicheskomu modelirovaniu v sotsialnykh naukakh [Sociodynamycs: approach of the systems to the mathematical design in social sciences]. Moskva, URSS. [in Russian].
2. Khaken, G. (2005). Informatsiia i samoorganizatsiia. Makroskopicheskiy podkhod k slozhnym sistemam [Information and self-organization. Macroscopic hike to the

- difficult systems]. Moskva, KomKniga. [in Russian].
3. Prigozhin I. & Stengers, I. (2000). Vremia, khaos, kvant. K resheniiu paradoksa vremeni [Time, chaos, quantum. To the decision of paradox of time]. Moskva, URSS. [in Russian].
 4. Khitsenko, V. E. (2016). Neskolko shagov k novoi sistemnoi metodologii [A few steps are to new system methodology]. Moskva, URSS. [in Russian].
 5. Khitsenko, V. E. (2016). Samoorganizatsiia: stanovlenie teorii i perspektivy sotsialnykh prilozhenii [Self-organization: becoming of theory and prospect of social applications]. Moskva, URSS. [in Russian].
 6. Soroko, E. M. (1984). Strukturnaia garmoniia sistem [Structural harmony of the systems]. Minsk : Nauka i tekhnika. [in Russian].
 7. 7. Yehorova-Hudkova, T. I. & Kravchenko, M. V. (2012). Samoorhanizatsiia sistemy tinovoi ekonomiki: vlastyvoli operatsionalnoi zamknutosti [Self-organization of the system of shadow economy : property of operational reserve]. Poltava : Universytet ekonomiky. [in Ukrainian].
 8. 8. Pryhozhyn, I. (1994). Konets neopredelennosti. Vremia, khaos i novye zakony prirody [End of vagueness. Time, chaos and new natural laws]. Izhevsk : Reguliarnaia i khaoticheskaia dinamika. [in Russian].
 9. Prigozhyn I. R. & Stengers I. (1994). Vremia, khaos, kvant [Time, chaos, quantum]. Moskva : Progress. [in Russian].
 10. Soroko, E. M. (2012). Zolotyie secheniia, protsessy samoorganizatsii i evoliutsii system: Vvedenie v obschuiu teoriuu garmonii sistem [Gold sections, processes of samoorganizatsii and evolution of the systems : Introduction to the general theory of harmony of systems]. Moskva : Librokom. [in Russian].
 11. Semeniuta, N. F. (2012). Prinimaia reshenie – nachinai s zolotogo secheniia [Making decision – begin with a gold section]. Gomel : BelGUT. [in Russian].
 12. Kriuchkova, I. V. (2005). Makrostrukturni faktory rozvytku ekonomiky Ukrainy ta Zakon zolotogo pererizu [Macrostructural factors of development of economy of Ukraine and Law of gold section]. Kyiv : Ekonomist. [in Ukrainian].
 13. Yegorova-Gudkova, T. (2012). Projecting of steady complexity economic systems on self-organizing principles as a component of anti-crisis strategy. Chengdu : SWUFI.
 14. Yankovyi, V. (2016). Analiz vypusku produktsii na miasopererobnomu pidpriemstvi za dopomohoiu vyrobnychyykh fuktsii [Analysis of production output in meat processing enterprise with the help of production functions]. *Ekonomichnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii. – Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*, vol. 5, part 2 (05), part 2, pp. 139-143. [in Ukrainian].
 15. Yankovyi, V. (2017). Modeliuvannia dynamiky realizovanoi produktsii pidpriemstva na bazi vurobnychyykh funktsii [Modeling of dynamics of the realized products of the enterprise on the basis of production functions]. *Intelekt XXI. – Intellect XXI*, 1, pp. 104-111. [in Ukrainian].
 16. Yankovyi, V. (2017). Poshuk optymumu tovarovyrobnyka v ramkakh N-faktornykh vyrobnychyykh funktsii [Search for the optimum of the commodity producer in the framework of N-factor production functions]. *Infrastruktura rynku*.

Elektronnyi fakhovyi naukovo-praktychnyi zhurnal z ekonomichnykh nauk. – Market infrastructure. An electronic professional scientific and practical journal on economics, 7, pp. 430-436. Retrieved from http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7_2017_ukr/74.pdf [in Ukrainian].

17. Yankovyi, V. (2016). Ekonomiko-matematychne doslidzennia fondoozbroienosti v vyrobnychkykh funktsiiakh yak instrument maksymizatsii vypusku produktsii [Economic and mathematic research of insufficient assets at industrial functions as the instrument of maximizing production] *Naukovo-metodichni aspekty oblikovo-analitychnoyi sistemi pidpriemstva. – Scientific and methodical aspects of the accounting and analytical system of the enterprise*. Odesa: Feniks. [in Ukrainian].

УДК 339.137.2:658.511+65.014.1

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173524

Н. І. Владимирська,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств

Одеська державна академія будівництва та архітектури

вул. Дідрихсона, 4, м. Одеса, Україна, 65029

e-mail: truskava1934@gmail.com

В. В. Лаптева,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та фінансів підприємства

Київського національного

торгівельно-економічного університету

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02000

e-mail: for_lapteva@ukr.net

ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ПОШУКОВОГО МОДЕЛЮВАННЯ

На основі аналізу торгівельної сфери та існуючих теоретичних розробок запропоновано підхід з прогнозування кількісної величини рівня реалізованої на ринку конкурентоспроможної продукції торгівельного підприємства та максимальних темпів росту її продажу. Підхід засновано на використанні економіко-математичної пошукової моделі, яка слугує підґрунтям прийняття науково обґрунтованого управлінського рішення про вибір стратегії виробництва і реалізації нової продукції на ринку. Визначення кількісної величини реалізованого на ринку рівня конкурентоспроможності продукції здійснюється на основі розрахунку двох складових – нормативної та ринкової. Сутність підходу полягає у прогнозуванні рівня конкурентоспроможності продукції торгівельного підприємства на основних етапах її життєвого циклу.

Ключові слова: конкурентоспроможність; прогноз; рівень; цикл; ефект; витрати; стратегія; продукція; норматив.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одною з актуальних проблем для національних торгівельних підприємств сьогодні є підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, що ними пропонується. Вирішення цієї проблеми вимагає пошуку нових підходів до її створення, виробництва та просування до споживача [9; 10].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В теорії управління конкурентоспроможності (КС) існує поняття стратегічної, потенційної та реалізованої конкурентоспроможності об'єкта (продукції) [2, с. 11-

12]. Інші автори вирізняють тільки стратегічну чи фактичну конкурентоспроможність [8, с. 550]. Стратегічна конкурентоспроможність нової продукції (товару), що розробляються, прогнозується на етапі стратегічного маркетингу (на вході) в нормативах та визначається її здатністю конкурувати з аналогічною продукцією в майбутньому у відповідному сегменті ринку. Потенційна конкурентоспроможність матеріалізується на вході, а реалізована – у досягнутих результатах [4, с. 14].

Конкурентні переваги продукції торговельного підприємства, без сумніву, відображають КС підприємства в цілому. Центральне місце серед підходів до оцінювання КС продукції займає визначення співвідношення ціни та якості, що пропонуються споживачам продукції [11].

У більшості методів, що засновуються на такому підході, у процесі практичних розрахунків, які засновуються на маркетингових і кваліметричних вимірах [12; 13], для кожного виду товарної продукції встановлюють економічний і параметричний індекси K , які визначаються завдяки сумі окремих індексів за кожним параметром споживчої привабливості, що оцінюється, з урахуванням вагових коефіцієнтів. Кожний окремий індекс представляє собою відношення фактичного значення параметру, що розглядається, до значення показника аналогічної конкуруючої продукції [3, с. 51]. При цьому, Криворотов В., Калини О., Єрипалов С. підкреслюють, що параметричні індекси КС товарної продукції відображають її якісні характеристики з точки зору споживача, а економічні – вартісні.

Реалізована КС у зв'язку з коливаннями ринкової кон'юнктури у процесі просування продукції на ринку буде змінюватися. І тут можливі варіанти підвищення чи зниження КС чи, в крайньому випадку, вона залишиться на заданому рівні. У сучасних умовах підвищення реалізованої КС після виходу продукції на ринок можливо при умові постійного впровадження нововведень, що в результаті повинно стати важливим фактором збільшення обсягу продажів/доходів/прибутку. Це потребує детальних маркетингових досліджень і ефективного використання ринкового потенціалу.

Постановка проблеми. В контексті викладеного дуже важливим уявляється на основі економіко-математичного моделювання знайти підходи до кількісного визначення рівня реалізованої КС на основі встановлення нормативної складової рівня КС продукції торговельного підприємства.

На основі існуючих теоретичних розробок та використання економіко-математичного апарата запропонувати підхід до прогнозування

рівня КС продукції торгівельного підприємства з визначенням обсягів її продажів на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сучасної конкуренції у сфері торгівлі ринковий потенціал підприємства є резервом підвищення рівня його реалізованої КС. Він є також інтегральною характеристикою, яка вбирає в себе використання сучасних підходів до організації маркетингової діяльності та розуміється як складові розподілу та збуту продукції, організаційної структури та менеджменту, маркетингу, фінансів [1, с. 263]. Але при цьому Олефіренко О. наполягає на додаткових обов'язкових елементах – інноваційній, кадровій, соціальній та екологічній складових [1, с. 265]. У зв'язку з чим для більш результативної реалізованої КС продукції торгівельного підприємства після її виходу на ринок і реалізації основних етапів життєвого циклу (ЖЦП) пропонується концептуальний підхід безперервного прогнозування цього важливого параметру. Зміст запропонованого підходу є у тому, що рівень КС продукції являє собою динамічний показник, величину якого необхідно прогнозувати на всіх етапах її життєвого циклу [7, с. 130], у тому числі – на стадії стратегічного маркетингу у вигляді нормативного стратегічного рівня (рис. 1).

Визначення величини фактичного рівня КС продукції (U_{cp}^f) здійснюється у вигляді суми двох складових – нормативної (U_{cp}^n) і ринкової (U_{cp}^r):

$$U_{cp}^f = U_{cp}^n + U_{cp}^r. \quad (1)$$

При цьому: нормативна складова рівня КС формується зі статичних компонент (ціна продукції, її якість, витрати логістичні на фірмове обслуговування) і динамічних факторів, які відображають якість управління. Ринкова складова формується під час реалізації продукції за рахунок новітності (інноваційності) та резервів її ринкового потенціалу.

На основі загальних принципів побудови прогнозних значень і отриманих результатів аналізу методами економіко-математичного моделювання у межах поставленого завдання розглянемо варіант рішення задачі прогнозування реалізованої КС.

Але спочатку про результати аналізу ринку ритейлу. Ключовим фактором, який допоміг багатьом підприємствам пережити складні часи кризи, була зміна стратегії управління запасами. Підприємці бачили необхідність впровадження системних заходів, які спрямовані на покращення отримання операційного грошового потоку. Для їх реалізації консультантами було розроблено нові стратегічні пріоритети. Так в

компанії «МЕТРО Кеш енд Керри Україна» було збережено та закріплено довгострокові конкурентні переваги; збільшилася *EBITDA* (дохід до сплати податку на прибуток, відсотків і амортизації); збільшили валовий прибуток на 1 кв. м. торгівельного майданчику і обіговість продукції (на центральному складі та у торговельних центрах). А також домоглися підвищення показника *ROI* (окупність інвестицій) відносно інших компаній торговельної сфери. Після виявлення всіх проблемних місць у роботі та впровадження у практику рекомендацій спеціалістів рітейлу вдалося оптимізувати розрахунки ефективності компанії, витрати на логістику, реорганізувати систему управління заказами, по іншому подивитися на ЖЦП, змінити правила його закупівель та ін. У підсумку оптимізація внутрішніх процесів в компанії дала можливість значно зменшити інвестиції в товарні запаси, прискорити їх обіг та збільшити продажі на 20 % (табл. 1) [5, с. 91].



Рис. 1. Схема формування стратегічної конкурентоспроможності торговельного підприємства

Джерело: складено автором.

Таблиця 1

Роздрібна торгівля в Україні (фрагмент)

Підприємство	Середній чистий дохід млн. грн. місце	Щорічний приріст чистого доходу % місце	Середній чистий прибуток млн. грн. місце	Середня рентабельність % місце	Підсумкове місце
1. Епіцентр-К	5458,55 3	65,38 4	183,36 2	3,28 4	1
3. МЕТРО	7644,53 1	24,47 19	457,76 1	4,84 3	3
4. Нова лінія	1792,68 7	74,96 3	9,78 10	1,24 9	4
6. АТБ-Маркет	5686,08 2	51,68 7	12,72 7	0,21 16	6
8. Технополіс-1	692,94 16	85,72 2	11,65 9	1,47 7	8
12. Таврія плюс	1102,01 10	55,63 5	-3,64 19	-0,33 18	12
26. Таврія-В	607,06 19	18,31 23	-27,44 23	-4,24 24	26
27. Сільпо-55	431,13 26	11,08 27	-45,14 25	-12,75 27	27

Джерело: [5, с. 91].

Для ринку роздрібно торгівлі визначаються наступні:

А) тенденції: жорстке державне регулювання цін, ріст цін нетваринного походження продуктів харчування, централізація ринків, експортні війни;

Б) прогнози: ціни продовжують ріст, кількість м'ясної продукції виробництва великих компаній збільшується, різниця між соціальним та іншим видами продукції зростає [6, с. 68].

Підприємницький клімат країни характеризується наступними рисами:

а) головний мотив для створення бізнесу: українці роблять упор на додатковий дохід (45,1 %), самореалізацію і можливість реалізації своїх ідей (30,5 %). При цьому в ЕС пріоритети інші: первісне значення має незалежність від роботодавця (45 %), самореалізація (38 %), перспектива додаткового заробітку (33 %);

б) відношення до підприємництва: 72,1 % українців підтримують ідею самозайнятості, що постійно зростає;

в) готовність розпочати бізнес: в Україні цього бажають тільки 38,1 %, що майже співпадає з показником у ЕС – 38 %;

г) перспективи розвитку незалежного підприємництва: 44,4 % українців рахують, що у найближчі роки самостійність залишиться на тому ж рівні, 31,2 % – вірять, що зросте. У ЕС більш оптимістичний прогноз – 78 % за незалежне підприємництво [6, с. 35].

Сутність підходу міститься у побудові математичної залежності, яка відображає взаємозв'язок рівня реалізованої КС продукції та обсягу її продажів, який на конкурентному ринку багато в чому визначається її

КС. Інтегруючи у собі цінові, якісні ті логістичні характеристики, а також результати маркетингових досліджень ринку, рівень КС продукції на всіх етапах ЖЦП є найголовнішим фактором успіху її реалізації, а в підсумку – отримання прибутку, який у загальному вигляді характеризує комерційну діяльність торгівельного підприємства.

1. Визначення залежності. У сучасних умовах, використовуючи досягнення НТП, можливо в окремих галузях економіки, у тому числі у торгівельній сфері, досягати не тільки короткострокові комерційні результати, а також довгостроковий ріст обсягів продажів – приблизно п'ятикратне збільшення обсягу реалізації за п'ять років функціонування на ринку. Можливо назвати такі підприємства швидкими. В окремих випадках можливо було досягати за такий термін і 10-ти кратний, а в окремих випадках і 50-ти кратний ріст. Це дозволяє визначати динаміку росту обсягів продажів найбільш успішних підприємств за експоненціальною залежністю. Припустимо використання інших функцій росту обсягу реалізації, наприклад: показову функцію $y = a^x$, логарифмічну функцію $y = \log_a x$, тригонометричну функцію $y = \operatorname{tg} x$ або зворотну тригонометричну функцію $y = \operatorname{arctg} x$ та ін. Але, враховуючи вище наведену інформацію, при рішенні задачі прогнозування рівня реалізованої КС з досягненням високих темпів росту обсягів продажу новітньої продукції у якості прикладу можливо використовувати експоненціальну залежність.

2. Максимальний обсяг продажу. Під час прогнозування рівня реалізованої КС товарної продукції необхідно «відштовхуватись» від максимального обсягу продажів, як узагальнюючого (систематизуючого) показника ринкової діяльності. Це крапка на кривій ЖЦП. У даному підході у вигляді експоненти будемо відображати залежність темпу росту максимального обсягу продажу продукції в майбутньому і відносну величину темпів приросту рівнів реалізованої КС нової продукції та продукції конкурентів, що знаходиться під впливом зміни технологій:

$$\frac{O_{max}^{RC}}{O_{max}^i} = e^{Ubt}, \quad 2$$

де O_{max}^{RC} – максимальний обсяг продажу нової продукції, який можливо досягнути через t років в кінці ЖЦП при умові досягнення продукцією максимального значення величини рівня реалізованої КС, тобто з урахуванням реалізації ринкового потенціалу; O_{max}^i – максимальний обсяг продажу нової продукції, який планується на t років вперед,

враховуючи ЖЦП, з метою досягнення нормативного (запланованого) рівня реалізованої (стратегічної) КС; U_b – відносна величина темпу приросту рівня реалізованої КС нової продукції та продукції конкурентів; e – основа натуральних логарифмів; t – термін прогнозування.

3. Прогнозування рівня КС. Відносну величину темпів приросту рівня реалізованої КС досліджуваної продукції та продукції конкурентів будемо визначати наступним чином:

$$U_b = \frac{\Delta U_{ip}^r}{\Delta U_{pc}^r}, \quad 3$$

де $\Delta U_{ip}^r = (U_{cp}^r - U_{cp}^n) / U_{cp}^r$ – темп приросту рівня реалізованої КС нової продукції на майбутнє у її ЖЦП за рахунок використання додаткових резервів ринкового потенціалу торговельного підприємства по відношенню до його нормативного рівня стратегічної КС, який визначається за проведеними маркетинговими дослідженнями; U_{cp}^r – рівень реалізованої КС за умов досягнення максимального обсягу продажів O_{max}^r наприкінці ЖЦП ц майбутньому через t років; U_{cp}^n – нормативний рівень стратегічної КС за умов досягнення максимального обсягу продажів нової продукції O_{max}^i через t років в кінці ЖЦП; $\Delta U_{pc}^r = (U_{psc}^r - U_{psc}^n) / U_{psc}^r$ – темп приросту рівня реалізованої КС у майбутньому через t років продукції конкурента по відношенню до її нормативного рівня стратегічної КС; U_{psc}^r – рівень реалізованої КС продукції конкурента, який можливо досягнути на ринку торговельної сфери у майбутньому через t років в кінці ЖЦП; U_{psc}^n – нормативний рівень стратегічної КС продукції конкурента.

Прогнозний рівень реалізованої КС з урахуванням відношення (3) можливо визначити через значення логарифма відношення (2) у наступному вигляді:

$$U_{cp}^r = \frac{U_{cp}^n * U_{psc}^r * \ln \frac{O_{max}^r}{O_{max}^i}}{U_{psc}^n * t} - \frac{U_{cp}^n * \ln \frac{O_{max}^r}{O_{max}^i}}{t} + U_{cp}^n. \quad (4)$$

У рівнянні (4) рівень реалізованої КС продукції конкурента є динамічно змінним параметром. Слід враховувати динамічну змінну якісних характеристик продукції конкурента під впливом інноваційного характеру ринкового середовища під час прогнозування. Необхідно ввести обмежуюче припущення на рівень реалізованої КС продукції конкурента

та в кінці ЖЦП: $U_{psc}^r = 1$. З урахуванням цього фактору рівняння (4) у остаточному вигляді має бути:

$$U_{cp}^r = \frac{U_{cp}^n * \ln \frac{O_{max}^{rc}}{O_{max}^{lc}}}{U_{psc}^n * t} - \frac{U_{cp}^n * \ln \frac{O_{max}^{rc}}{O_{max}^{lc}}}{t} + U_{cp}^n. \quad (5)$$

Рівняння (5) підтверджує раніше проведене припущення про дві складові рівня реалізованої КС нової продукції після її реалізації у торговій мережі (2): нормативну U_{cp}^n і ринкову, яка визначається рівнянням (5).

4. Графічне моделювання обсягів продажу. На основі розрахунків за рівнянням (5) можливо побудувати графічні залежності обсягів продажу продукції від прогнозованого рівня реалізованої КС (рис. 2 і 3). Вирішуємо пряму задачу, у якій за різними значеннями співвідношення $\frac{O_{max}^{rc}}{O_{max}^{lc}}$, визначення прогнозованої величини U_{cp}^r . Розрахунки було проведено за часом прогнозування $t = 1, 2, 3$ роки за наступними вихідними даними: $U_{cp}^n = 0,75; 0,85; 1,0$. При цьому робилося припущення про ви-переджуючі базу порівняння і величини нормативного рівня стратегічної КС досліджуваної нової продукції відносно продукції конкурента: $U_{cp}^r = 0,85 > U_{pc}^r = 0,75$.

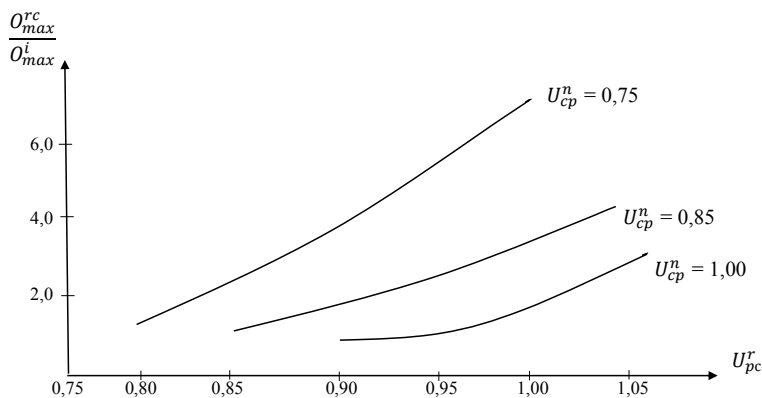


Рис. 2. Залежність темпу росту обсягу продажу від рівня реалізації КС продукції

Джерело: складено автором.

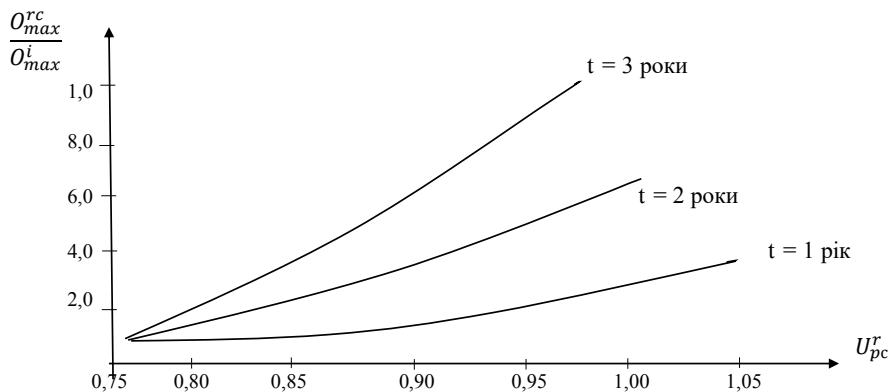


Рис. 3. Залежність темпу росту максимального обсягу продажу від рівня реалізованої КС продукції

Джерело: складено автором.

Проведений аналіз графічних залежностей показує, що під час планування торгівельним підприємством збільшення рівня реалізованої КС при досягненні максимального рівня продукції конкурента ($U_{cp}^r = 1,0$), темпи росту максимальних обсягів продажу $\frac{O_{max}^{rc}}{O_{max}^i}$ збільшуються відповідно за однорічним прогнозом до 2,5 при дворічному – 5,5 та трирічному – 9,5 (рис. 2). Крім того, аналіз показує, що темпи росту рівня реалізованої КС досліджуваної продукції за всіма трьома прогнозами ($U_{cp}^r = 1,0$) дорівнюють: $\Delta U_{ip}^r = (U_{cp}^r - U_{cp}^n) \div U_{cp}^r = 0,30$; а у продукції конкурента аналогічний показник складає $\Delta U_{pc}^r = (U_{psc}^r - U_{psc}^n) / U_{psc}^r = 0,35$. Досліджуючи далі, вирішуючи зворотну задачу, можливо бачити, що темпи росту обсягів продажів продукції конкурента у наведених прогнозованих періодах були вище, ніж у досліджуваної продукції. Наприклад, за дворічним прогнозом ($U_{cp}^r = 1,0$) темп росту обсягів продажу нового товару складає $TR = \frac{O_{max}^{rc}}{O_{max}^i} = 8,0$, що значно більше значення $TR = 5,0$, коли $U_{cp}^r = 0,25$. Необхідність подолати відставання від конкурента орієнтує досліджуване підприємство своєчасно проводити перед планові дослідження за напрямками маркетингової, технологічної та організаційно-управлінської діяльності.

Аналіз графічної залежності темпу росту максимального обсягу продажу від зміни рівня реалізованої КС (рис. 3) показує, що зі збільшенням величини нормативної складової рівня стратегічної КС темпу

роста обсягів продажу за тими же значеннями рівнів реалізованої КС зменшуються. Наприклад, за рівнем реалізованої КС $U_{cp}^r = 1,0$ обсяг продажів розподіляються наступним чином: при $U_{cp}^n = 0,85$ темп росту обсягу продажу дорівнює $TR = \frac{o_{max}^{rc}}{o_{max}^i} = 5,0$; $U_{cp}^n = 0,90$, $TR = 3,5$; $U_{cp}^n = 1,0$, $TR = 2,5$.

5. Попередній висновок. Тобто, коли підприємство просуває на ринок нову продукцію і підвищує нормативну складову своєї КС, йому необхідно залишати такий же рівень логістичних витрат і використовувати такі ж обсяги виробничих ресурсів для досягнення попереднього рівня реалізованої КС, але кінцевий результат – обсяг продажів – може бути менше. У такому випадку можливо проведення науково обґрунтованих передпланових досліджень з оптимізацією цього параметру.

Практичне використання запропонованого відходу на основі побудови графічних залежностей дає можливість торгівельному підприємству під час планування темпу росту обсягу продажу визначити за кожним прогнозованим періодом ЖЦП необхідний рівень реалізованої КС для нової продукції. Аналогічно під час рішення зворотної задачі – від запланованого рівня реалізованої КС знаходити відповідний темп росту максимального обсягу продажів за кожним періодом ЖЦП.

Висновки та пропозиції. Запропонований у даній роботі підхід, який засновано на використанні економіко-математичної пошукової моделі дозволяє торгівельному підприємству прогнозувати з визначеною часткою ймовірності, яка обумовлена нестабільністю сучасного ринкового середовища, кількісні варіанти рівнів реалізованої КС і максимальні темпи обсягів продажу нової продукції після її виходу на ринок, що у подальшому, враховуючи ЖЦП, буде слугувати середньостроковим орієнтиром прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень для вибору необхідної стратегії поведінки на ринку. Такі передпланові дослідження сприяють підвищенню реалізації торгівельним підприємством нової КС продукції та формуванню відповідного ринкового потенціалу самого підприємства.

Дослідження проведено у межах виконання НДР «Конкурентна розвідка в безпекоорієнтованому управлінні інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств стратегічного значення для національної економіки і безпеки держави» (№ ДР 0119U002005).

Список використаної літератури

1. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств : монографія / За ред. Ю. С. Шипуліної. Суми : Папірус, 2012. 458 с.
2. Конкуренция, конкурентоспособность, рыночная конъюнктура: уч. пособие / В. И. Дубницкий и др. Днепропетровск, 2016. 400 с.
3. Криворотов В. В., Калина А. В., Ерипалов С. Е. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: уч. пособие. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 351 с.
4. Петрович Й. М., Кривешко О. В., Ступак І. О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: моногр. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2012. 228 с.
5. ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. Київ : Економіка, 2011. № 4. 96 с.
6. ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. Київ : Економіка, 2012. № 4. 128 с.
7. Федулова Л. І., Забарна Е. М., Філіппова С. В. Інноваційний розвиток підприємства: підручник. Одеса : ОНПУ, 2016. 700 с.
8. Чайников В. Н. Прогнозный уровень конкурентоспособности промышленной продукции. *Вестник Чувашского университета*. 2008. № 1. С. 550-555.
9. Daniels J., Radebaugh L. International Business. Environment and Operation. 7th ed. Addison-Wesley Publ. Co., 1995. 788 p.
10. Griffin R., Pustay M. International Business. A managerial perspective. Addison-Wesley Publ. Co., 1998. 765 p.
11. Murphy J. Technical Analysis of the Financial Markets. New York : Institute of Finance, 2001. 542 p.
12. Whitten J., Bentley L. Systems Analysis and Design Methods. 4th ed. Izwin, McGrew – Hill, 1998. 724 p.
13. Wolfram S. The Mathematica book. 4th ed. Wolfram Media, 2001. 1470 p.

Стаття надійшла 27.06.2019 р.

Н. И. Владимирская,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятий
Одесская государственная академия строительства и архитектуры
ул. Дидрихсона, 4, г. Одесса, Украина, 65029
e-mail: truskava1934@gmail.com

В. В. Лаптева,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и финансов предприятия
Киевского национального
торгово-экономического университета
ул. Киото, 19, г. Киев, 02000
e-mail: for_lapteva@ukr.net

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПОИСКОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

На основе анализа торговой сферы и существующих теоретических разработок предложен подход по прогнозированию количественной величины уровня реализованной на рынке конкурентоспособной продукции торгового предприятия и максимальных темпов роста ее продажи. Подход основан на использовании экономико-математической поисковой модели, которая служит основой принятия научно обоснованного управленческого решения о выборе стратегии производства и реализации новой продукции на рынке. Определение количественной величины реализованного на рынке уровня конкурентоспособности продукции осуществляется на основе расчета двух составляющих – нормативной и рыночной. Сущность подхода заключается в прогнозировании уровня конкурентоспособности продукции торгового предприятия на основных этапах ее жизненного цикла.

Ключевые слова: конкурентоспособность; прогноз; уровень; цикл; эффект; расходы; стратегия; продукция; норматив.

N. I. Vladymyrska,

PhD in Economics, assistant professor,
associate professor of Department of economics of enterprises
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture,
Didrikhsona st., 4, Odessa, 65029
e-mail: truskava1934@gmail.com

V. V. Lapteva,

Cand. of economic sciences (Ph.D)
associate professor at the Department
of economics and finance of the enterprise
Kyiv National Trade and Economic University,
Kyoto, 19, m. Kyiv, 02000
e-mail: for_lapteva@ukr.net

RESEARCH OF THE PRODUCT'S COMPETITIVENESS LEVEL OF THE TRADING ENTERPRISE BASED ON SEARCH MODELING

Based on the analysis of the trade sector and the existing theoretical developments, an approach has been proposed for predicting the quantitative value of the level of a commercial enterprise's commercially marketed products and the maximum growth rates of its sales. The approach is based on the use of an economic-mathematical search model, which serves as the basis for making a scientifically sound management decision on the choice of a production strategy and the realization of a new product on the market.

The determination of the quantitative value of the level of competitiveness of products sold on the market is carried out on the basis of the calculation of two components – regulatory and market. The essence of the approach is to predict the level of competitiveness of products of a commercial enterprise at the main stages of its life cycle.

Key words: competitiveness; forecast; level; cycle; effect; expenses; strategy; products; standard.

References

1. Shypulina, Yu. S. (2012). Mekhanizm upravlinnia potentsialom innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpryemstv : monohrafiia [Mechanism for managing the potential of innovation activities of the fishing divisions: monograph]. Sumy. [In Ukrainian].
2. Dubnitskii, V. I. (2016). Konkurentsiia, konkurentosposobnost, rynochnaia koniunktura : uch. posobie [Competition, competitiveness, market conditions : manual]. Dnepropetrovsk. [in Russian].
3. Krivorotov, V. V., Kalina, A. V. & Eripalov, S. E. (2016). Konkurentosposobnost predpriiatii i proizvodstvennykh system : uch. posobie [Competitiveness of enterprises and production systems : manual]. Moskva : UNITY-DANA. [in Russian].
4. Petrovich, I. M., Kriveshko, O.V. & Stupak, I. O. (2012). Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu promyslovoho pidpryemstva : monohrafiia [Strategic management of the competitiveness of the industrial enterprise : monograph]. Lviv. [In Ukrainian].
5. TOP-100. (2011). Reityng luchshykh komp'ii Ukrainy [TOP-100. Rating of the best companies in Ukraine]. Kyiv. Ekonomika. № 4. [in Russian].
6. TOP-100. (2012). Reityng luchshykh komp'ii Ukrainy [TOP-100. Rating of the best companies in Ukraine]. Kyiv. Ekonomika. № 4. [in Russian].
7. Fedulova, L. I., Zabarnaia E. M. & Filyppova, S. V. (2016). Innovatsiinyi rozvytok pidpryemstva ; pidruchnyk [Innovative development of the enterprise : textbook]. Odessa : ONPU. [In Ukrainian].
8. Chainikov, V. N. (2008). Prognozniy uroven konkurentosposobnosti promyshlennoi produktsii [Predicted level of competitiveness of industrial products]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta. – Bulletin of the Chuvash University*, № 1. Pp. 550-555. [in Russian].
9. Daniels, J. & Radebaugh L. (1995). International Business. Enviroment and Operation. 7th ed. Addison-Wesley Publ. Co.
10. Griffin, R. & Pustay M. (1998). International Business. A managerial perspective. Addison-Wesley Publ. Co.
11. Murphy, J. (2001). Technical Analysis of the Financial Markets. New York: Institute of Finance.
12. Whitten, J. & Bentley, L. (1998). Systems Analysis and Design Methods. 4th ed. Izwin, McGrew – Hill.
13. Woffram, S. (2001). The Mathematica book. 4th ed. Wolfram Media.

УДК 330.332.146.2

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173525

О. С. Гусенко,

старший викладач

кафедри міжнародних економічних відносин

Одеський національний економічний університет,

Привокзальная пл., 2, к.206, м. Одеса, 65012, Україна

e-mail: olgagusenko@ukr.net

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ

У статті розглядаються теоретичні засади трансформаційних процесів в регіональній інноваційній політиці країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ). Надана характеристика сучасному етапу розвитку інноваційних процесів цієї групи країн. Обґрунтовується необхідність використання нео-шумпетеріанського підходу як теоретичного підґрунтя для формування та реалізації регіональної інноваційної політики в країнах ЦСЄ.

Ключові слова: країни з перехідною економікою; концепція «наздоганяючого розвитку»; регіон; інноваційна політика; нео-шумпетеріанський підхід.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Перехід (транзит), зроблений багатьма європейськими країнами від соціалізму до капіталізму, наприкінці XX століття представляв одну з найважливіших подій світової економіки з часу індустріалізації.

Розпад Радянського Союзу та інших соціалістичних країн із плановою економікою призвів до нової ери економічного буття. З цього часу кількість робіт у наукових виданнях про економічну трансформацію колишніх комуністичних країн у Центральній та Східній Європі (ЦСЄ) швидко зростає, що свідчить про велику зацікавленість у цьому питанні з боку наукової спільноти.

Як відомо, основною проблемою соціалізму була його неефективність або нездатність до інновацій у довгостроковій перспективі. Однак, зовнішня торгівля країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ) на той час цілком відповідала очікуванім порівняльним перевагам, що свідчило про те, що ефективність розподілу була не головною проблемою соціалізму. У 1990-ті роки перспективи вступу постсоціалістичних країн ЦСЄ до країн Європейського Союзу (ЄС) саме залежали від їх здатності генерувати промислові та технічні зміни.

Генерування промислових і технічних змін, що втілювалися в процесі розробки та розповсюдження нових інноваційних продуктів та процесів, потребували значних інституційних змін, які у країнах ЦСЄ були дійсно необхідні. Проте інституційні зміни не можна судити самі по собі, не беручи до уваги їх вплив на технічні зміни та економічне зростання. За словами Л. Кекіча [1, с. 56], перехід (транзит), який розуміється як інституційне перетворення до ринкової економіки, має сенс лише тоді, коли він охоплює не тільки економічні показники, а також інституційні зміни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням механізмів формування регіональної інноваційної політики в країнах з перехідною економікою у різний час займалися видатні іноземні та вітчизняні вчені, зокрема Л. Кекіч, С. Радошевич, Я. Китанович, Е. Берглоф, Дж. Лінь, Ю.Бажал та інші.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних засад трансформаційних процесів в регіональній інноваційній політиці країн ЦСЄ, а також обґрунтування теоретичного підґрунтя для сучасного етапу інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трансформаційні процеси в країнах ЦСЄ були насправді різноманітними, але існували деякі спільні елементи. В усіх країнах, які розпочали реформи, почався спад виробництва – глибина і тривалість яких суттєво варіювалися в країнах ЦСЄ з країнами колишнього Радянського Союзу, які зазнали більш тривалої та глибокої рецесії.

Після падіння обсягів виробництва відбулося сильне зростання та швидке відновлення практично повсюдно. Усі країни, що розпочали трансформацію, зазнали різких змін у своїй економічній структурі, з «деіндустріалізацією» та відповідною експансією недорозвинутого сектору послуг. Торгівля радикально перемістилася з радянського блоку до Європейського Союзу. В структурі економічної поведінки були також важливі структурні зміни всіх основних суб'єктів господарювання, включаючи домогосподарства, фірми та уряд. До моменту світової фінансової кризи 1998 року майже всі країни використовували дивіденди «перехідного періоду», тобто вони скоротили ненормально великий розрив у продуктивності щодо доходу, який характеризувався цими країнами на початку перехідного періоду. У зв'язку з цим вони стали такими ж, як і інші ринки, що розвиваються, і стикаються з проблемами зростання, схожі на їхні. Особливістю європейських трансформаційних процесів є той факт, що процес реформ у всіх країнах почав

уповільнюватися з 2000-х років – тільки країни з колишньої Югославії та Албанія продовжують поліпшувати якість своїх економічних та політичних інститутів.

Інновації були рушійною силою посткомуністичної економічної трансформації Центральної та Східної Європи протягом останніх трьох десятиліть. «Нові» країни-члени ЄС із Центральної та Східної Європи зробили істотний прогрес у звуженні розриву у ВВП на душу населення зі «старими» членами ЄС (табл. 1).

Як ми бачимо з даних таблиці 1. з моменту вступу у 2004 році більшості країн ЦСЄ до лав Європейського Союзу їх ВВП на душу населення зріс на 10-20 %. Виключення складає тільки Хорватія, з моменту приєднання до ЄС у 2013 р., темпи зростання її ВВП на душу населення навіть склали – 1 %.

У 2000 році трохи менше, ніж половина європейських країн з перехідною економікою не досягла рівня ВВП початку свого перехідного періоду (таким вважається 1990 рік) – за одним винятком (Сербія) всі вони були колишніми радянськими республіками. Так наприклад Україна у 2000 році мала 43,2 % ВВП порівняно з 1990 р. [2]. Потім методологія розрахунку дещо змінилася, річний ВВП почали порівнювати з 2010 роком. Так, у 2016 році Україна мала 91,3 % ВВП відносно 2010 р. [2].

Таблиця 1

**ВВП країн-членів ЄС із Центральної та Східної Європи
на душу населення за паритетом купівельної спроможності
(у % до ЄС28=100)**

Країни	Роки					
	2005	2008	2010	2012	2014	2016
Болгарія	37	43	45	46	46	48
Чехія	79	84	83	83	86	88
Естонія	60	69	65	74	76	74
Хорватія	56	63	59	60	58	59
Латвія	50	59	53	60	64	65
Литва	53	63	60	70	75	75
Угорщина	62	62	60	70	75	75
Польща	50	55	62	67	68	69
Румунія	35	49	52	54	55	59
Словенія	87	90	83	82	83	83
Словаччина	60	71	74	76	77	77

Джерело: складено автором за [3].

У 2000 році трохи менше, ніж половина європейських країн з перехідною економікою не досягла рівня ВВП початку свого перехідного періоду (таким вважається 1990 рік) – за одним винятком (Сербія) всі вони були колишніми радянськими республіками. Так наприклад Україна у 2000 році мала 43,2 % ВВП порівняно з 1990 р. [2]. Потім методологія розрахунку дещо змінилася, річний ВВП почали порівнювати з 2010 роком. Так, у 2016 році Україна мала 91,3 % ВВП відносно 2010 р. [2].

Зростання з початку реформування було переважно «екстенсивним» відновленням, заснованим на перерозподілі існуючих ресурсів. Проте цей процес вже закінчується. Якщо зростання необхідно підтримувати в середньостроковій та довгостроковій перспективі, воно має базуватися на інноваціях та технологічних змінах. Значення цього тезису полягає в тому, що інновації, найімовірніше, будуть важливими для стимулювання зростання серед найбільш розвинених країн, а не країн з низьким або середнім доходом, таким як країни Центральної та Східної Європи. Інші джерела зростання, як вважається, є набагато важливішими для економік країн з низьким рівнем доходів, які можуть запозичити технології з-за кордону, і тому мають мало чи взагалі не потребують інновацій. Проте деякі дослідження (зокрема організації *Economist Intelligence Unit*) ставлять під сумнів правильність такого тезису [4]. Нещодавні дослідження показують, що інновації та зростання пов'язані між собою на всіх рівнях розвитку. Ця думка, здається, поділяється багатьма іншими міжнародними установами. Наприклад, Світовий банк у своєму звіті про економічний розвиток країн ЦСЄ зробив висновок: «Підтримка інновацій та міжнародної конкурентоспроможності є найважливішим серед реформ для підтримки зростання продуктивності. Підвищення продуктивності під впливом інновацій вимагає політики, яка збільшує участь приватного сектора у сфері НДДКР з метою підтримки галузей промисловості на основі навичок та збільшення вартості в експорті» [5].

Одним з найважливіших чинників ефективності інноваційної політики в країнах ЦСЄ є витрати як держави так і приватного сектору економіки на сучасні дослідження (рис. 1). Як ми бачимо з даних діаграми, Словенія, Естонія, Угорщина є країнами, які активно вкладають кошти у інноваційну сферу. Румунія навпаки залучає до інноваційної сфери у різні роки не більше 0,55 % свого ВВП. Треба зазначити, що динаміка розвитку НДДКР протягом останніх років була позитивною та навіть фінансова криза 2008-2009 років не спинила цей процес, од-

нак у 2016 р. ситуація порівняно з 2015 р. дещо змінилася. Всі зазначені у діаграмі країни зазнали незначного падіння обсягів вкладень у інноваційну сферу. На нашу думку, це, перш за все, може бути пов'язано з зменшенням обсягів фінансування цих країн зі Структурних фондів Європейського Союзу.

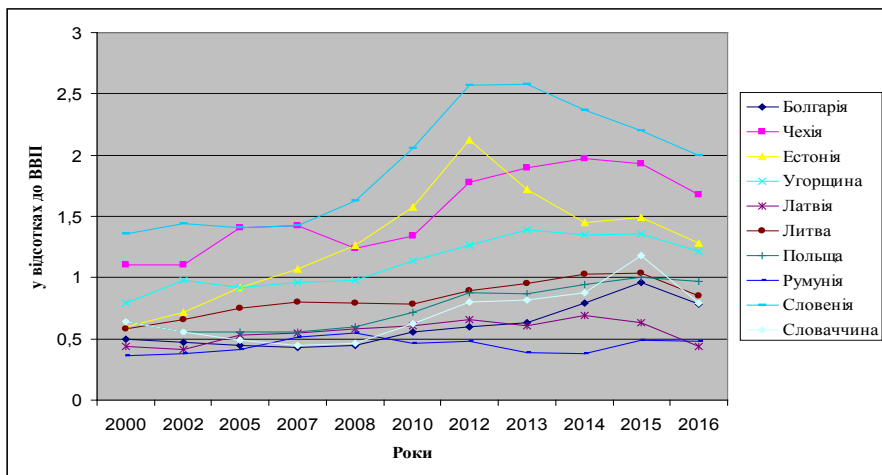


Рис. 1. Витрати на НДККР в деяких країн ЦСЄ (у відсотках до ВВП)
Джерело: складено автором за [6].

Серед дослідників регіональної інноваційної політики в країнах ЦСЄ можна виділити С. Радосевича, Я. Китанович, Е.Берглофа, Дж. Лінь, Ю. Бажала та інших. Всі вони стверджують, що специфіка функціонування інноваційних процесів в країнах, що розвиваються та країнах з транзитивною (перехідною) економікою, з точки зору технологічного розвитку та економічної ефективності, відрізняється від розвинених країн. Але працюють чи ні різноманітні підходи до аналізу інноваційної складової в країнах з перехідною економікою?

Емпіричні порівняння між країнами показують, що існують сильні відмінності між країнами щодо показників розвитку економіки, тобто країни можуть бути віднесені або до групи «лідерів» або до «послідовників», які мають можливість надолужити згаяне. Література з питання «технологічного відриву» здається дуже корисною для пояснення відмінностей у темпах економічного зростання; основна відмінність між неокласичною теорією та теорією технологічного відриву і пояснює сутність технологій. Хоча традиційна неокласична теорія не бачить

технологію як джерело відмінностей між країнами у ВВП на душу населення, теоретики технологічного відриву вважають технологічні відмінності як головну причину розходжень між країнами.

А. Гершекрон та інші вважають технологію або знання основою організаційної структури економіки. В цьому аспекті, технологія не може розглядатися як суспільне благо, передача технологій є більш складним та дорогим процесом. Отже мова йде не про заміну застарілих технологій більш сучасними, а про постійне перетворення технологічних, економічних та інституційних структур. Інноваційна система, яка включає інституційні чинники, необхідна задля аналізу джерел успіху та невдач країни.

У післявоєнній літературі «з наздогоняючого розвитку» вказується на те, що відмінності між країнами є причиною різноманітності у темпах зростання продуктивності праці. М. Абрамовіц, засновник гіпотези «наздогоняючого розвитку», стверджує, що відмінності між країнами в рівнях продуктивності праці створюють потужний потенціал для майбутньої конвергенції цих рівнів. Гіпотеза показує, що країна, будучи відсталою з точки зору рівні продуктивності, має можливості для швидкого прогресу. Чим більший технологічний і, отже, розрив у продуктивності праці між лідером і послідовником, тим сильніший потенціал у країни-послідовника для зростання продуктивності праці. Однак, у гіпотези «наздогоняючого розвитку» є певні обмеження: можливість «великого стрибку» стає дедалі меншою, як країна-послідовник наздоганяє країну-лідера.

Критика цієї гіпотези полягає в визначенні технологічної відсталості як феномену, обумовлено тільки наявністю чинників виробництва в країні. Але соціальні характеристики пояснюють значну частину невдач тієї чи іншої країни щодо досягнення також ж рівня продуктивності як і в розвинених країнах. Тобто соціальні проблеми можуть звести нанівець потенціал країни для «великого стрибку». А. Гершенкрон вказує, що зменшення відриву між країнами може бути неможливим для країни-послідовника. По-перше, він стверджує, що у відсталих країнах існує дуже велика частина населення, яка буде чинити опір змінам та реформам. По-друге, країни-послідовники стикаються з великою кількістю вимог до капіталу та іншими факторами, а саме «наздогоняючий розвиток» потребує значних зусиль та інституційної інфраструктури. Таким чином, ідея «соціальних можливостей» може абсорбувати сучасні технології, які стимулюють «наздогоняючий розвиток» в країні. Ця ідея визначається сукупністю чинників, що створюють можливості кра-

їни для імпорту або участі у технологічному та організаційному прогресі. М. Абрамовіч визначає технічну компетентність та наявність політичних, комерційних, індустріальних та фінансових установ як основні чинники соціального потенціалу. Крім того, він вводить термін «технологічна конгруентність» для країн, які дуже відрізняються від країни-лідера з точки зору наявності економічних чинників. Їм буде важко застосовувати технологію лідера, оскільки технологія створюється під впливом середовища, в якому вона формується. Ця ідея відродилася в результаті розробки концепції національних інноваційних систем. Процес розвитку відбувається на національному рівні. Чинники виробництва, специфічні для кожної країни, впливають на цей процес, а отже, технологічні зміни в різних країнах мають конкретну національну орієнтацію. Б. Лундвалл та Р. Нельсон використовують термін «національні інноваційні системи» для того, щоб розглядати країни як окремі системи з їхньою динамікою. На даний момент відносини між концепцією національних інноваційних систем та теорією «наздоганяючого розвитку», на нашу думку, є центральним питанням. Як ми бачимо, шляхом виявлення найбільш важливих аспектів технологічного розвитку, успіх процесу наздоганяння лежить в основі показників ефективності національної інноваційної системи країни.

Вважається, що найбільш важливим аспектом успішного наздоганяючого процесу є швидкість, з якою країна-послідовник може впроваджувати іноземні технології. За допомогою виготовлення товарів-імітаторів країна-послідовник досягає індустріалізації. Технологічна імітація передбачає більше, ніж просто йти тим же шляхом, що й країна-лідер. Вона скоріш пов'язана з критичним етапом у процесі навчання та індустріалізації і тому їх слід розглядати саме в цьому контексті. На рівень імітації впливають технологічний потенціал, структура ринку технологій та міжнародні правила торгівлі.

«Відсталі» країни завжди прагнули до розвитку, але з змінним успіхом. Як стверджує Р. Нельсон, бути успішним з точки зору розвитку вимагає більшого, ніж просто мати доступ до технологій провідних країн. «Навіть в країнах з дуже низькими рівнями загальної освіти, продуктивності праці та доходів існують анклав підприємств (або кластери), які використовують технології, аналогічні тим, що використовуються в розвинених країнах» [7, с. 23]. Ці анклав повинні поширюватися і розповсюджуватися в масштабах всієї економіки з метою посилення сталого економічного розвитку. Розвиток можливий за умови успішного використання технологій. Він залежатиме від технологічних мож-

ливостей. Термін «технологічні можливості» охоплює знання та навички, необхідні для придбання, освоєння, використання, адаптування та створення технологій. Він втілений в людей та установи та вимагає тісного взаємозв'язку між ними. Чим більші країна має у своєму розпорядженні технологічні можливості і чим краще вона здатна їх накопичувати, тим більш успішним буде процес розвитку. Ця точка зору фокусується на глибокій залежності країни від технологічних змін [7, с. 25]. Іншими словами технологічні можливості мають велике значення для майбутніх темпів і напрямків технологічних змін. Приватні фірми, які займають основне місце в накопиченні технологічного потенціалу, мають вирішальне значення для конкурентоздатності країни. Вони більше підходять для придбання іноземної технології, ніж державні компанії, оскільки вони зацікавлені в забезпеченні підготовки, необхідної для впровадження нових технологій. Рівень технологічного потенціалу фірми залежить від її відносин з іншими суб'єктами, оскільки вони працюють в складних промислових мережах, які характеризуються конкуренцією та співпрацею. Відповідно, інновації та технологічні зміни є результатом не тільки технологічного, а й соціального процесу між формальними та неформальними мережами різноманітних зв'язків.

Одним із ключових аспектів технологічного розвитку є створення інститутів та інституційних механізмів, які сприяють інноваційним процесам. Наявність тільки інноваційних приватних фірм недостатня. З одного боку, здатність фірм проводити інноваційну діяльність залежить від зовнішніх умов ринку та стимулів. Таким чином, відносини між промисловістю та урядом становлять великий інтерес для просування умов технологічного прогресу.

Світова фінансова криза 2008 року підштовхнула появу великої кількості дебатів стосовно достовірності таких економічних теорій. Ці теорії та концептуальні перспективи відігравали особливо важливу роль у керівництві економічними трансформаціями в Центральній та Східній Європі. Світова фінансова криза не торкнулася всіх країн ЦСЄ в однаковій мірі. Наприклад, країни Центральної Європи та Прибалтики вийшли з кризи швидше, а південно-східна Європа все ще бореться з млявим зростанням. Тому сьогодні необхідно використовувати нові підходи до аналізу економічного зростання. Таким підходом, на нашу думку, є нео-шумпетеріанський підхід, що концентрується на накопиченні знань як центральному процесі, а промислова політика розглядається як невід'ємний основний компонент всіх процесів розвитку.

Оцінюючи спроможність економіки до структурних перетворень, нео-шумпетеріанський підхід розглядає рамкові умови її інноваційного потенціалу – потоки державних та приватних технологічних ноу-хау та функціонування товарних ринків, ринків праці та фінансових ринків, доступ до технологій, зокрема нових технологій, наявність та використання інформаційно-комунікаційних технологій та можливості передачі ноу-хау через прямі інвестиції. Також необхідно розглядати здатність країни поглинати технології, яким є рівень освіти та людських ресурсів, включаючи середню освіту та наявність вчених та інженерів. Представники нео-шумпетеріанського підходу підкреслюють необхідність вирішення проблеми підготовки та збереження висококваліфікованих фахівців та підтримки інвестицій в інфраструктуру суспільної науки та зміцнення зв'язків між цією інфраструктурою та приватним сектором, захисту прав інтелектуальної власності та наявності венчурного капіталу.

Перш ніж детальніше розглянути інноваційну політику в країнах з перехідною економікою та вивчити й оцінити їх відповідність – необхідно надати характеристику сучасному етапу розвитку інновацій в країнах та їх позиціонування на основі умов, необхідних для інноваційного розвитку.

Країни з перехідною економікою суттєво відрізняються за своїми інноваційними показниками та тим як компанії цієї групи країн отримують або створюють ноу-хау, що їм потрібні. З цього приводу, можна поділити країни на три основні групи:

Країни з низьким рівнем інноваційності (лише деякі фірми витрачають гроші на покупку або виробництво знань). До цієї групи входять Албанія, Вірменія, Азербайджан, Грузія та Узбекистан;

Країни, де фірми переважно купують інновації. Відсоток фірм, які самостійно створюють ноу-хау залишається дуже скромним. До цієї категорії відносяться Боснія і Герцеговина, Македонія, Угорщина, Казахстан, Киргизька Республіка, Молдова, Монголія, Чорногорія, Польща, Сербія, Таджикистан та Україна;

Країни, де фірми є більш активними з точки зору внутрішніх досліджень та розробок відносно придбання зовнішніх знань. Цю групу можна також розбити на дві підгрупи на основі того, наскільки фірми прагнуть в основному займатися внутрішніми НДДКР або і виробляють та купують знання. Більшість країн з перехідною економікою ЦСЄ розташовані саме в останній категорії: Білорусь, Болгарія, Хорватія, Чехія, Естонія, Косово, Латвія, Литва, Румунія, Словацька Республіка та Словенія.

Умови підприємницького середовища для інновацій включають більш широкі умови ділового середовища (або загальні рамкові умови). Такі умови впливають на операції та рішення всіх фірм в економіці, включаючи фірми, що продукують інновації. Вони включають якість інституцій (іншими словами, правову та адміністративну базу, яка лежить в основі взаємодії між окремими особами, фірмами та урядами), макроекономічна стабільність та функціонування товарних та фінансових ринків, ринку праці. Деякі умови ділового середовища особливо впливають на інноваційні фірми. Враховуючи різницю в рівнях розвитку, умови впливу на інноваційний потенціал можна розділити на ті, що впливають на доступ до технології, ті, що впливають на здатність фірм приймати та повністю адаптувати існуючі технології, і ті, що впливають на здатність створювати знання.

Країни з низьким рівнем інноваційності сьогодні досягли значних покращень, особливо з точки зору якості інституцій, доступу до технологій та абсорбційної спроможності. Проте їх продовжують стримувати недостатня конкуренція на своїх товарних ринках, а також їх порівняно неефективні трудові та фінансові ринки.

Незалежно від цих відмінностей, той факт, що країни з перехідною економікою, які є більш розвиненими, мають інноваційний виграш за будь-яких умов. Це свідчить про потребу розглянути чинники зростання на основі інновацій як «системи». Подальший розвиток інновацій вимагає прогресу за всіма показниками. Хороша ілюстрація цього «системного» підходу - Естонія. Це найкраща країна серед перехідних країн. Підрахунок результатів Естонії відповідає всім визначеним факторам (винятком є «розмір внутрішнього ринку», але це більше ніж компенсується кращим підрахунком відкритості). Що стосується інших країн з перехідною економікою, то переважна оцінка Естонії є найбільш помітною у її міжнародній відкритості та доступності та використанні ІКТ (табл. 2).

Ще на початку 1990-х років Естонія мала подібні умови до Латвії та Литви, двох інших країн Балтії, з точки зору інновацій. Ці країни з того часу шли окремими шляхами розвитку. Естонія на сьогодні є країною перехідного періоду №1 за рівнем інноваційного потенціалу, тоді як Латвія та Литва відстають (табл. 2).

Доступ до технології залежить від економічної відкритості країни, наявності та використання інфраструктури ІКТ та ступінь відкритості прямих іноземних інвестицій та торгівлі полегшує передачу технології. Поглинаюча здатність підкріплена якістю середніх та вищої освіти

та ефективності навчань на робочому місці, а для креативної спроможності – якість післядипломної освіти; наявність висококваліфікованих вчених та інженерів; якість державної дослідницької інфраструктури; ефективне співробітництво між державними дослідженнями та галуззю; захист інтелектуальної власності та наявність фінансування ризиків.

Для аналізу умов для зростання інновацій в окремих країнах з перехідною економікою (якість інститутів, макроекономічне середовище, функціонування продуктів, фінансів та ринків праці; доступ до технології; абсорбційна здатність; творчий потенціал тощо) будемо використовувати показники Індексу глобальної конкурентоспроможності [8], який розраховується Всесвітнім Економічним Форумом. Всі змінні в цьому Індексі об'єднані в 12 контрольних показників, що визначають національну конкурентоспроможність: якість інститутів; інфраструктура; макроекономічна стабільність; здоров'я і початкова освіта; вища освіта і професійна підготовка; ефективність ринку товарів і послуг; ефективність ринку праці; розвиненість фінансового ринку; рівень технологічного розвитку; розмір внутрішнього ринку; конкурентоспроможність компаній; інноваційний потенціал.

Як можна побачити з даних табл. 2., найвищу позицію за Індексом глобальної конкурентоспроможності серед країн ЦСЄ займає Естонія. На жаль, одну з найнижчих займає Україна – 81 місце. Треба зазначити, що у 2016-2017 рр. наша країна займала ще гірше положення – 85 місце [8].

Інноваційна політика може відігравати вирішальну роль у поліпшенні умов для інновацій, виявленні та подоланні вузьких місць, що ускладнюють здатність країн до інноваційної діяльності та підвищення продуктивності праці. Естонія є гарним прикладом важливості та необхідності інноваційної політики. Її продуктивність серед країн з перехідною економікою на основі інноваційного розвитку йде від системної інноваційної політики, яка була основана на знаннях (економіка знань), яку Естонія розпочала вже на ранній стадії у 2000 році та продовжувала розвивати далі, коли країна прогресувала по шляху інноваційного розвитку.

Інноваційна політика Естонії формально розпочалася у 2000 році з обговоренням першої стратегії розвитку знань, яка охоплювала період 2002-2006 рр. [9, с. 260]. Ця стратегія спиралась на досвід Фінляндії та Швеції, беручи до уваги конкретні можливості розвитку, існуючий науковий потенціал та економічну структуру країни, а також інші стратегії розвитку Естонії, зокрема стратегію освітньої політики «Learning Estonia» («Освіта в Естонії»). Стратегія мала дві основні цілі - оновлення бази знань Естонії та підвищення конкурентоспроможності її ком-

паній. Основними напрямками для досліджень, розвитку та інновацій в Естонії були (1) зручні інформаційні технології та розвиток інформаційного суспільства; (2) біомедицина; (3) матеріальна технологія [9, с. 260].

Для досягнення цих цілей в стратегії було створено комплекс заходів, що охоплюють чотири ключові сфери:

- фінансування досліджень та розробок;
- розвиток людського капіталу;
- підвищення ефективності системи НДДКР;
- підвищення ефективності міжнародного співробітництва.

Ці заходи були спрямовані на збільшення валових внутрішніх витрат на НДДКР до 1,5 % ВВП до 2006 року. Вони також мали на меті перебалансувати витрати на дослідження проти розвитку, прагнучи перекласти розподіл між від 90:10 до 60:40 до 2006 року. Щоб підвищити ефективність своєї системи НДДКР, Естонія прийняла політику щодо визначення місцезнаходження, створюючи наукові парки та регіональні бізнес-інкубатори. Нарешті, Естонія використовувала міжнародне співробітництво не лише як засіб залучення іноземних знань та технологій, а також як спосіб побудови дослідницьких груп з критичною масою та уникнення «втечі мозків» [9, с. 260].

Ця стратегія була подібною до наступних стратегій періоду 2007-2013 років та 2014-2020 років. Ряд урядових та незалежних органів провели оцінки, враховуючи прогрес, досягнутий в рамках перших двох стратегій. Кожна стратегія враховувала досвід та експертні рекомендації, отримані в результаті попереднього періоду, і встановили більш амбітні цілі, а цілі збільшувались за кількістю та обсягом. Ключові сфери були скоректовані з часом, але загальних пріоритетів не було. Основна увага приділяється інформаційно-комунікаційним технологіям (ІКТ), медичним технологіям та послугам та більш ефективному використанню ресурсів.

Інфраструктура ІКТ відіграє ключову роль у її розвитку. Коли Естонія отримала незалежність, усього лише половина населення мала телефонну лінію. Однак до 1997 року 97 % естонських шкіл мали доступ до Інтернету, а до травня 2013 року послуги 4G охопили понад 95 % території країни [9, с. 261].

Естонський «системний» підхід до інноваційної політики вже дає результати. У 2012 р. НДДКР в Естонії склали 2,2 % від ВВП (вище середнього по ЄС-15). Відсоток НДДКР, який припадає на корпоративний сектор, виріс до 57 %, наближаючись до середнього показника у ЄС-15. Естонія також була однією з небагатьох країн ЄС, яка в цілому зберігала

Таблиця 2

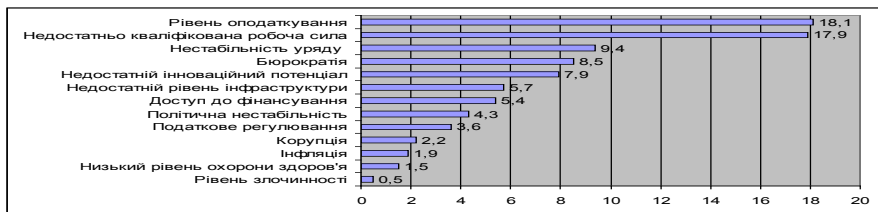
**Показники (від мінімального значення 1 до максимального 7)
деяких країн з перехідною економікою ЦСЄ за
Індексом глобальної конкурентоспроможності (2017-2018 рр.)**

Країни	Рейтинг (з 137 країн)	Підіндекс А. Основні вимоги				Підіндекс В. Підвищення ефективності						Підіндекс С. Інноваційні фактори			
		якість інститутів	інфраструктура	макроекономічна стабільність	здоров'я і початкова освіта	вища освіта і професійна підготовка	ефективність ринку товарів і послуг	ефективність ринку праці	розвиненість фінансового ринку	рівень технологічності та розвитку	розмір внутрішнього ринку	концентрація спроможних компаній	інноваційний потенціал		
Естонія	29	5,0	5,1	6,1	6,4	5,5	5,1	5,0	4,9	5,9	3,1	4,4	4,0		
Латвія	54	3,8	4,4	5,8	6,1	5,0	4,4	4,5	4,1	5,3	3,2	4,1	3,2		
Литва	41	4,1	4,7	5,6	6,2	5,3	4,6	4,3	4,2	5,6	3,6	4,4	3,7		
Чехія	31	4,2	4,6	6,2	6,4	5,2	4,7	4,5	4,8	5,5	4,5	4,6	3,9		
Словаччина	59	3,5	4,3	5,4	6,1	4,5	4,5	4,0	4,6	5,1	4,1	4,2	3,3		
Угорщина	60	3,5	4,4	5,1	5,6	4,3	4,4	4,2	4,3	5,1	4,3	3,7	3,4		
Польща	39	3,8	4,7	5,2	6,2	5,0	4,6	4,1	4,2	4,9	5,2	4,1	3,4		
Румунія	68	3,7	3,8	5,2	5,5	4,4	4,1	4,0	3,7	4,8	4,6	3,5	3,1		
Болгарія	49	3,5	4,1	5,7	5,8	4,6	4,3	4,3	4,1	5,1	3,9	3,8	3,3		
Словенія	48	4,1	4,8	5,2	6,5	5,4	4,6	4,1	3,4	5,4	3,4	4,4	4,0		
Хорватія	74	3,5	4,6	4,8	6,1	4,5	4,0	3,8	3,6	5,0	3,6	3,8	2,9		
Албанія	75	3,9	3,6	4,6	6,2	4,8	4,4	4,0	3,8	4,1	4,0	3,9	3,2		
Боснія та Герцеговина	103	3,1	3,3	4,8	6,0	4,0	3,7	3,5	3,5	4,3	3,1	3,5	2,7		
Чорногорія	77	3,9	4,2	3,7	5,9	4,5	4,4	4,2	4,2	4,9	2,3	3,6	3,2		
Сербія	78	3,4	4,1	4,6	6,0	4,6	4,0	4,0	3,6	4,2	3,7	3,5	3,1		
Україна	81	3,2	3,9	3,5	6,0	5,1	4,0	4,0	3,1	3,8	4,5	3,7	3,4		
Молдова	89	3,2	3,7	4,5	5,4	4,1	4,1	3,9	3,1	4,6	2,7	3,4	2,6		

Джерело: складено автором за [8].

такий же рівень витрат на державні НДДКР під час економічної кризи [9, с. 255].

Однак, не всі проблеми, зв'язані з інноваційною діяльністю, вирішені в країні. Згідно відповідей респондентів, опитування яких було проведене Всесвітнім Економічним Форумом, серед чинників, які перешкоджають веденню підприємницької діяльності в Естонії, були ті, що представлені на рис. 2.



*З переліку факторів, респондентам було запропоновано вибрати п'ять найбільш проблемних чинників для ведення бізнесу у своїй країні і оцінити їх між 1 (найбільш проблематичним) та 5. Оцінка відповідає відповідям, зваженим відповідно до їх рейтингу.

Рис. 2. Чинники, що перешкоджають веденню підприємницької діяльності в Естонії

Джерело: [8].

Ми вважаємо, що інноваційна політика певної країни має бути адаптована до стадії розвитку інновацій: в тих країнах, які як і раніше відстають в плані розвитку технології, політика повинна сприяти функції поглинання знань і дифузії інноваційної системи. Політика, яка зосереджується лише на творчих можливостях, може бути неефективною (поки що). Оптимальна зміна інноваційної політики в країні залежить не тільки від рівня інноваційного розвитку та рівня ключових можливостей для розвитку інновацій, але й динамічного розвитку драйверів економічного зростання. Крім того, будь-який проектний набір заходів буде ефективним, якщо залежатиме від якості управління та впровадження інноваційної політики. Натомість, ми повинні очікувати неоднорідності в інноваційній політиці в країнах з перехідною економікою, а не тільки тому, що такі країни відрізняються за своїми поточними позиціями щодо інноваційного розвитку та основними можливостями для розвитку інновацій, а також тому, що відмінностями у якості виконання.

З 2014 року всі країни регіону склали загальнонаціональну інноваційну політику чи стратегію з метою надання громадської підтримки інноваційній діяльності. Більшість країн встановили основну частину

своїх політичних рамок протягом ще 2000-х років. Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) було проведено опитування щодо необхідності та важливості встановлення цілей інноваційної політики серед країн з транзитивною економікою.

Результати опитування свідчать, що у країнах з транзитивною (перехідною) економікою спостерігається невелика різниця у показниках заявлених цілей інноваційної політики (рис. 3).

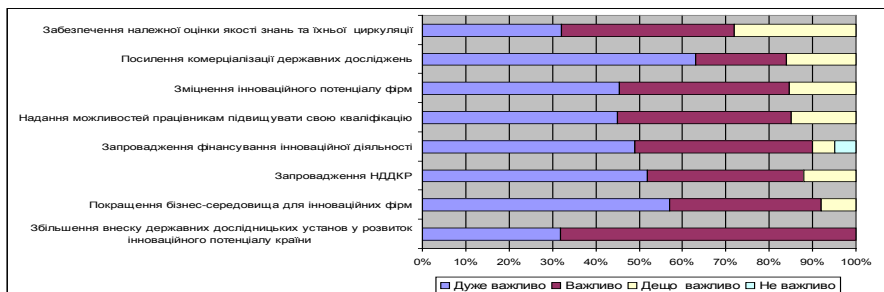


Рис. 3. Відносне значення цілей інноваційної політики у країнах з перехідною економікою, за опитуванням ЄБРР.

Джерело: [10].

Практично всі країни розглянули цілі посилення ролі державних дослідницьких організацій щодо інноваційної діяльності країни та покращення бізнес-середовища для інноваційних фірм як найважливіших пріоритетів, вважаючи їх «важливими» або «дуже важливими». Найбільш дивно, що мета кращого з'єднання науки та промисловості (вимірювана через «збільшення внеску державних дослідницьких організацій», «посилення комерціалізації державних досліджень») також оцінюється всіма країнами від «важливого» до «дуже важливого», навіть серед країн з низьким рівнем інноваційного розвитку.

Консенсус серед країн з перехідною економікою поширюється також на інструменти підтримки інновацій. Серед трьох інструментів, які найчастіше розглядаються як «важливі» або «дуже важливі», виділяють: (1) конкурентне фінансування НДДКР, (2) підтримка технологічного трансферу та (3) стимули до співпраці між певною галуззю та наукою (рис. 4).

На перший погляд підтримка передачі технологій (технологічний трансфер), здається, добре підходить для потреб країн з перехідною економікою, де прийняття існуючої технології відіграє помітну роль.

За умови більш детального аналізу, однак, ми бачимо, що політика в першу чергу спрямована на передачу технології від науки до промисловості. Більш загальні схеми допомоги в галузі дифузії технологій є набагато менш помітними.

Ініціативи, що підтримують поглинання фірмами технологій (схеми допомоги, спрямовані на поширення технологій та надання технологічних послуг в середньому оцінюються лише як «дещо важливі». Навпаки, стимули для науково-промислових відносин (включаючи гранти для спільних досліджень та розробок) вище за значенням у всіх типах країн. Це говорить про те, що підтримка технологічної дифузії зосереджена, головним чином, на питанні галузевих наукових зв'язків: підтримка державних науково-дослідних інститутів для передачі своїх ноу-хау, а не на стимулюванні промисловості залучати публічні дослідження.

Майже всі країни (за винятком Болгарії) заявляють [9, с. 263], що мають владні ініціативи, спрямовані на стимулювання передачі технологій від досліджень у вищих навчальних закладах та державних дослідницьких організаціях, які займаються інноваційною діяльністю, разом із ініціативами, спрямованими на посилення наукових досліджень в цих інститутах. Це свідчить про те, що в країнах з перехідною економікою в усьому світі акцент робиться на наукові інститути як основні інноваційні суб'єкти, незалежно від інноваційного розвитку країни.

З огляду на зазначену важливість галузевих наукових зв'язків для інноваційної політики в країнах з перехідною економікою, у табл. 3 (дані з США, Німеччині та Ізраїлю використовуються як орієнтири) розглядаються факти, що стосуються реальних галузевих наукових зв'язків, використовуючи патентну інформацію.

Це підтверджує порівняно сильну присутність державних дослідницьких організацій (ДДО) у розробці прикладних технологій у країнах з перехідною (транзитивною) економікою, зокрема в Україні та Польщі. Але ці показники також ілюструють слабкі зв'язки між наукою та промисловістю в цій групі країн, а корпоративний сектор не використовує науку як джерело для своїх технологічних винаходів. Таким чином, дані підтверджують, що в більшості країн з перехідною економікою ЦСЄ, у тому числі тих, де наукова спільнота розвиває багато нових технологій, відсутній бізнес – це корпоративний сектор, який активно використовує зв'язки з наукою для інновацій. Існує політична упередженість у цьому відношенні, коли країни стимулюють постачання нових технологій з надто малою увагою до попиту на нього з корпоративного сектору.

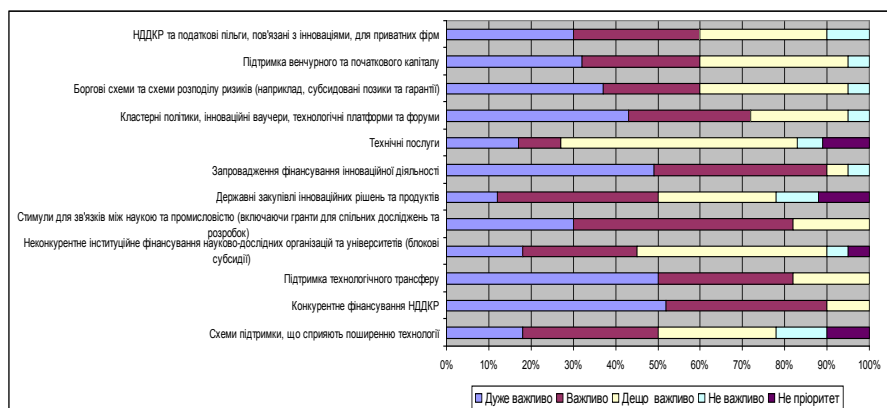


Рис. 4. Економічні та фінансові інструменти інноваційної політики у країнах з перехідною економікою, за опитуванням ЄБРР
Джерело: [10].

Таблиця 3

Індикатори науково-індустріальних зв'язків на основі патентних заяв для деяких країн з перехідною економікою (2000-2010 рр.)

Країна	Загальний обсяг патентів (у тис.)	Частка патентів у ВНЗ / ДДО як заявників, (у %)	Частка патентів з ВНЗ / ДДО та корпоративними співвиконавцями, (у %)	Частка корпоративних патентів з науковими непатентними посиланнями, (у %)
США	2 875	6	0,2	10
Німеччина	1 458	3	0,2	5
Ізраїль	58	13	0,4	10
Україна	42	43	2,2	1
Польща	32	37	0,4	3
Чехія	22	8	0,3	2
Угорщина	17	1	0,5	6
Словенія	6	7	0,1	7
Естонія	2	8	2,0	4

Джерело: [9, с. 266].

Щодо місцевої інноваційної політики, то необхідно зазначити, що вона включає до себе конкретні заходи, спрямовані на чітко визначені географічні райони. Такі приклади можна знайти практично у всіх країнах з перехідною економікою, як правило, у вигляді наукових, технологічних та дослідницьких парків, технологічних центрів та призначених наукових міст. Ця політика передбачає пряме фінансування господарської діяльності або встановлення спеціальних правил, що регулюють цільові райони. Вони також ставлять за мету популяризувати культуру конкурентоспроможності та інновацій між фірмами, розташованими там, і прагнуть стимулювати технологічні розбіжності.

Місцева інноваційна політика є досить популярною у Центральній Європі та країнах Балтії, зокрема в Угорщині, де можна знайти більше 200 промислових парків. Станом на 1.01.2017 р. за даними UNIDO, в світі працює понад 15000 промислових парків та технопарків [11]. Тоді як в Україні дискусія на предмет необхідності їх розвитку ще триває [11]. Технопарки принесли економічний успіх ряду європейських і азійських країн, в тому числі нашим сусідам [11]. Чехія впровадила державну програму розвитку технопарків у 1998 р. За 7 років було створено близько сотні таких інституцій, інвестори вклали в нові виробництва 9 млрд. євро, створили 70 тис. робочих місць [11].

Ефективна інноваційна політика покладається на ретельну ідентифікацію необхідних умов, що відсутні, або ключових вузьких місць, що перешкоджають інноваціям. Виявлення вузьких місць вимагає тісного спілкування з призначеними одержувачами інноваційної підтримки. Це також вимагає регулярної оцінки результатів політики. Використання та ефективність програм, спрямованих на інновації, слід не лише постійно контролювати, а й порівнювати та оцінювати. На етапах майбутньої розробки політики слід використовувати результати таких оцінок.

У більшості країн, респонденти з яких відповідали на запитання анкети ЄБРР щодо інноваційної політики, зазначили, що вони оцінюють ефективність витрат на інноваційну підтримку. Проте більш глибокий огляд опублікованих оцінок свідчить про те, що такі оцінки рідко бувають строгими – навіть у більш розвинених країнах.

Крім того, більш ніж три чверті респондентів повідомили, що вони завжди або звичайно використовують продовження існуючих схем як критерій відбору при виборі інструментів. Це може бути вагомою причиною. Послідовність інноваційної політики підвищує готовність приватного сектору здійснювати ризикові інвестиції з тривалим терміном окупності. Крім того, для впровадження результатів інноваційної полі-

тики, яка залежить від таких інвестицій, може знадобитися багато часу. У той же час слід продовжувати оцінювати політику, вивчати минулі помилки та реорганізувати політику, за умови подальшого розвитку економіки.

Ефективність інноваційної політики також залежить від загальної якості управління в країнах, які їх впроваджують. Слабке врядування може бути особливо небезпечним для визначення пріоритетних секторів та розподілу відповідних субсидій та поступок. Влада у країнах з слабким державним управлінням, ймовірно, матиме надзвичайно слабкі результати в цих сферах.

Країни з перехідною економікою Центральної та Східної Європи мають довгу історію спроб політики, спрямованої на конкретні сектори або технології. Тим не менш, вертикальна інноваційна політика вимагає високих стандартів управління, щоб вони могли бути ефективними для більшості країн цього регіону. Ширше галузеве охоплення може бути особливо вигідним для країни на ранній стадії розвитку. Їх існуюча інноваційна спроможність в будь-якій конкретній сфері, як правило, занадто слабка, щоб забезпечити чітке зосередження на певних сильних сторонах. Навпаки, ширша підтримка кількох секторів може допомогти зміцнити загальний інноваційний потенціал країни з високими конкурентними позиціями у певних галузях, що розвиваються з часом.

Хоча більшість цих країн не зосереджують свою державну підтримку на одному секторі, вони, як правило, визначають кілька пріоритетних сфер. Зазвичай ці сфери мають схожі характеристики. Вони показують невеликі варіації на основі умов, властивих конкретній країні, існуючої структури виробництва або їх навичок. Вони не визначають пріоритетні напрямки на основі ретельного аналізу їх сильних сторін та порівняльних переваг (рис. 5).

Майже в усіх країнах з перехідною економікою ЦСЄ біологічні науки, біотехнології, ІКТ та енергетика розглядаються як «дуже важливі» або «важливі» пріоритетні галузі для суспільних інноваційних витрат. Інші галузі, що є принаймні «дещо важливими» у всіх країнах, – це навіколишнє середовище, охорона здоров'я, продукти харчування та цифрові послуги.

Деякі країни серед пріоритетів мають енергетичний сектор. Наприклад, в Україні. Білорусь приділяє особливу увагу важкій промисловості, спираючись на їхню спадщину ще з радянських часів.

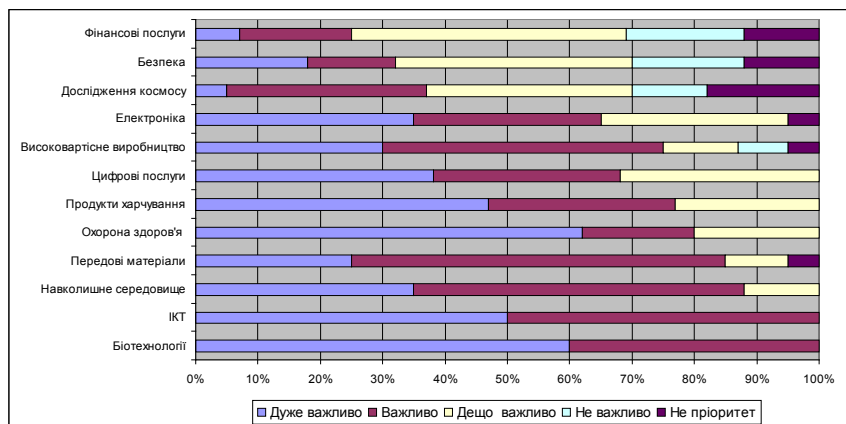


Рис. 5. Пріоритетні напрями для інноваційних витрат у країнах з перехідною економікою, за опитуванням ЄБРР

Джерело: [10].

Висновки та пропозиції. Аналізуючи усе вищевикладене, країни з перехідною економікою ЦСЄ на різних етапах розвитку відрізняються за рівнем їх здатності використовувати та створювати знання. Ця здатність формується за рахунок якості установ та функціонування товарних, трудових та фінансових ринків. Це також визначається специфічними умовами країни, що є підставою для здатності фірм ефективно використовувати існуючу технологію та створювати нові технології.

Незважаючи на суттєві відмінності потенціалу країн перехідного періоду Центральної та Східної Європи в розвитку інновацій та способів, якими їхні фірми прагнуть набувати знання, ця група країн має несподівано подібну інноваційну політику. Це вказує на те, що викладені політичні цілі та комбінації інструментів в більшості випадків недостатньо адаптовані до конкретних обставин цих країн. Механізм реалізації інноваційної політики цього регіону є результатом ряду факторів, і лише один з них - їх відстань до технологічної границі. Іншими факторами є політична мода та уявлення про всі найкращі практики в галузі інноваційної політики. Зокрема, інноваційна політика в регіоні, як правило, йде за тенденціями, встановленими розвиненими країнами, зосереджуючись на умовах творчого потенціалу, а не на поглинальному потенціалі.

Можливо, найяскравішою ілюстрацією цього є те, що в усіх країнах з перехідною економікою основна увага приділяється розвиткові ви-

соко технологічних галузей та покращенню внеску державних дослідницьких організацій до інноваційної діяльності. Важливість посилення ролі державних науково-дослідних інститутів в інноваціях як цілі інноваційної політики та наявність фінансових стимулів для сприяння співпраці індустріальної науки здійснюється у всіх країнах з перехідною економікою, відображаючи їхню спадщину сильних суспільних наукових інноваційних систем. Це недиференційоване спрямування інноваційної політики в галузево-наукових зв'язках і зосередження уваги на стимулюванні пропозиції науково обґрунтованої технології, а не на попиті з боку промисловості, не відрізняється від неоднорідності між країнами перехідного періоду в мірі спроможності їх фірм використовувати публічну науку за їх поглинаючу та творчу здатність.

Такий теоретичний підхід (нео-шумпетеріанський підхід) підходить для більшості країн з перехідною економікою. У крайніх випадках, просто прийняття інноваційної політики, призначеної для розвинених країн та перенесення їх до країн з перехідною економікою, може бути більш стримуючим чинником, ніж діяльність як каталізатору зростання знань. Враховуючи те, що ці країни ще не працюють на технологічній границі, урядам потрібно зосередити більше уваги на підтримці поглинання та адаптації існуючих найсучасніших технологій. Подібним чином, більша увага повинна приділятися поліпшенню формування людського капіталу в університетах, який надзвичайно зосереджується на академічному патентуванні, а не на освіті та підготовці майбутніх підприємців та робочої сили. Оскільки країни розвиваються та наближаються до технологічної границі, інноваційна політика повинна також розвиватися, поступово приділяючи більше уваги допомозі компаніям у підвищенні їх можливостей створювати знання.

Список використаної літератури

1. Kedic, L. Assessing and measuring progress in the transition. Economies in transition: regional overview. EIU Country Forecast, 2nd quarter 1996. Economist Intelligence Unit, London. 1996. Pp. 48-73.
2. Національні розрахунки за 2017 рік: стат. зб. / Держ. ком. статистики України. URL : http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/02/zb_nru2017.pdf (дата звернення 20.05.2019).
3. GDP per capita in PPS. Eurostat: веб-сайт. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tec00114&plugin=1> (дата звернення 05.05.2019).
4. A time for new ideas. Innovation in Central Eastern Europe and Turkey. Economist

- Intelligence Unit: веб-сайт. URL: <http://www.eiu.com/home.aspx> (дата звернення 08.05.2019).
5. Innovation and entrepreneurship. World bank: веб-сайт. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/innovation-entrepreneurship> (дата звернення 08.05.2019).
 6. Science, technology and innovation. Eurostat: веб-сайт. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology_innovation/visualisations#linechart (дата звернення 05.05.2019).
 7. Nelson R. National innovation systems. A comparative analysis. Oxford: Oxford University Press. 1993. P.23-25.
 8. The Global Competitiveness Report 2018. World Economic Forum: веб-сайт. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf> (дата звернення 21.04.2019).
 9. R. Veugelers, H. Schweiger. Innovation policies in transition countries: one size fits all? Economic Change and Restructuring. 2016. Vol. 49. Issue 2. P. 255-266.
 10. Transition report – 2014: Policies supporting innovation. European bank of reconstruction and development: веб-сайт. URL: <http://www.ebrd.com/downloads/research/transition/tr14e.pdf> (дата звернення 23.04.2019).
 11. Козак Ю.Г., Уханова І.О. Сутність та роль технопарків в інноваційному розвитку країни. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти. 2017. С. 91 / за ред. К. В. Ковтуненко URL: <http://www.dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10586/1/90-106.pdf> (дата звернення 24.04.2019).

Стаття надійшла 11.06.2019 р.

О. С. Гусенко,

старший преподаватель

кафедры международных экономических отношений

Одесский национальный экономический университет,

Привокзальная пл., 2, к.206, г. Одесса, 65012, Украина

e-mail: olgagusenko@ukr.net

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В СТРАНАХ С ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКОЙ ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ

В статье рассматриваются теоретические основы трансформационных процессов в региональной инновационной политике стран Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ). Дана характеристика современному этапу развития инновационных процессов этой группы стран. Обосновывается необходимость использования нео-шумпетерианского подхода как теоретической основы для формирования и реализации региональной инновационной политики в странах ЦВЕ.

Ключевые слова: страны с переходной экономикой; концепция «догоняющего развития»; регион; инновационная политика; нео-шумпетерианский подход.

O. S. Gusenko,
senior lecturer of
international economic relations' department
Odessa national economic university,
Privokzalnaya Sq., 2, apt.206, Odessa, 65012, Ukraine
e-mail: olgagusenko@ukr.net

THE REGIONAL INNOVATION POLICY'S FORMING MECHANISMS IN CENTRAL AND EASTERN EUROPEAN COUNTRIES WITH TRANSITION ECONOMICS

The paper deals with theoretical foundations of transformation processes in the regional innovation policy of the Central and Eastern European countries (CEE). The paper's aim is to analyze the main principles of the transformational processes in the regional innovation policy of the CEE countries, as well as to substantiate the theoretical basis for the innovation development's modern stage.

Today, mechanisms for the formation and implementation of regional innovation policy cannot be carried out only on the basis of market self-regulation. The development and implementation of regional innovation policy is now an important task for its socio-economic development. Therefore, the main objective of today is the problem of finding effective tools for the development of an innovative economy at the regional level. Thus, the relevance of the research topic is no doubt.

The special emphasis in the paper is on the analysis of neo-Schumpeterian approach as a theoretical basis for the regional innovation policy's formation and implementation in CEE countries. The introduction of this approach is the paper's scientific novelty.

The paper uses general scientific and specific scientific methods, namely analysis' and synthesis' methods, statistical analysis, logical and empirical cognition, and applied a systematic approach in the presentation of the material, which made it possible to solve the paper's tasks.

Analyzing all of the above, the CEE's economies at different development's stages differ in their ability to use and create knowledge. The neo-Schumpeterian approach is suitable for most transition economies. In extreme cases, simply adopting an innovative policy for developed countries and transferring them to countries with economies in transition may be a more restraining factor than activity as a catalyst for the growth of knowledge. Similarly, greater attention should be paid to improving the formation of human capital in universities, which focuses heavily on academic patenting rather than education and training of future entrepreneurs and labor force.

Keywords: countries with economies in transition; the concept of "catching up development"; region; innovation policy; neo-schumpeterian approach.

References

1. Kekic, L. (1996) Assessing and Measuring Progress in the Transition. Economies in Transition: Regional Overview. EIU Country Forecast, 2nd quarter. London:

Economist Intelligence Unit.

2. Natsionalnyi rozrachunku za 2017 rik. Sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainu [National accounts in 2017. Site of State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from <http://ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
3. GDP per capita in PPS. Site of Eurostat. Retrieved from <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tec00114&plugin=1>
4. A time for new ideas. Innovation in Central Eastern Europe and Turkey. Site of Economist Intelligence Unit. Retrieved from <http://www.eiu.com/home.aspx>
5. Innovation and entrepreneurship. Site of World bank. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/topic/innovation-entrepreneurship>
6. Science, technology and innovation. Eurostat. Site of Eurostat. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technologyinnovation/visualisations#linechart>
7. Nelson, R. (1992) National Innovation Systems. A Comparative Analysis. *Oxford: Oxford University Press*. Pp. 23-25
8. The Global Competitiveness Report 2018. Site of World Economic Forum. Retrieved from <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport/The-GlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>
9. Veugelers, R. & Schweiger, H. (2016) Innovation policies in transition countries: one size fits all? *Economic Change and Restructuring*. 49 (2). Pp. 255-266
10. Transition report – 2014: Policies supporting innovation. Site of European bank of reconstruction and development. Retrieved from <http://www.ebrd.com/downloads/research/transition/tr14e.pdf>
11. Kozak Y. & Ukhanova I. (2017) Sutnist ta rol tekhnoparkiv v innovatsiinomu rozvytku krainy [The essence and role of technoparks in the country's innovative development]. *Innovatsiyna ekonomika: teoretychnyi ta praktuchnyi aspekt. – Innovative economics: theoretical and practical aspects*. 91. Retrieved from <http://www.dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10586/1/90-106.pdf> [in Ukrainian].

УДК 338.48.071.2

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173605

І. В. Гайворонська,

старший викладач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна
e-mail: innagajvoronskaa@gmail.com

О. А. Гринюк,

студент 4 курсу економіко-правового факультету,
спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування»
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна
e-mail: alex12cool@gmail.com

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРСАЙТУ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Метою статті є виділення інструментарію форсайту для прогнозування стратегічного розвитку туризму, з урахуванням національних особливостей, спираючись на світовий досвід. Виділено два підходи в якості основи методології форсайта: нормативний і експлоративний. Пропонується для прогнозування розвитку туризму скористатися ідеями І. Айві щодо форсайту туризму. Доведено необхідність формувати систему стратегічного бачення розвитку туризму, спираючись на 3-х рівнях (горизонтах). Виділено ряд інструментів і процесів, які можуть бути використані для формування «Горизонту 3». Проаналізовано показники розвитку туризму в Одеській області та виділено проблемні аспекти. Наведені рекомендації щодо стимулювання туристичної діяльності для консолідації роботи влади, громадськості та бізнесу задля спільної мети – дотримання міжнародних стандартів усіх учасників ланцюга поставки туристичного продукту для сталого розвитку туристичних дестинацій України.

Ключові слова: туризм; стратегічний розвиток; форсайт; прогнозування; сценарне планування; туристична система.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туризм є однією з найважливіших сфер сучасної економіки, каталізатором для розвитку інших секторів, включаючи готельне і ресторанне господарство, транспорт і комунікації, будівництво, роздрібну торгівлю, виробництво, торгівлю сувенірами тощо. В майбутньому туризм впливатиме на масштабні соціальні, економічні, політичні, екологічні та технологічні

зміни, привносячи новітні виклики, загрози та можливості. Форсайт-програми розвитку туризму можуть характеризуватися як результативні, за умови наявності можливості ефективно використовувати знання про майбутнє і творчого підходу до розробки стратегій [1].

В межах даного дослідження пропонується застосування форсайту – методології, в основі якої сукупність інструментів для узгодження ментального, інституційного, культурного, інформаційного впливів на споживчі очікування та економічні інтереси суб'єктів туристичного ринку, що дасть змогу визначати стратегічні цільові орієнтири розвитку національної туристичної системи (НТС) з урахуванням кон'юнктурних змін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Методологія форсайту є основою для вирішення таких основних функцій: діагностики; прогнозу; визначення перспектив та створення дорожньої карти з конкретизацією заходів [2]. Здійснення передбачення майбутнього за допомогою форсайт-технологій ґрунтується на певних принципах, які закріплені в посібнику «Технологічний Форсайт», виданому міжнародним колективом фахівців Організації Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО) [3].

Постановка завдання. Мета роботи полягає у виділенні інструментарію форсайту для прогнозування стратегічного розвитку туризму, з урахуванням національних особливостей, спираючись на світовий досвід.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологія форсайта базується на двох підходах: нормативному та експлоративному. Нормативний підхід заснований на визначенні варіантів бажаного майбутнього і відповіді на питання: які тенденції і події повинні привести до цього майбутнього. В основі експлоративного підходу є інформація про сьогодення і пошук відповідей на питання: яким стане майбутнє, якщо будуть продовжені існуючі тренди.

Сукупність методів форсайта досить широка і відображає його різні функції: прогнозну (прогнозування тенденцій), аналітичну (аналіз існуючої ситуації), креативну (вироблення нових ідей щодо майбутнього).

Основні методи, які використовуються при проведенні форсайта, можна систематизувати за критеріями: за метою (вироблення ідей або аналіз), за інструментарієм (кількісні або якісні), за методами роботи з експертами іт.ін. У форсайт використовують традиційні методи прогнозування (метод Дельфі, сценарне планування, визначення критичних технологій, моделювання, екстраполяція), аналізу (SWOT, STEEPV, cross-impact-аналіз); традиційні методи вироблення ідей (експертні обговорення, фокус-групи, мозкові штурми, конференції, підготовка есе,

морфологічний аналіз), а також новітні креативні методи. Дослідники виділяють такі 3 групи форсайт-методів: методи експертної оцінки та сценарування; моделювання та морфологічний аналіз, з використанням комп'ютеризованих аналітичних інструментів; сканування/моніторинг і трендова екстраполяція – передбачення майбутнього, визначеного умовами даного моменту [4]. Результати форсайту матимуть високу ймовірність за певних умов: правильної оцінки і вибору сценаріїв розвитку, конкретних заходів по їх реалізації. Оцінка форсайт-програм ведеться за трьома напрямками: аналіз чинників, що сприяють успіху форсайта, його ефектів і вибір оптимальних елементів експертизи.

Для прогнозування розвитку туризму доцільно скористатися ідеями І. Айві щодо форсайту туризму [5]. Дослідник пропонує формувати систему стратегічного бачення розвитку туризму, спираючись на 3-х рівнях (горизонтах): «Горизонт 1» – період 1 рік; «Горизонт 2» – період 2-5 років; «Горизонт 3» – період 10-20 років. На думку дослідника, в основі розробки довгострокових трендів (10-20-річних) розвитку туристичних систем слід покладати передбачення. Далі, спираючись на зворотний зв'язок із «Горизонту 3» до «Горизонту 1» – здійснити планування діяльності. Існує ряд інструментів і процесів, які можуть бути використані для формування «Горизонту 3». Вони включають дослідження передбачення, аналіз PESTE (соціальні, технологічні, економічні, екологічні, політичні та людські фактори і цінності), розробку сценаріїв (для глобального сектора), розробку довгострокового прогнозування на рівні секторів економіки та країни і сценарії розвитку регіону (рис. 1).

У практиці світового досвіду відомі різні види форсайта, що залежать від його рівня і сфери: національні, міжрегіональні, корпоративні, регіональні та тематичні. Для Європи форсайт вже є традиційним засобом пошуку консенсусу, співпраці і кооперації між бізнесом, державою і вченими, що відображається на рівні культури країн. Однак, співпраця різних груп стейкхолдерів – вельми складна і досі не вирішена інституціональна проблема для України. Співпраця між бізнесом і державою в існуючих інституційних реаліях України найчастіше приймає форму корупції.

Можна говорити лише про перші кроки формування засад співпраці і прикладах соціального партнерства між бізнесом і державою. До числа інших критеріїв успішності відносяться обов'язкова експертиза теми, методології та процесу [6]; точна ідентифікація замовника; зв'язок з поточною політичною ситуацією; активна взаємодія представників приватного та державного секторів; наявність чітко визначеної комунікаційної стратегії; глибоке залучення стейкхолдерів і т.ін. [7].

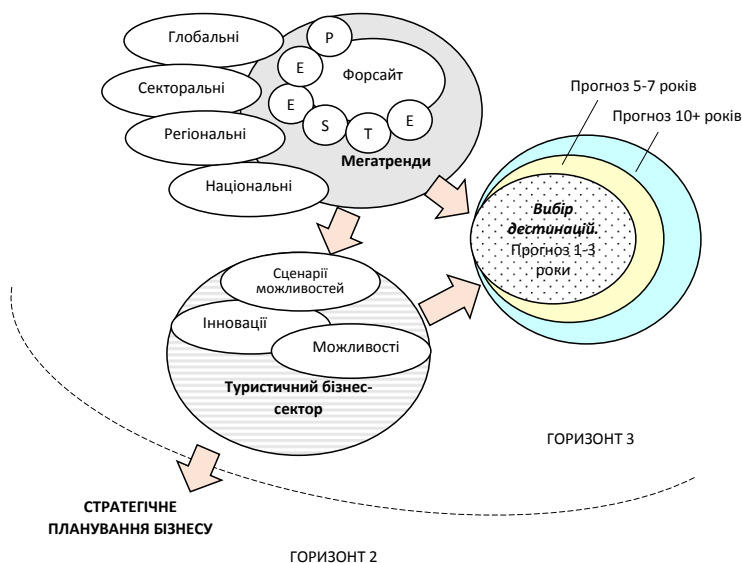


Рис. 1. Інструментарій форсайту та процеси розвитку туристичної системи за рівнями «Горизонт»

Джерело: [5].

Є й зворотний форсайту інструмент – хіндсайта (hindsight), тобто це оцінка помилок, які були допущені у минулому в реалізації конкретних програм і проєктів щодо розвитку туризму. Доцільно провести поглиблений аналіз причин їх провалу – і це теж дає позитивні результати: якщо проаналізувати причини минулих помилок національних і регіональних програм розвитку туризму, то результатом такого аналізу стане перелік, з одного боку, «точок провалу», а, з іншого – «вікон можливостей» для досягнення означених цілей. Дані, отримані за результатами Дельфі-опитування піддаються сценарному аналізу. Для розробки сценарного бачення майбутнього проводиться дослідження тенденцій та основних факторів (drivers): політичних, економічних, соціологічних, технологічних, екологічних, демографічних тощо. Виявлена взаємодія «драйверів» створює динаміку розвитку сценарія [8]. В ході аналізу повинні бути виявлені найбільш ймовірні події і тенденції, які згодом ляжуть в основу сценаріїв.

При цьому в якості методу слід використовувати не класична дискретне сценування, а континуальне. При дискретному методі число сценаріїв невелике, всі вони прописуються, один з них обирається базовим,

інші розглядаються як небажані альтернативи. Не можна нічого викинути з обраного сценарію, не можна нічого додати в нього з інших сценаріїв. Континуальне сценування спирається на концепцію «неминучого майбутнього», яке визначається рішеннями, прийнятими раніше до початку сценування і інерцією великих систем [9]. Цей метод заснований на тому, що майбутнє, яке не сумісне з «неминучим», є «неможливим», в свою чергу, будь-яке майбутнє, що включає в себе цілком «неминуче майбутнє» і не містить жодного елемента «неможливого майбутнього», є версією майбутнього, сценарієм (рис. 2).

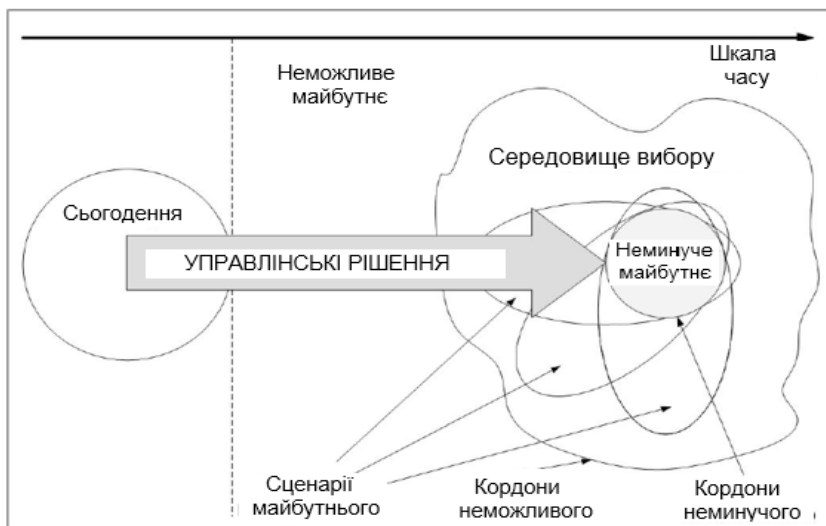


Рис. 2. Схема континуального сценування

Джерело: [8; 9].

У даному підході число сценаріїв не обмежене. Управління буде зводитися до вибору найбільш прийняттого сценарію, який називається базовим. Інші можливості розглядаються як ризики базового сценарію. Сформовані сценарії описують простір вибору. При цьому наближення моменту прийняття рішення до горизонту прогнозування обмежує свободу вибору. Обираючи базовий сценарій, можна брати елементи з різних граничних сценаріїв, але треба обов'язково пов'язати їх з «неминучим майбутнім», яке задається трьома фундаментальними факторами (рис. 3).

Одним із суттєвих складових форсайту є виявлення глобальних мегатрендів на підставі експертної оцінки. «Мегатренд» туризму

формується повільно, але як тільки він вкорениться, то почне здійснювати глибокий і тривалий вплив на людську діяльність, процеси і сприйняття тощо.

World Tourism Organization (UNWTO) констатувала, що за кілька років туризм стане найбільшим сектором економіки у світі. Сьогодні, туристичний складає більше 10 % світового ВВП, 30 % експорту послуг та створює майже 10% робочих місць у всьому світі.

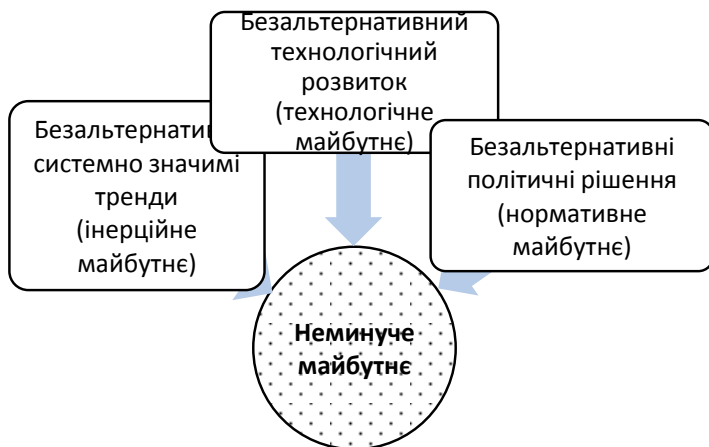


Рис. 3. Фактори, які формують неминуче майбутнє

Джерело: [8; 9].

Експерти Організації економічного співробітництва та розвитку (*OECD*) у своєму дослідженні визначили чотири мегатренди розвитку туризму в майбутньому: зростання попиту; зростання сталого туризму; вдосконалені технології; мобільність подорожей. Вивчення багатовимірних наслідків цих мегатрендів до 2040 року є важливим для інформування державних діячів та формування майбутнього туризму. Дослідження розробляє цілий ряд вірогідних сценаріїв та потенційних політичних відповідей для згаданих вище мегатрендів, а потім вивчає, як політики можуть краще підготуватися до цих мегатрендів, і презентує набір управлінських правил і рішень для ефективного стратегічного прогнозування туризму. Для визначення мегатрендів готельного та туристичного бізнесу в складі НТС варто розглянути аналітичне дослідження форсайт-експертів компанії *Amadeus*, де представлено майбутні стратегії та бізнес-моделі, характерні для даного сектору. У форсайтних

дослідженням приймали участь 610 експертів. Було визначено основні драйвери змін [10].

На рис. 4 систематизовано результати форсайтних досліджень експертів.

Основними драйверами якісних змін у сфері туризму і гостинності є розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та електронного бізнесу. Інтернет та середовище соціальних медіа, фактично революціонізували індустрія гостинності та туризму.

В даний час туристичні фірми використовують інтернет технології для двох основних цілей: маркетингу і прямих продажів своїх послуг. Активно використовуються такі інтернет-технології як сайти, он-лайн бронювання, он-лайн покупка турпродукту, а також відстеження вподобань клієнтів. Такі сайти як booking.com і tripadvisor.com є платформами для порівняння пропозицій різних готелів, бронювання номерів і подальшої покупки. Сайти великих туроператорів на зразок *Coral*, *Pegas* і *Natalie Tours* пропонують покупку цілісного туру, що включає в себе авіаквитки, трансфер з аеропорту в готель і назад і безпосередньо проживання з харчуванням.

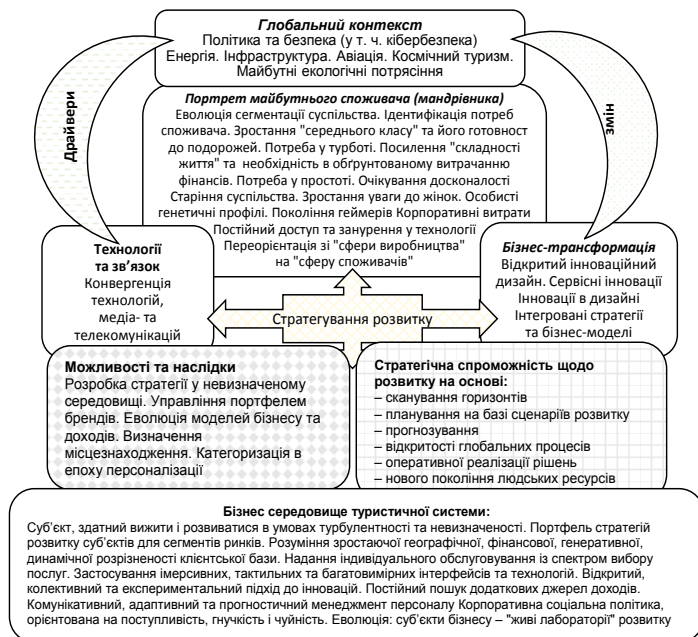


Рис. 4. Форсайт туристичної системи («Горизонт 2»)

Джерело: розроблено авторами на підставі [10].

Ще одна можливість сайтів, дозволяють бронювати і купувати туристичний продукт онлайн-відстеження пристрасей користувачів і ведення статистики. Дана опція присутня майже на кожному сайті і в кожному додатку, що дозволяє просувати свої послуги, і дає можливість вибирати маркетингову стратегію, ґрунтуючись на отриманих даних дослідження.

Нововведенням в туризмі є електронні квитки. Он-лайн квитки для повітряних, залізничних та автомобільних перевезень вже можна забронювати. Вже впроваджуються програми, які замінюють персонал турагенства, безпосередньо спілкується з клієнтом – боти. Так, наприклад, досить широко впроваджуються боти-переговорники, які вміють спілкуватися з людиною. Інновацією туристичної сфери є динамічне пакетування – технологія, яка формує та реалізує туристичний продукт шляхом прямого звернення до ресурсних систем авіакомпаній, готелів і агрегаторів туристичних послуг. Динамічне пакетування вже застосовується на сайтах великих міжнародних туроператорів, що підвищує ефективність продажів і управління місцями готелів і авіакомпаній. Інновацією для туризму є впровадження технології *Block Chain* (блокчейн), що представляє собою базу даних, в якій блоки інформації, організовані строго певним чином, йдуть один за одним. Блоки зберігаються на комп'ютерах кожного користувача блокчейна, позначеного цифровий підписом, і таким чином обмінюються інформацією. У кожного користувача свій рівень доступу до інформації, надаючи повну прозорість усіх транзакцій.

Таким чином, головними драйверами змін в туристичній системі є комунікаційні тренди цифрової трансформації суспільства, що включає:

- нові інформаційно-комунікаційні технології (ICT);
- нова якість екології туристичного спрямування;
- розвиток туризму, спираючись на місцеві особливості туристичних напрямків;
- покоління мілленіалів – новітні характеристики туриста: звички проведення відпочинку; моделі споживання; бізнес-моделі; зв'язок з цифровими технологіями; стійкий розвиток.

Основою конкурентоспроможності та прибутковості діяльності у сфері туризму і гостинності стає новий профіль туристичного напрямку: цифровий; «зелений»; соціальний. У цифровій економіці особливу роль відіграє *Smart*-туризм, об'єднуючи планування туризму конкретної території, застосування принципів стійкості до ланцюжку нарахування вартості, впровадження технологій в туристичні враження і на-

дання послуг, ефективне управління ресурсами і здатність реагувати на потреби та особливості поведінки туристів. Напрямок *smart*-туризму включає: загальну доступність інноваційного простору; передові технології. Цей напрямок сприяє сталому розвитку туристичної території і формуванню туристичної дестинації; спрощує взаємодію та інтеграцію середовища і гостя; підвищує якість послуг.

Виділяються такі принципи *smart*-туризму:

- направленість на розвиток туристичних вражень;
- інтелектуалізація туристичних платформ;
- інформатизація туристичної території;
- ефективний розподіл туристичних ресурсів;
- об'єднання постачальників на мікро- і макрорівнях для забезпечення ефективного розподілу бонусів від туристичної діяльності.

В основі *Smart*-туризму: творчість, стійкість, координація та спільна участь, відповідальність, використання ІТ-інструментів і мобільних додатків. Новим поколінням туризму є креативний туризм, який дозволяє мандрівникам розвивати їх творчі здібності через активну участь в навчанні навичкам, типовим для даного регіону. Для розвитку стійкого туризму необхідна інформованість усіх зацікавлених сторін, сильний політичний лідер для консолідації суспільства; дієві програми і проекти; моніторинг змін. Трендом є розвиток відповідального туризму, в основі якого принципи соціальної та економічної справедливості, поваги до місцевої екології, традицій та культури. Відповідальний туризм є каталізатором взаємодії туристичного бізнесу, місцевої громади і мандрівників. Електронний туризм (*E-tourism*) формує перехід всіх процесів і ланцюжків створення вартості у сфері туризму та подорожей, гостинності та громадського харчування на цифрові технології, що є базисом для нових бізнес-моделей, цільової направленості інформації. Отже актуальним питанням для НТС є проблеми розвитку регіонального туризму. Далі представлені методичні підходи і практичні результати застосування технології форсайта для побудови прогнозу розвитку туризму в Одеській області. Аналіз динаміки туристичних потоків Одеської області можна зробити на основі даних таблиць 1-2.

Аналіз туристичних потоків в Одеській області наочно відображає тенденцію зниження потоку в'їзного туризму та тенденцію зростання потоку виїзного туризму в регіоні. У 2013 році частка іноземного туризму складала 11 %, частка зарубіжного туризму – 72 %, частка внутрішнього туризму 17 % у загальному туристопотоці. У 2014-2015 рр. така тенденція дещо змінилась в бік зростання виїзного туризму і скорочен-

ня як в'їзного, так і внутрішнього туризмпотоків. У 2016-2017 рр. спостерігається зростання частки внутрішнього туризмпотоку та скорочення виїзного туризму.

Таблиця 1

Індексна оцінка туристопотоків Одеської області у 2000-2017 рр.

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, усього		Із загальної кількості туристів:						Кількість екскурсантів	
			іноземні туристи		туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон		внутрішні туристи			
	осіб	індекс росту, %	Осіб	індекс росту, %	осіб	індекс росту, %	осіб	індекс росту, %	осіб	індекс росту, %
2000	242423	x	77332	x	25291	x	139800	x	68761	x
2001	266676	110,0	71490	92,4	20646	81,6	174540	124,8	52452	76,3
2002	284026	106,5	81413	113,9	17445	84,5	185168	106,1	48764	93,0
2003	383576	135,0	122860	150,9	19019	109,0	241697	130,5	73518	150,8
2004	110638	28,8	58745	47,8	27461	144,4	24432	10,1	45727	62,2
2005	117669	106,4	53514	91,1	29717	108,2	34438	141,0	63340	138,5
2006	127345	108,2	56801	106,1	36181	121,8	34363	99,8	57627	91,0
2007	133038	104,5	52228	91,9	44765	123,7	36045	104,9	73904	128,2
2008	127598	95,9	44119	84,5	49734	111,1	33745	93,6	106241	143,8
2009	87436	68,5	29183	66,1	30696	61,7	27557	81,7	56281	53,0
2010	103526	118,4	34910	119,6	37628	122,6	30988	112,5	84214	149,6
2011	76066	73,5	17136	49,1	32321	85,9	26609	85,9	108892	129,3
2012	65129	85,6	9807	57,2	36726	113,6	18596	69,9	137912	126,7
2013	61589	94,6	7047	71,9	44136	120,2	10406	56,0	21537	15,6
2014	43382	70,4	2975	42,2	34811	78,9	5596	53,8	6876	32,0
2015	45809	105,5	1126	37,8	33744	96,9	10939	195,5	7717	112,2
2016	59077	128,9	2097	186,2	35749	105,9	21231	194,1	x	x
2017	72302	122,4	2103	100,3	44758	125,2	25441	119,8	x	x

Джерело: [11].

Що стосується кількості іноземних туристів, які відвідали Одеську область, то особливо стрімко цей показник знизився, починаючи з 2011 року, досягнувши свого негативного піка у 2014 році. Так, кількість іноземних туристів у 2014 році (2975 чол.) у порівнянні з 2000 роком (77332 чол.) зменшилась у 26 разів. Навіть якщо порівняти дані за 2014 рік з 2010 роком (34910 чол.), то падіння стало в 17,8 разів. Нажаль, у 2016-2017 рр. ситуація залишилась майже без змін. Це можна пояснити політичною нестабільністю України, воєнним конфліктом на Сході країни та низьким рівнем представлення регіону за рубежом. Таких заходів має бути більше, вони мають носити характер чітко спланованої маркетингової кампанії. Тільки в такому варіанті рекреаційно-туристичні ресурси зможуть «працювати» на благо регіону. Принаймні, за оцінками експертів, щорічно у світі здійснюється понад 800 млн. туристичних поїздок.

тичних подорожей, з яких понад 52 % – у межах Європи. У світовому експорті товарів і послуг на долю туризму припадає близько 13 % (в країнах ЄС – 14 %) [12].

Таблиця 2

Співвідношення в'їзних і виїзних туристопотоків Одеської області у 2000-2017 рр.

Роки	кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, чол. усього	доля іноземних туристів, %.	доля туристів-громадян України, які виїжджали за кордон, %	доля внутрішніх туристів, %
2000	242423	31,9	10,4	57,7
2001	266676	26,8	7,7	65,5
2002	284026	28,7	6,1	65,2
2003	383576	32,0	5,0	63,0
2004	110638	53,1	24,8	22,1
2005	117669	45,5	25,2	29,3
2006	127345	44,6	28,4	27,0
2007	133038	39,3	33,6	27,1
2008	127598	34,6	39,0	26,4
2009	87436	33,4	35,1	31,5
2010	103526	33,7	36,3	29,9
2011	76066	22,5	42,5	35,0
2012	65129	15,1	56,4	28,6
2013	61589	11,4	71,7	16,9
2014	43382	6,9	80,2	12,9
2015	45809	2,5	73,6	23,9
2016	59077	3,6	60,5	35,9
2017	72302	2,9	61,9	35,2

Джерело: [11].

Як показує досвід, для Одеського туристичного регіону домінуючим фактором є сезонність, що пов'язано в основному з рекреаційними можливостями і ресурсами (клімат, море, відпочинок, пов'язаний із оздоровленням). Тому задачею в сфері управління туристичною сферою в Одеському регіоні має стати зниження ступеню домінування даного фактора, його розширення засобами диверсифікації ринку туристичних послуг. І для цього в Одеському регіоні є всі підстави. Так, за результатами Звіту про конкурентоспроможність регіонів України 2013, за підтримки Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) [13], рівень конкурентоспроможності Одеської області у порівнянні з найрозвинутішими туристичними регіонами України представлено на рисунку 5.

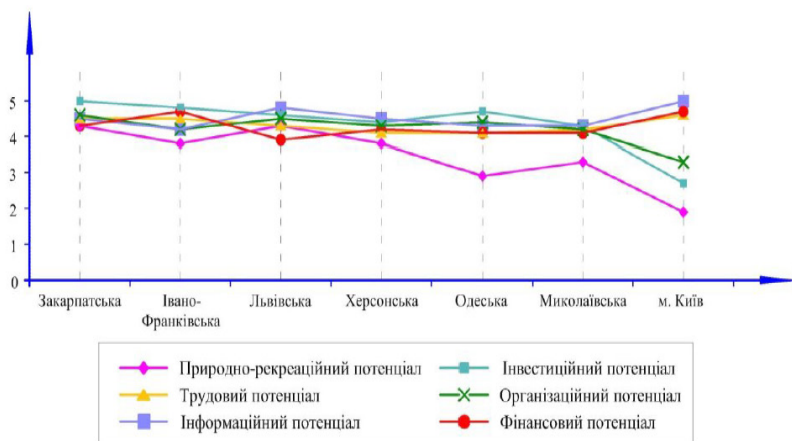


Рис. 5. Рівень конкурентоспроможності Одеської області у порівнянні з найрозвинутішими туристичними регіонами України
Джерело: розроблено авторами на підставі [13].

Одеська область є одним з провідних туристично-рекреаційних регіонів України, для якого характерним є наявність комплексу природних, історичних, соціальних умов: вигідне економіко-географічне розташування області, сприятливі природно-кліматичні умови, наявність великої кількості пам'яток історії, культури, архітектури та містобудування, лікувальні ресурси і морські піщані пляжі, неповторний колорит і легендарний місцевий менталітет. Наявний потенціал курортних територій Одеської області за умови належного інфраструктурного забезпечення (дороги, централізоване водопостачання та каналізація) дає можливість збільшити прийом відпочиваючих в середньому у 4 рази, а за окремими об'єктами та територіями – до 10 разів [14]. Території традиційного та найбільш активного прийому відпочиваючих у Одеській області – Комінтернівський та Овідіопольський райони – за розрахунковими показниками, що наведено у [14] спроможні збільшити показники відповідно у 10 та 5 разів, що свідчить про суттєвий потенціал, який здатний частково компенсувати для України тимчасову втрату Криму. Наведеними Схемами планування територій курортно-оздоровчого та рекреаційного призначення Одеської області [14] визначена перспективна ємність рекреаційно-оздоровчих закладів на рівні майже 400 тис. осіб, що більше за існуючі показники у 3,6 разу.

За результатами дослідження А. О. Левицького [15] спостерігається значна нерівномірність туристично-рекреаційного розвитку для окремих адміністративних районів Одеської області. Як показують результати дослідження, відповідають критеріям сталого туристично-рекреаційного розвитку, з числі усіх досліджених адміністративних районів, м. Одесу і Білгород-Дністровський район [15]. Для більшості адміністративних районів Одеської області характерними є проблеми інфраструктурного забезпечення, економічно необґрунтована цінова політика проживання для туристів, низька ефективність діяльності суб'єктів туристичної діяльності, відсутність маркетингових інструментів просування туристичного продукту.

Як показують дослідження [15], більшість адміністративних районів має незадовільний рівень туристично-рекреаційного розвитку (табл. 3).

Таблиця 3

Оцінка рівня туристично-рекреаційного розвитку адміністративних районів Одеської області

Групи за рівнем розвитку	Узагальнена оцінка	Адміністративні райони
1 група: сталий туристично-рекреаційний розвиток	від 0,524 до 0,430	м. Одеса
2 група: достатній рівень туристично-рекреаційного розвитку	від 0,429 до 0,335	Білгород-Дністровський район
3 група: задовільний рівень туристично-рекреаційного розвитку	від 0,334 до 0,240	м. Білгород-Дністровський; Кілійський, Ананівський, Балтський, Тарутинський райони
4 група: початковий рівень туристично-рекреаційного розвитку	від 0,239 до 0,145	Комінтернівський, Татарбунарський, Миколаївський, Савранський, Березівський, Фрунзівський, Кодимський, Іванівський, Котовський, Красноокнянський, Ширяївський, Саратський, Овідіопольський, Великомихайлівський, Болградський, Арцизький, Любашівський райони
5 група: низький рівень туристично-рекреаційного розвитку	від 0,144 до 0,055	міста Южне, Котовськ, Іллічівськ, Ізмаїл; Ренійський, Роздільнянський, Ізмаїльський, Біляївський райони

Джерело: [15].

Станом на вересень 2017 р. у м. Одеса функціонує 276 готелів (16 500 місць). В області працює 489 готелів (28 000 місць). Всього туристична інфраструктура області нараховує 1 292 заклади, з яких 803 оздо-

ровчо-рекреаційного призначення – санаторії, бази відпочинку, пансіонати, дитячі табори. У 2016 році в Одеській області було введено в експлуатацію 22 готелі, (1 4000 місць), з них в м. Одеса – 3 готелі, в Овідіопольському районі – 9, в Білгород-Дністровському – 8, в Кодимі – 1, в Біляївському районі – 1 [11].

Відкриттям туристичного сезону 2017 р. стали нові регіональні дестинації туризму: центр винного туризму «Шабон», центр зеленого туризму «Фрумушика-Нова», курорт Лебедівка тощо.

Проте, туризм в Одеській області залишається слабо розвинутою сферою як за сервісом, так і за станом інфраструктури. Так, індикатором невідповідності міжнародним стандартам якості регіонального туристичного продукту у 2017 році став круїзний туризм – Одеський порт відвідали лише 13 круїзних лайнерів, проти 25 заявлених.

Така негативна ситуація є свідченням того, що процес розвитку і просування регіонального туристичного продукту не носить системного характеру. Крім того, недосконалість інституціонального забезпечення і дисонанс взаємодії між учасниками (владою, бізнесом, населенням, асоціаціями тощо) негативно впливає на імідж туристичного регіону.

Висновки та пропозиції. Проведеним дослідженням обґрунтовано практичну цінність використання форсайт-технологій у прогнозуванні розвитку туризму для цілей розробки як стратегії розвитку туризму в регіоні в цілому, так і окремих інвестиційних проектів по формуванню і просуванню регіонального туристичного продукту.

Установлено, що Одеська область володіє значним туристичним потенціалом. Проблемними аспектами розвитку регіональної інфраструктури є: недостатність інвестицій в туристичну інфраструктуру, невідповідність якості обслуговування та туристичних послуг світовим стандартам, недорозвиненість сфери транспорту і засобів харчування та розміщення туристів, відсутність ефективних рішень для створення позитивного досвіду туриста.

В результаті рекреаційно-туристичні ресурси Одеської області не використовуються у достатньому обсязі для формування туристичного продукту, а відсутність ринкових механізмів позбавляє туристичний регіон можливостей розвитку у напрямку формування туристичної дестинації.

Дієвими інструментами у вирішенні виділених проблем є форсайт-технології.

Список використаної літератури

1. Bezold C. Lessons from Using Scenarios for Strategic Foresight. Technological Forecasting and Social Change. Vol. 77. № 9. 2010. Pp. 1513–1518.
2. Foresight analysis & roadmap for fisheries related tourism at EUSAIR level. Nemo project 1M-MED14-11 wp2. Issue 2.4. 29 p.
3. Пособие ЮНИДО по принципам и методам Форсайта: UNIDO Technology Foresight Training Manual. URL : <http://www.unido.org>
4. Васильконова Е. Використання методів форсайт у формуванні позитивного іміджу регіонів : зб. наук. праць ЧДТУ. 2014. № 37 (2). С. 140–145.
5. Ian Ivey. The T&T Foresight Project (Tourism Global Foresight Report). Trinidad : NIHERST, 2006. 35 p.
6. Habegger B. Strategic Foresight in Public Policy: Reviewing the Experiences of the UK, Singapore, and the Netherlands. Futures. Vol. 42. № 1. 2010. Pp. 49–58.
7. Calof J., Smith J.E. Critical Success Factors for Government Led Foresight. Paper presented at the Third International Seville Seminar on Future Oriented Technology Analysis: Impacts and Implications for Policy and Decision-Making, Seville, October 16-17. 2008.
8. Куклина И. Р., Ютанов Н. Ю. Форсайт как инструмент управления будущим. Наука. Инновации. Образование. Вып. 5, 2008. С. 79-90.
9. Ютанов Н. Ю. Сценарии научно-технологического развития России // Российские нанотехнологии. 2009. Т.4. № 5. С.26-32.
10. Hotels 2020: Beyond Segmentation. Strategies for growth in an era of personalization and global change. Amadeus. FastFuture. 2010. URL : www.amadeus.com.
11. Туристична діяльність в Одеській області. Головне управління статистики в Одеській області. Одеса. 2017. 51 с.
12. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www.unwto.org>.
13. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України. URL: http://debaty.org/uploadfiles/ckfinder/files/reports/2013/FEG_report_2013_body_ukr_web.pdf
14. Схема планування територій курортно-оздоровчого та рекреаційного призначення Одеської області. URL: <http://uma.odessa.gov.ua/shema-planuvannya-teritor-odeskoj-oblast/?year=2015&month=3>
15. Левицький А. О. Механізм публічного управління розвитком регіональної туристичної дестинації : дис. ... кандидата наук з державного управління : 25.00.02. Одеса, 2016. 251 с.

Стаття надійшла 10.06.2019 р.

И. В. Гайворонская,

старший преподаватель кафедры маркетинга и бизнес-администрирования

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова,

Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина

e-mail: innagajvoronskaa@gmail.com

А. А. Гринюк,

студент 4 курса экономико-правового факультета,

специальности «Менеджмент организаций и администрирования»

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова,

Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина

e-mail: alex12coool@gmail.com

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРСАЙТ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Целью статьи является выделение инструментария форсайта для прогнозирования стратегического развития туризма, с учетом национальных особенностей, основываясь на мировом опыте. Выделены два подхода в основе методологии форсайта: нормативный и эксплоративный. Предлагается для прогнозирования развития туризма воспользоваться идеями И. Айви по форсайту туризма. Доказана необходимость формировать систему стратегического видения развития туризма, опираясь на 3-х уровнях (горизонтах). Выделен ряд инструментов и процессов, которые могут быть использованы для формирования «Горизонта 3». Проанализированы показатели развития туризма в Одесской области и выделены проблемные аспекты. Приведены рекомендации по стимулированию туристической деятельности для консолидации работа власти, общественности и бизнеса ради общей цели – соблюдение международных стандартов всех участников цепи поставки туристического продукта для стабильного развития туристических дестинаций Украины.

Ключевые слова: туризм; стратегическое развитие; форсайт; прогнозирование; сценарное планирование; туристическая система.

I. V. Gayvoronska,

Senior Lecturer

of Department of Marketing and Business Administration

of Odessa I. I. Mechnikov National University,

Frantsuzskyy bulvar, 24/26, Odessa, 65058, Ukraine

e-mail: innagajvoronskaa@gmail.com

O. O. Grinyuk,

4th year student

of the Faculty of Economics and Law

specialty "Management of Organizations and Administration"
of Odessa I. I. Mechnikov National University,
Frantsuzskyy bulvar, 24/26, Odessa, 65058, Ukraine
e-mail: alex12coool@gmail.com

FOREXITE INSTRUMENT FOR FORECASTING STRATEGIC DEVELOPMENT OF TOURISM

The purpose of the article is the allocation of foresight tools for forecasting the strategic development of tourism, taking into account national characteristics, drawing on world experience. Two approaches are identified as the basis of the foresight methodology: normative and exploratory. It is proposed to use the ideas of I. Ivey concerning the foresight of tourism in order to forecast the development of tourism. The necessity to form a system of strategic vision of tourism development is proved, based on 3 levels (horizons). A number of tools and processes that can be used to form the "Horizon 3" are highlighted. It is proposed to expel four megatrends of tourism development in the future: demand growth; growth of sustainable tourism; advanced technology; mobility of travel. The main drivers of qualitative changes in tourism and hospitality are the development of information and communication technologies and e-business. Currently, travel companies use Internet technology for two main purposes: marketing and direct sales of their services. Actively used such Internet technologies as sites, on-line reservation, on-line purchase of tourist products, and also tracking of preferences of clients. The basis for competitiveness and profitability in the field of tourism and hospitality is a new profile tourist destination: digital; "green"; social indicators. Indicators of tourism development in the Odessa region are analyzed and problematic aspects are highlighted. The recommendations for stimulating tourist activity for consolidation of the work of the authorities, the public and business for the common goal are the following: the observance of international standards of all members of the tourism product supply chain for the sustainable development of tourist destinations in Ukraine. Sustainable tourism requires awareness of all stakeholders, a strong political leader for consolidating society; effective programs and projects; monitoring changes. The trend is the development of responsible tourism, based on the principles of social and economic justice, respect for local ecology, traditions and culture.

Key words: tourism; strategic development; foresight; forecasting; scenario planning; tourist system.

References

1. Bezold, C. (2010). Lessons from Using Scenarios for Strategic Foresight. *Technological Forecasting and Social Change*. Vol. 77. № 9. Pp. 1513-1518.
2. Foresight analysis & roadmap for fisheries related tourism at EUSAIR level. *Nemo project 1M-MED14-II wp2*. Issue 2.4. 29 p.
3. Posobie YuNIDO po printsipam i metodam Forsayta and Techniques. [UNIDO Handbook on Foresight Principles]. UNIDO Technology Foresight Training Manual. Retrieved from <http://www.unido.org> [in Russian]
4. Vasilkonova, E. (2014). Vykorystannia metodiv forsaitu u formuvanni pozytyvnoho

- imidzhu rehioniv [Using foresight methods in creating a positive image of regions]. *Zb. nauk. prats ChDTU – Collection of scientific works of ChDTU*, 37 (2). Pp. 140–145. [in Ukrainian]
5. Ian, Ivey. (2006). The T&T Foresight Project (Tourism Global Foresight Report). Trinidad : NIHERST
6. Habegger, B. (2010). Strategic Foresight in Public Policy: Reviewing the Experiences of the UK, Singapore, and the Netherlands. *Futures*. Vol. 42. № 1. Pp. 49-58.
7. Calof J. & Smith, J. E. (2008) Critical Success Factors for Government Led Foresight. Paper presented at the Third International Seville Seminar on Future Oriented Technology Analysis: Impacts and Implications for Policy and Decision-Making, Seville, October 16-17.
8. Kuklina, I. R. & Yutanov, N. Yu. (2008). Forsayt kak instrument upravleniya buduschim [Foresight as a tool for managing the future]. *Nauka. Innovatsii. Obrazovanie. – Science. Innovation. Education*, 5. Pp. 79-90. [in Russian]
9. Yutanov, N. Yu. (2009). Stsenarii nauchno-tehnologicheskogo razvitiia Rossii [Scenarios of scientific and technological development]. *Russkie nanotekhnologii. – Russian nanotechnology*, Vol. 4, No. 5. Pp.26-32. [in Russian]
10. Hotels 2020: Beyond Segmentation. Strategies for growth in an era of personalization and global change (2010). Amadeus. FastFuture. Retrived from : www.amadeus.com. [in Ukr]
11. Turystychna diyalnist v Odeskii oblasti. (2017). Holovne upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti. Odesa [Tourist activity in the Odessa region. The Main Department of Statistics in Odessa Oblast. [in Ukrainian]
12. Vsesvitia turystychna orhanizatsiia [World Tourism Organization]. Retrieved from : <http://www.unwto.org> [in Ukrainian]
13. Zvit pro konkurentospromozhnist rehioniv Ukrainy [Report on Competitiveness of Ukrainian Regions]. Retrieved from : http://debaty.org/uploadfiles/ckfinder/files/reports/2013/FEG_report_2013_body_ukr_web.pdf [in Ukrainian]
14. Shema planuvannia teritorii kurortno-ozdorovchoho ta rekreatsiinoho pyznachennia Odeskoi oblasti [Scheme of planning of the areas of health resort and recreational appointment of the Odessa region]. Retrieved from : <http://uma.odessa.gov.ua/shema-planuvannya-teritor-odeskoj-oblast/?year=2015&month=3> [in Ukrainian]]
15. Levytskyi, A. O. (2016). Mekhanizm publichnoho upravlinnia rozvytkom rehionalnoi turystychnoi destinatsii [Mechanism of public administration for the development of regional tourist destination]. *Candidate's thesis*. Odessa. [in Ukrainian]

УДК 338.47:658.821:659.1

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173618

Т. М. Копань,

аспірант

Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова,
Ковальська вулиця, 1, Одеса, Одеська область, 65000, Україна,
e-mail: bodyanuchka@gmail.com

ВИБІР МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Метою проведеного дослідження є пошук нових каналів маркетингових комунікацій в підвищенні конкурентоспроможності підприємств сфери зв'язку та інформатизації. Визначено взаємозв'язок каналів маркетингових комунікацій та комплексу заходів по просуванню продукції /послуг та ідей. У статті визначені переваги і недоліки реклами як одного із поширених елементів маркетингових комунікацій. Аналіз обсягів рекламно-комунікаційного ринку дозволить визначити частку довіри та прихильності уваги споживачів до реклами. Було запропоновано впровадження омніканальної моделі на підприємствах зв'язку, що дозволить операторам набути конкурентних переваг, а саме: більш низька ціна пристроїв під власними брендами; можливі вигідні цінові пропозиції за тарифами зв'язку при покупці пристрою; можливість визначити власні смартфони під конкретні послуги, такі як певні контент-послуги, що засновані на використанні мереж третього покоління; провести відповідну кастомізацію інтерфейсу.

Ключові слова: маркетингові комунікації; канали; підприємства зв'язку та інформатизації; конкурентоспроможність; реклама; стратегія.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Аналіз сучасних каналів комунікації дає змогу вибрати ефективний спосіб залучення та вибору стратегії маркетингової політики підприємств сфери зв'язку та інформатизації. Слід зазначити, що на існуючому етапі прогресивного і динамічного, креативного та високотехнологічного розвитку каналів маркетингових комунікацій стає неможливим вибір якогось єдиного та ефективного каналу.

Це зобов'язує економістів, фахівців з маркетингу та менеджменту якомога ефективніше досліджувати умови та чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств у наданні послуг мобільного зв'язку. Безперечно, вибір ефективних маркетингових комунікацій ста-

ють основними конкурентними перевагами підприємств сфери зв'язку та інформатизації, створюючи у своїй сукупності позитивний імідж країни на міжнародному рівні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери зв'язку та інформатизації займаються як вчені, так і експерти і аналітики. Адже з плином та динамічністю зміни технологій, змінюються вимоги і спокуси споживачів, на які слід реагувати випереджальними темпами. Проблеми пошуку ефективних каналів маркетингових комунікацій розглянуті та досліджені в роботах: С. М. Войнаренка (взаємозв'язок рекламної стратегії підприємства та його маркетингової політики), В. М. Гранатурова, І. В. Литовченко, І. А. Кораблінової (визначення факторів та критеріїв, які впливають на рівень конкурентоспроможності операторів телекомунікацій, методи оцінки рівня конкурентоспроможності операторів телекомунікацій, особливості розробки та реалізації стратегій), С. М. Ілляшенка, І. Ю. Іваницького (аналіз тенденцій на ринку Інтернет-реклами та новітніх засобів, які впроваджені в практику), Н. В. Захарченко (поєднання інструментів Інтернет-маркетингу спільно з класичними методами маркетингу – реклама в ЗМІ, зовнішня реклама, PR та інші, що підвищує пізнаваність компанії і сприяє успішному просуванню продукції / послуги на цільовому ринку), О. В. Зозульова (модель безперервного циклу взаємодії та накопичення досвіду, яка необхідна для реалізації омніканальної збутової стратегії підприємства та етапи формування омніканальної збутової стратегії підприємства), С. В. Карпова (впровадження «ланцюжка» омніканального маркетингу, що дозволяє отримати дані про застосовування маркетингових каналів на різних етапах організації продажу товару), Н. Д. Маслій та В. С. Ніценко (системно-синергетичний підхід для оцінки ефективності інтеграції підприємств сфери зв'язку та інформатизації) та ін.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є пошук та обґрунтування нових каналів маркетингових комунікацій в процесі підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери зв'язку та інформатизації в умовах сучасного науково-технологічного розвитку телекомунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Телекомунікаційна галузь є найбільш динамічною галуззю в Україні, в якій гостро відчувається конкурентна боротьба за кожного користувача. Світ зараз сповнений сучасних інформаційних можливостей, завдяки глобалізації збільшується швидкість в усіх сферах, розширюється доступність

інформації – всі ці фактори дають достатньо багато варіантів для пошуку нових каналів. Інтернет вже давно не новий канал, але тим не менш, його можливості не всі підприємства використовують у повному обсязі. Більшість компаній мають свій youtube канал і використовують його для комунікації зі своїми клієнтами. Майже у кожній компанії є свій сайт, можливо, сторінка в Facebook, отже багато можливостей ховається в кожному з цих каналів. Це пряма комунікація з клієнтом через live-трансляції, це інформація про цінності продукту і можливості застосування, це можливість зателефонувати на пряму через Facebook або Instagram та ін. [11].

Останнім часом в практиці маркетингу визначено низка тенденцій, на які мають реагувати підприємства. Сучасний споживач став більш спокусливим та вразливим, через це його вибір є зваженим та індивідуальним. Саме тому слід визначити особливості прийняття рішень у виборі маркетингових комунікацій.

Побудова вигідних відносин зі споживачами на сучасному рівні розвитку інформаційних каналів вимагає мультикомунікаційної стратегії, що робить спілкування зі своїми споживачами складнішим бізнесом. І в умовах жорсткої конкуренції в галузі виграє та компанія, яка залучає різні методи залучення та джерела маркетингових комунікацій (рис. 1).



Рис. 1. Взаємозв'язок каналів маркетингових комунікацій та комплексу заходів по просуванню продукції / послуг

Джерело: складено автором.

Одним із поширених елементів маркетингових комунікацій є реклама. В сучасній науковій та популярній літературі існує безліч визначень реклами. Слід відзначити, що реклама – це інструмент ринку, в той же час – будь-яка форма комунікацій, яка призначена для просування продуктів, послуг чи ідей з використанням інформації на основі переконання. Отже реклама використовує наступні засоби: телебачення, радіо, пресу, зовнішню рекламу, Інтернет та ін. [5].

1. ТВ реклама. Сучасне телебачення є традиційним видом ЗМІ. Це достатньо витратний спосіб поширення рекламної інформації. Дорого коштує не лише виготовлення відеоролика, але і закупівля ефірного часу. Адже ефективність ТВ-реклами залежить від часу виходу її в ефір.

2. Радіо реклама. На відміну від газет, радіо дозволяє охоплювати молодь. Секрет успіху радіореклами полягає в її ефективності за відносно низьких бюджетів. Крім цього, окремі дослідження показали, що реклама, яка сприймається на слух і не супроводжується зображенням, формує у споживача більш позитивний образ, ніж телевізійна реклама.

3. Реклама в періодичних друкованих виданнях. Преса є традиційним засобом поширення рекламного повідомлення. Вона включає газети та журнали, які в свою чергу можуть бути безкоштовними чи платними, інформаційними чи рекламними. Періодичні друковані видання переважно купують та читають освічені люди, тому така аудиторія дуже цінується.

4. Роздаткова реклама – досить масова, швидка та бюджетна реклама. Вона, як правило, проводиться біля торгових центрів, цінності для потенційного споживача набуває тоді, коли можна отримати знижку, подарунок чи приємний бонус. Також особливе значення при поширенні рекламних флаєрів має цільова аудиторія, на яку розрахований рекламний меседж. Якщо відсоток тих, кого можна віднести до цільової аудиторії незначний, очікувати великий відгук від цієї акції не слід очікувати.

5. *Out-of-Home Media* (зовнішня та внутрішня реклама) – бігборди, вивіски, перетяжки на фасаді будівлі фірми-рекламодавця, а також в метро та на транспорті. Це недорогий спосіб поширення реклами та має можливість охопити велику кількість людей за географічною ознакою.

6. *Digital* Інтернет-реклама. До інтернет-реклами можна віднести будь-який вид рекламного оголошення, основним каналом поширення якого є Інтернет. Така реклама, в порівнянні з традиційними каналами комунікації, має більше переваг та входить у більшість елементів комплексу маркетингових комунікацій. Поштову розсилку використовують не тільки як інструмент для комунікації та утримання аудиторії, але і як засіб для генерації повторних продажів.

7. POS реклама (*Point of Sale* – місце продажу) – це реклама, яка розміщується безпосередньо в точках продажу. Вона може включати листівки, тематично оформлені стенди, плазми чи дисплеї моніторів, на яких транслюються ролики. Завдання такої реклами полягає у посиленні здійсненого раніше впливу, в зближенні моментів сприйняття реклами і покупки.

8. Рекомендації. WOM (*Words of mouth*) — це маркетинг із вуст в уста. Споживачами завжди високо оцінювалася інформація, яка отримана «з перших вуст». Якщо компанія зможе забезпечити потік важливих для споживачів усних рекомендацій, то споживачі будуть цим рекомендаціям слідувати. В цьому і полягає секрет високої цінності для споживачів інформації, отриманої «з перших вуст».

Для визначення особливостей маркетингових рішень в області рекламної політики слід визначити переваги і недоліки існуючої реклами (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги і недоліки реклами

Види реклами	Рекламна аудиторія	Переваги	Недоліки
ТВ реклама	Широка	Широта охоплення аудиторії Висока якість	Висока вартість Перенасиченість
Радіо реклама	В зоні радіо	Невисока вартість Демографічне охоплення	Низький ступінь залучення уваги
Реклама у пресі	Індивідуальні читачі, організації	Висока вибірковість аудиторії	Висока вартість Обмеженість
Роздаткова реклама	Контрольована рекламодавцем	Персональне звертання до споживача	Невеликий вплив на споживача
Out-of-Home Media (зовнішня та внутрішня)	Широка	Висока якість відтворення реклами. Значна кількість вторинних читачів	Висока вартість Перенасиченість реклами
Digital (Інтернет) реклама	Широка	Висока якість відтворення реклами. Будь-яка цільова аудиторія. Велике охоплення ринку. Різноманітність форматів.	Перенасиченість реклами Невисока вибірковість аудиторії
POS реклама (Point of Sale) – на місці продажу	Обмежена	Невисока вартість Близькість до споживача	Низький ступінь впливу на споживача
Рекомендації	Обмежена	Спеціальна аудиторія Близькість до споживача	Вибіркове охоплення ринку

Джерело: Складено автором на основі [1; 23].

Всеукраїнським агентством маркетингових досліджень DigData, що спеціалізується на вивченні споживчої поведінки проведено online опитування населення України віком 18-59 років, а також за статтю, розміром міста та регіоном проживання (за винятком зони АТО та АРК),

метою якого є визначення довіри та прихильності уваги споживачів до реклами (рис. 2).

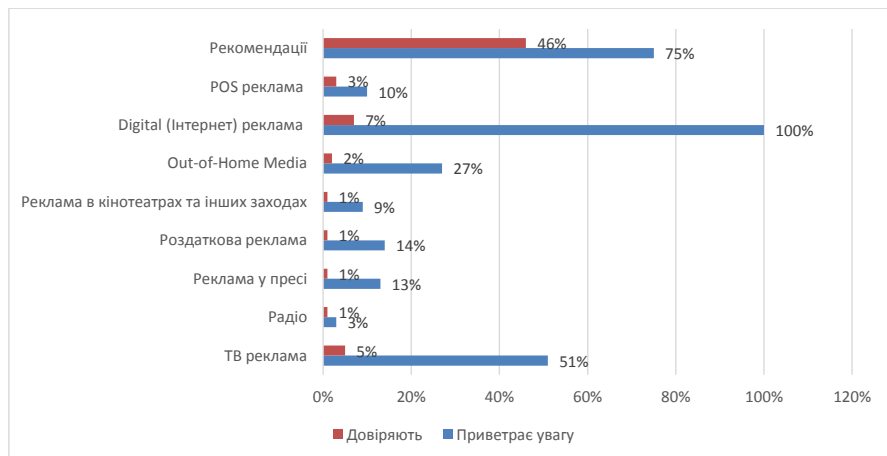


Рис. 2. Частка довіри та прихильності уваги споживачів до реклами
Джерело: Складено автором на основі [23].

Як видно з рис. 2 найчастіше звертають увагу на рекламні оголошення: в мобільних іграх – 49 %; під час перегляду телебачення – 38 %; на приховану рекламу – 29 %; в соціальних мережах – 26 %; в поштовій розсилці – 25 %; на зовнішню рекламу – 16 %.

Найбільше довіряють: рекомендаціям родичів, друзів та знайомих – 46 %; відгукам від покупців в мережі Інтернет – 29 %; рекламі на телебаченні – 5 % [23].

Отже, вибір каналів комунікацій здійснюється в залежності від цілей та параметрів цільової аудиторії. Саме тому слід звернути увагу на такі параметри: можливість побачити; вартість контакту; відгук споживачів; рекламне охоплення; покриття цільової аудиторії; довіра користувачів реклами; ситуація впливу; частота; кількість контактів; частка в загальних витратах на рекламу.

Незважаючи на те, що рекламі на ТВ довіряють лише 5 % користувачів, аналіз обсягів рекламно-комунікаційного ринку, який здійснено експертами Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК) показав, що найбільшу частку ринку за підсумками 2018 р. охоплює ТВ реклама (9269 млн. грн), далі – *Out of Home Media* (3541 млн. грн) і трійку лідерів замикає *Digital* Інтернет-реклама (2520 млн. грн) [16].

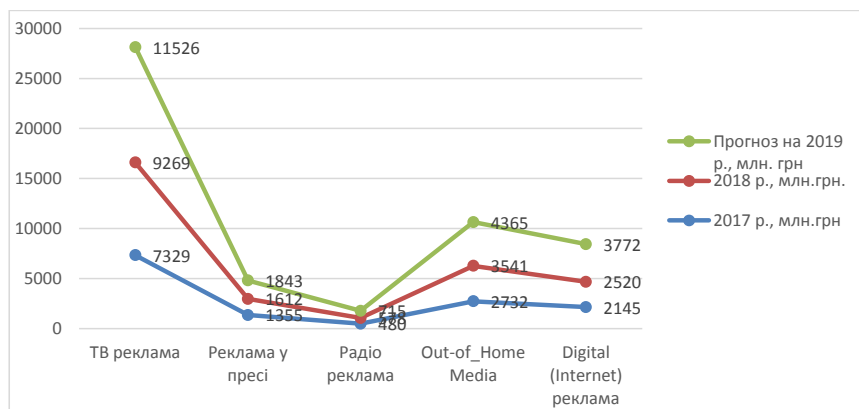


Рис. 1. Динаміка обсягів медійного рекламного ринку за сегментами в 2017-2018 рр. та прогноз на 2019 р.

Джерело: Складено автором на основі [16].

Максимальне задоволення попиту споживачів на телекомунікаційні послуги, збільшення обсягів послуг та підвищення їх якості є одним з напрямків державного регулювання у сфері телекомунікацій. Регулятором українського ринку телекомунікацій є Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (НКРЗІ). Водночас, законодавством визначено, що оператори телекомунікацій зобов'язані надавати телекомунікаційні послуги за встановленими показниками якості. У зв'язку з цим, НКРЗІ приділяє пріоритетну увагу контролю за наданням телекомунікаційних послуг належної якості операторами, провайдерами телекомунікацій та за неухильним виконанням ними вимог законодавства та керівних документів.

Організація контролю якості послуг під час проведення заходів державного нагляду визначена Порядком здійснення державного нагляду за ринком телекомунікацій [19].

Але слід наголосити, що наразі ні одна ефективно спланована рекламна стратегія не отримає очікуваного результату без впровадження інших заходів у маркетинговій політиці підприємств телекомунікацій. Розглянемо це на прикладі галузі мобільного зв'язку. На сучасному етапі розвитку цієї галузі оператори вже вирішують нові завдання, а саме: зберегти свого існуючого клієнта, відповідати його бажанням та очікуванням щодо рівня якості наданих послуг мобільного зв'язку.

За даними досліджень НКРЗІ найкращим серед «великої трійки» мобільних операторів України («Київстар», Vodafone і lifecell) щодо якості

зв'язку в 2018 р. визнано мобільного оператора lifecell, яка продемонструвала найкращі показники якості зв'язку за 6 з 8 параметрів. Зокрема, відсоток рахунків, на які були отримані звернення від споживачів щодо їх некоректності (неправильності), становить 0,001 %; відсоток неуспішних викликів для національних викликів – 0,45%; коефіцієнт недоступності мережі – 0; відсоток з'єднань, що відповідають нормам якості передачі голосової інформації – 96,39 %; середня швидкість передачі даних (HTTP) – 20406,43 кбіт/с; відсоток ненадісланих повідомлень SMS – 0,04 % [15].

В Україні працює 6 великих операторів мобільного зв'язку, кожен з яких пропонує унікальний набір тарифних планів і особливих фішок.

За даними Інтерфакс-Україна станом на початок травня 2019 р. з посиленням на сайт Державної служби статистики, рейтинг мобільних операторів виглядає наступним чином (табл. 2).

Таблиця 2

Рейтинг операторів мобільного зв'язку в Україні

Рейтинг	Оператор	Кількість клієнтів, млн.	Частка ринку, %	Регіон	Зона покриття, %	Проведення рекламної компанії
1	Київстар	26,5	46,21	Західна Україна	86 3G-4G	+
2	Vodafone	20,3	35,40	Східна Україна	84 3G-4G	+
3	Lifecell	8	13,95	Вся Україна	92 3G-4G	+
4	Інтертелеком	1,4	2,44	Вся Україна	98 3G	+
5	PEOPLEnet	0,9	1,57	Великі міста і райцентри	44 3G LTE	-
6	3 Mob (ТриМоб)	0,25	0,44	Великі міста і райцентри	40 3G	-

Джерело: складено автором за даними: [18].

Починаючи з 01.05.2019 р. в Україні запрацювала послуга з перенесення абонентських номерів для користувачів мобільного зв'язку (*Mobile number portability, MNP*). Тепер українці можуть безкоштовно змінювати мобільного оператора, зберігши при цьому старий абонентський номер. Це дозволяє споживачам вільно обирати мережу оператора мобільного зв'язку для отримання телекомунікаційних послуг із збереженням номера, сприяє розвитку конкурентного середовища та підвищенню якості послуг, а також ще на крок наближає Україну до виконання угоди з ЄС. І саме цей процес допомагає виділити серед конкурентів найкращого оператора мобільного зв'язку (рис. 3).

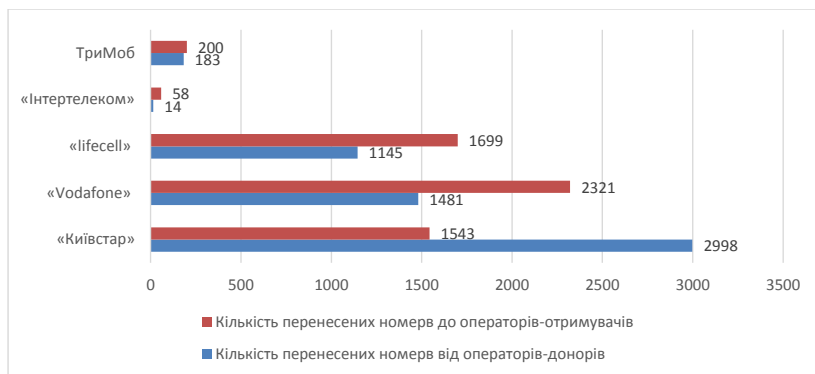


Рис. 3. Кількість перенесених абонентських номерів від операторів-донорів до операторів-отримувачів, чол.

Джерело: складено автором на основі [13].

З рис. 3 видно, що з трійки-лідерів найбільше втрачає абонентів оператор «Київстар», далі йде «Vodafone» і замикає – «lifecell». Враховуючи, що споживач є найкращим індикатором ринку, можливо припустити, що існують чинники, які вплинули на поведінку споживачів мобільного оператора компанії «Київстар» і є підставами для впровадження маркетингових заходів щодо збереження своїх абонентів.

Серед можливих причин, які спонукають змінити мобільного оператора, українці називають збільшення тарифів і значне погіршення якості Інтернету [22]. І компанія вже відреагувала маркетинговими рішеннями щодо запобігання втрати своїх користувачів, запропонувавши до кінця липня 2019 р. для своїх абонентів безлімітний мобільний Інтернет в мережі 4G [20].

Відстежуючи своїх конкурентів, оператор мобільного зв'язку lifecell разом із компанією Ericsson розгорнули демосегмент мережі 5G і представили можливості мобільного Інтернету п'ятого покоління в рамках Шведсько-українського бізнес-форуму (SUBF-2019) в Києві. Зокрема, компанії провели відкрите тестування швидкості 5G, під час якого було досягнуто пікової пропускної здатності завантаження даних в 25,6 Гбіт/с в діапазоні ультрависоких частот 28 ГГц [21].

Ще однією маркетинговою стратегією [4, с. 18] щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств (у тому числі – мобільного зв'язку) є маркетингове рішення розвитку власної роздрібною мережі. Через власні магазини мобільні оператори в Україні в 2018 р. продали смартфонів на 4 млрд грн. Поки що їх частка ринку залишається стабільною,

проте з розвитком вони можуть відтягнути на себе частину продажів традиційних ритейлерів. Наприклад, оператор Vodafone Україна, який обслуговує понад 20,9 млн абонентів орієнтується на масштабування ритейл-бізнесу у 2018 р. На той час мережа магазинів Vodafone об'єднає лише 30 торговельних точок в Україні, ще 400 об'єктів працюють за франшизою. Для розвитку власної мережі магазинів оператор не тільки створив окремий структурний підрозділ Vodafone Retail, а й залучив професійних брокерів, що дозволило Vodafone менш ніж за рік збільшити кількість власних торгових точок до 200.

Підвищену увагу розвитку роздрібною мережі приділяють і в Київстар, де на кінець 2018 р. роздрібна мережа об'єднувала 420 партнерських фірмових магазинів по країні. При цьому Київстар має намір нарощувати не тільки офлайн, а й онлайн-роздріб. Саме тому, в умовах прогресуючого розвитку галузі мобільного зв'язку слід звернути увагу на омніканальність, одного з напрямків інтегрованого маркетингу у взаємодії з клієнтами [14].

Поняття омніканальності (Omnichannel) з'явилося на нашому ринку відносно недавно, і тому потребує пояснення, тим більше що його часто плутають з багатоканальністю. Обидва методи від початку спрямовані на зручність покупця. Коли клієнти взаємодіють з компаніями в багатоканальних і крос-канальних комунікаціях, то це – мультиканальні комунікації. Якщо один й той же запит клієнта відбувається по декількох каналах одночасно, ця взаємодія носить назву омніканальної (від латинської *omnis* – всі, всюди) комунікації [7].

Омніканальність – це об'єднання усіх каналів продажів в єдину систему, щоб клієнту було зручно автоматично переключатися з одного виду купівлі та спілкування на інший. Наприклад, без додаткової необхідності повторювати те, що було сказано оператору на іншому кінці дроту (чи в магазині). У цій системі все крутиться навколо покупця. Тому омніканальність дає споживачу більше комфорту.

У системі омніканальності об'єднуються різні канали взаємодії зі споживачем (мобільні додатки, магазини, інтернет-магазини, шоу-руми, веб-сайти), забезпечуючи цілісність комунікації в режимах online і offline, а також, безперебійну клієнтську підтримку. Споживач отримує необхідні дані, що впливають на вибір товару, через один канал, уточнює інформацію по другому каналу, робить покупку за допомогою третього каналу, при цьому, всі операції відбуваються всередині однієї компанії, і ритейлер не втрачає потенційного клієнта [9, с. 170].

Таку омніканальну модель вже почали впроваджувати в компанії Київстар. Щоб підвищити якість роботи з роздрібними клієнтами в кінці 2018 р. Київстар відкрив у Києві новий формат магазину – НЕО 3.0. У центрі торгової точки нового формату помістили experience-зони, де клієнти можуть тестувати різні сервіси оператора: радіо-Київстар, Kyivstar-Go TV для перегляду відео контенту, Київстар-Футбол з трансляціями футбольних матчів та інші. При цьому перед співробітниками такого магазину стоїть завдання не просто вирішити питання окремого клієнта або продати певну кількість смартфонів, а запропонувати правильне поєднання гаджета, цікавих клієнту сервісів Київстар і правильного тарифного плану з тією кількістю послуг, якої йому буде досить. Це досить ефективний маркетинговий хід, щоб зберегти свого клієнта.

Висновки та пропозиції. Наразі традиційні мережі пропонують лише широкий вибір брендів і не мають будь-яких тарифних зобов'язань. Саме тому, конкурентними перевагами операторів можливо назвати – зниження ціни гаджетів під власними брендами, вигідні цінові пропозиції за тарифами зв'язку при покупці пристрою, можливість підстроїти власні смартфони під конкретні послуги (наприклад, певні контент-послуги, засновані на використанні мереж третього покоління), провести відповідну кастомізацію інтерфейсу і т.д. Саме тому, сучасний підхід у виборі маркетингових комунікацій має опиратися на комплексність, цілісність і інтеграцію, враховувати потреби нового класу споживачів, стати одночасно і омніканальним і клієнтоорієнтованим, в якій клієнт не має відчувати зміни при переході з каналу на канал. Це означає набуття синхронізації моделі, фокус уваги якої зміщується безпосередньо на клієнта та бренд, що надасть конкурентних переваг підприємствам сфери зв'язку та інформатизації.

Список використаної літератури

1. Бутенко Н. В. Основи маркетингу : підручник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 140 с. URL : <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/> (дата звернення 07.06.2019).
2. Войнаренко С. М. Рекламна стратегія в системі формування маркетингової політики підприємства. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2015. № 6 (22). С. 175-179. URL : <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n6.html> (дата звернення 07.06.2019).
3. Гранатуров В. М., Литовченко І. В., Кораблінова І. А. Управління конкурентоспроможністю оператора телекомунікацій : Учбовий посібник / за заг. ред. В. М. Гранатурова. Київ : Кафедра, 2013. 262 с.
4. Захарченко В. І., Березовський О. О. Вплив інноваційної стратегії

- високотехнологічного підприємства на його конкурентоспроможність. *Економіка, фінанси, право*. 2017. № 11/3. С. 17-20.
5. Захарченко Н. В. Підвищення ефективності використання інструменту інтернет-маркетингу на підприємстві. *Управління інноваційним розвитком на макро-, мезо- та макрорівнях* : Мат-ли II Міжн. наук-практ. Інтернет-конф., 07 червня 2016 р. : тези доп. Одеса : ОНПУ, 2016. С. 48-49.
6. Зозуля О. В., Левченко М. Формування омніканальної збутової стратегії підприємства. *Економічний вісник національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут"*. 2016. № 13. С. 361-368. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2016_13_54 (дата звернення 11.06.2019).
7. Ільїна С. Вимірюємо рівень сервісу в мультиканальному середовищі обслуговування (огляд сучасної дослідницької методики Real Contacts Audit). *Маркетинг в Україні*. 2017. № 3. С. 12–14.
8. Ілляшенко С. М., Іваницький І. Ю. Аналіз ретроспективного та сучасного стану інтернет-реклами і можливі напрямки розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 57-66.
9. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова и др. ; под ред. С. В. Карповой. Москва : Издательство Юрайт, 2018. 457 с.
10. Карий О. І. Омніканальність як сучасна вимога маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології* : 36. Мат-лів II Міжн. наук-практ. конф. 26-27 травня 2016 р.; Одеськ. Нац-ний політех-ний ун-т. Одеса: ТЕС, 2016. 214 с.
11. Литвиненко Ю. Мультиканальність продажів. URL : <https://eba.com.ua/article/multykanalnist-prodazhu-chomu-prosti-pytannya-vazhlyvi/> (дата звернення 10.06.2019).
12. Маслій Н. Д., Ніценко В. С. Системно-синергетичний підхід щодо оцінки ефективності інтеграції підприємств сфери зв'язку та інформатизації. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Т. 3. № 4. С. 85–96.
13. На мережах рухомого (мобільного) зв'язку України запроваджено надання послуг із перенесення абонентських номерів. URL : <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=99&id=1709&language=uk> (дата звернення 10.06.2019).
14. Нагорський В. Взяти своє: чи зможуть мобільні оператори потіснити рітейлерів на ринку смартфонів. URL : <https://rau.ua/novyni/mob-operatori-na-rynku-smartfoniv/> (дата звернення 10.06.2019).
15. Нацкомісія оцінила якість зв'язку “великої трійки” мобільних операторів. URL : <https://www.unian.ua/economics/telecom/10505133-nackomisiya-ocinila-yakist-zv-yazku-velikoji-triyki-mobilnih-operatoriv.html> (дата звернення 10.06.2019).
16. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2018 і прогноз об'ємів ринку 2019. URL : <http://vrk.org.ua/news-events/2018/ad-volume2018.html> (дата звернення 09.06.2019).
17. Омніканальність: що за фрукт. Інтегруємо канали взаємодії з клієнтами. URL : <https://msb.aval.ua/news/?id=25123> (дата звернення 09.06.2019).
18. Оператори мобільного зв'язку в Україні. URL : <https://fastcredit.money/ua/>

vybor-mobilnogo-operatora-v-ukraine/ (дата звернення 10.06.2019).

19. Про затвердження Порядку здійснення державного нагляду за ринком телекомунікацій та визнання такими, що втратили чинність, деяких рішень НКРЗ : Рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. URL : <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0092-13> (дата звернення 10.06.2019).
20. Укрінформ: абоненти Київстару отримали 4G-безліміт до кінця липня. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2715979-abonenti-kiivstaru-otrimali-4gbezlimit-do-kinca-lipna.html> (дата звернення 10.06.2019).
21. У Києві тестують інтернет 5G. URL : <http://businessua.com/telekom/52882u-kyevi-testuyut-internet-5g.html> (дата звернення 10.06.2019).
22. Як українці вибирають мобільного оператора. URL : <https://4service-group.com/ua/about/press-about-us/3322-yak-ukrajintsi-vibirayut-mobilnogo-operatora> (дата звернення 10.06.2019).
23. Які канали комунікації найбільше привертають увагу та викликають довіру у споживачів? URL : <https://digdata.com.ua/index.php/kanal-y-komunikatsiyi/> (дата звернення 09.06.2019).

Стаття надійшла 16.06.2019 року

Т. Н. Копань,

аспірант

Одесская национальная академия связи им. О. С. Попова,

Ковальская улица, 1, г. Одеса, Одесская область, 65000, Украина

e-mail: bodyanuchka@gmail.com

ВЫБОР МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ СВЯЗИ И ИНФОРМАТИЗАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Целью проведенного исследования является поиск новых каналов маркетинговых коммуникаций в повышении конкурентоспособности предприятий сферы связи и информатизации. Определена взаимосвязь каналов маркетинговых коммуникаций и комплекса мероприятий по продвижению продукции / услуг и идей. В статье определены преимущества и недостатки рекламы как одного из распространенных элементов маркетинговых коммуникаций. Анализ объемов рекламно-коммуникационного рынка позволил определить долю доверия и приверженности внимания потребителей к рекламе. Было предложено внедрение омниканальной модели на предприятиях связи, что позволит операторам получить конкурентные преимущества, а именно: более низкая цена устройств под собственными брендами; возможные выгодные ценовые предложения по тарифам связи при покупке устройства; определить собственные смартфоны под конкретные услуги, такие как определенные контент-услуги, основанные на использовании

сетей третьего поколения; провести соответствующую кастомизацию интерфейса.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации; каналы; предприятия связи и информатизации; конкурентоспособность; реклама; стратегия.

Т. М. Коран,

post-graduate student

O. S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications

Kovalskaya street, 1, Odessa, 65000, Ukraine

e-mail: bodyanuchka@gmail.com

CHOICE OF MARKETING COMMUNICATIONS OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF COMMUNICATION AND INFORMATION IN THE PROCESS OF INCREASING THEIR COMPETITIVENESS

The purpose of the study is to find new channels of marketing communications to increase the competitiveness of enterprises in the field of communications and information. The interrelation of marketing communications channels and a set of measures to promote products / services and ideas has been determined. The article identifies the advantages and disadvantages of advertising as one of the common elements of marketing communications. An analysis of the volume of the advertising and communication market made it possible to determine the share of trust and commitment of consumer attention to advertising. It was proposed to introduce an omnichannel model at communication enterprises, which will allow operators to gain competitive advantages, namely: lower price of devices under their own brands; possible favorable price proposals for communication tariffs when purchasing a device; identify their own smartphones for specific services, such as certain content services based on the use of third-generation networks; carry out the appropriate customization of the interface.

Keywords: marketing communications; channels; communication and information enterprises; competitiveness; advertising; strategy.

References

1. Butenko, N. V. (2014). *Osnovy marketynhu [Marketing basics]*. Kyiv: *Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskyi universytet»* Retrieved from <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/> [in Ukrainian].
2. Voinarenko, S. M. (2015). *Reklamna stratehiia v systemi formuvannia marketynhovoi polityky pidpriemstva [Advertising strategy in the formation of the marketing policy of the enterprise]*. *Ekonomika: realii chasu. – Economy – the realities of time*, (22). pp. 175-179. Retrieved from <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n6.html> [in Ukrainian].
3. Granaturov, V. M., Litovchenko, I. V. & Korablinova, I. A. (2013). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu operatora telekomunikacij [Management of telecommunications operator competitiveness]*. Kyiv: Kafedra [in Ukrainian].

4. Zakharchenko, V. I. & Berezovskiy, O. O. (2017). Vplyv innovatsiinoi stratehii vysokotekhnolohichnoho pidpryiemstva na yoho konkurentospromozhnist [The impact of the innovation strategy of a high-tech enterprise on its competitiveness]. *Ekonomika, finansy, pravo – Economy, finance, law*, 11/3, pp. 17-20 [in Ukrainian].
5. Zakharchenko, N. V. (2016). Pidvyshchennia efektyvnosti vykorystannia instrumentu internet-marketynhu na pidpryiemstvi [Improving the efficiency of using the Internet marketing tool in the enterprise]. *Upravlinnia innovatsiynym rozvytkom na makro-, mezo- ta mikrorivniakh : Mat-ly II Mizhn.nauk-prakt. Internet-konf., 07 chervnia 2016 r. – Management of innovative development at the macro, meso and micro levels : Proceedings of II Intern. scientif. and practic. Internet conf., 07 July, 2016. Odesa : ONPU*, pp. 48-49 [in Ukrainian].
6. Zozulia, O. V. & Levchenko, M. (2016). Formuvannia omnikanalnoi zbutovoi stratehii pidpryiemstva. [Formation of omnichanal sales strategy of the enterprise]. *Ekonomichnyi visnyk natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskiy politekhnichnyi instytut" – Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*, 13, pp. 361-368. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2016_13_54 [in Ukrainian].
7. Ilina, S. (2017). Vymiriuiemo riven servisu v multykanalnomu seredovyschi obsluhovuvannia (ohliad suchasnoi doslidnytskoi metodyky Real Contacts Audit) [We measure the level of service in the multichannel service environment (review of the real research methodology Real Contacts Audit)]. *Marketynh v Ukraini – Marketing in Ukraine*, 3, pp. 12–14. [in Ukrainian].
8. Illiashenko, S. M. & Ivanytskyi, I. Yu. (2010). Analiz retrospektyvnoho ta suchasnoho stanu internet-reklamy i mozhlyvi napriamky rozvytku [Analysis of the retrospective and current state of online advertising and possible directions of development.] *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and innovation management*, 1, pp. 57-66. [in Ukrainian].
9. Karpova, S. V. et al. (2018). Innovatsionnyi marketing : uchebnik dlia bakalavrata i magistratury [Innovative Marketing]. Moskva : Izdatelstvo Yurait [in Russian].
10. Karyi, O. I. (2016). Omnikanalnist yak suchasna vymoha marketynhu [Omnichanal-nist as a modern marketing requirement]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii: Zb. Mat-liv II Mizhn. nauk-prakt. konf – Marketing and digital technologies: Collection of materials of a scientific-practical conference*. Odesk. Nats-nyi politekh-nyi un-t. Odesa: TIeS [in Ukrainian].
11. Lytvynenko, Yu. (2019). Multykanalnist prodazhiv [Multi-channel sales]. Retrieved from <https://eba.com.ua/article/multykanalnist-prodazhu-chomu-prosti-pytannya-vazhlyvi/> [in Ukrainian].
12. Maslii, N. D. & Nitsenko, V. S. (2018). Systemno-synerhetychnyi pidkhid shchodo otsinky efektyvnosti intehtatsii pidpryiemstv sfery zv'iazku ta informatyzatsii [System-synergistic approach to the estimation of integration efficiency of enterprises of the sphere of communication and informatization]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky – Ukrainian Journal of Applied Economics*. Vol. 3, 4, pp. 85-96. [in Ukrainian].
13. Na merezhakh rukhomoho (mobilnoho) zviazku Ukrainy zaprovadzhen nadannia posluh iz perenesennia abonentskykh nomeriv [On the networks of mobile (mobile) communication of Ukraine introduced services for the transfer of subscriber num-

- bers]. Retrieved from <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=99&id=1709&language=uk>. [in Ukrainian].
14. Nahorskyi, V. (2019). Vziaty svoie: chy zmozhut mobilni operatory potisnyty rit-eileriv na rynku smartfoniv [Get your way: will mobile operators be able to press retailers in the smartphone market?]. Retrieved from <https://rau.ua/novyni/mob-operator-na-rynku-smartfoniv/> [in Ukrainian].
 15. Natskomisiia otsynyla yakist zv'iazku "velykoi triiky" mobilnykh operatoriv : [National Commission assesses the quality of communication of the "big three" mobile operators]. Retrieved from <https://www.unian.ua/economics/telecom/10505133-nackomisiya-ocinila-yakist-zv-yazku-velikoji-triiky-mobilnih-operatoriv.html>
 16. Obiem reklamno-komunikatsiinoho rynku Ukrainy 2018 i prohnnoz obiemiv rynku 2019 : [The volume of advertising and communication market of Ukraine 2018 and the forecast of market volumes 2019]. Retrieved from <http://vrk.org.ua/news-events/2018/ad-volume2018.html> [in Ukrainian].
 17. Omnikanalnist: shcho za frukt. Intehruiemo kanaly vzaiemodii z kliientamy. [Om-nikanalnist: what kind of fruit. We integrate customer interaction channels.]. Retrieved from <https://msb.aval.ua/news/?id=25123> [in Ukrainian].
 18. Operatory mobilnogo zv'iazku v Ukraini [Mobile operators in Ukraine]. Retrieved from <https://fastcredit.money/ua/vybor-mobilnogo-operatora-v-ukraine/> [in Ukrainian].
 19. Pro zatverdzhennia Poriadku zdiisnennia derzhavnoho nahliadu za rynkom teleko-munikatsii ta vyznannia takymy, shcho vtratyly chynnist, deiakykh rishen NKRZ : Rishennia Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniue derzhavne rehuliuвання u sferi zviazku ta informatyzatsii [On approval of the Procedure for the implementation of state supervision of the telecommunications market and recognition of certain decisions of the NCCR as invalid: Decision of the National Commission implementing state regulation in the field of communication and informatization]. Retrieved from <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0092-13> [in Ukrainian].
 20. Ukrinform: abonenty Kyivstaru otrymaly 4G-bezlimit do kintsia lypnia [Ukrin-form: Kyivstar subscribers received 4G unlimited until the end of July]. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2715979-abonenti-kiivstaru-otrimali-4gbezlimit-do-kinca-lipna.html> [in Ukrainian].
 21. U Kyievi testuiut internet 5G [In Kiev test the Internet 5G]. Retrieved from <http://businessua.com/telekom/52882u-kyievi-testuyut-internet-5g.html> [in Ukrainian].
 22. Yak ukraintsi vybyraut mobilnogo operatora [How Ukrainians choose a mobile op-erator]. Retrieved from <https://4service-group.com/ua/about/press-about-us/3322-yak-ukrajintsi-vibirayut-mobilnogo-operatora> [in Ukrainian].
 23. Yaki kanaly komunikatsii naibilshe pryvertaiut uvahu ta vyklykaiut doviru u spozhyvachiv? [What communication channels attract the most attention and con-sumer confidence?]. Retrieved from <https://digdata.com.ua/index.php/kanaly-ko-munikatsiyi/> [in Ukrainian].

УДК 658:001.8(477)(043.5)

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173802

О. К. Гілко,

аспірант

кафедри менеджменту та інновацій

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,

Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,

e-mail: gilko0701@gmail.com

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ

У статті розглядаються актуальні базові поняття, які використовуються при підготовці управлінців. Усі труднощі в укладанні системного зведення науки або ж доктрини полягає в тому, щоб відшукати принцип, основу класифікації базових понять. Виявлені основні відмінності між такими поняттями як «менеджер» та «управлінець». Було доведено що, при не правильному розумінні цих термінів, це відіб'ється на подальшому впровадженні системи менеджменту. Правильно підібрана термінологія відіграє важливу роль в досягненні коректної та правильної комунікації.

При розгляді основного концептуального змісту таких понять як «управління» було виявлено, управління може бути як ефективним так і не ефективним, в той же час як в класичному розумінні змісту «менеджмент», як правило, тільки ефективним (безумовно, на практиці менеджмент може бути визнаний неефективним, але, на відміну від управління, цей прецедент не може бути виправданий). Професійне поняття управлінського процесу пов'язане з розглядом його основних компонентів. Було розглянуто причетність менеджменту до сфери функціонування економічної організації і були визначенні основні напрямки діяльності.

Ключові слова: структурно-функціональна підготовка; управлінський персонал; категорії професійної системи менеджменту; управлінський процес.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний стан української економіки та стану підприємницької діяльності обумовили необхідність комплексного реформування реального сектора економіки, його адаптації до ринкових умов господарювання, вдосконалення системи управління. Тривалість цих процесів та їх успішність в значній мірі залежить від того, наскільки ефективними будуть рішення, що приймаються для розв'язання нагальних проблем. Таким чином, сучасний етап економічного розвитку країни обумовлює особливо високі вимоги до професійної компетенції управлінського персоналу.

Структурно-функціональна якість людського капіталу передбачає не так підбір людських ресурсів за формальними ознаками, а проведення важливої внутрішньої ротації персоналу для досягнення організаційної єдності, професіоналізм та результативність праці управлінця. Таким чином з'являється потреба системного формування стратегічних і тактичних завдань, яке веде до отримання ефекту організаційної синергії.

Закон синергії – властивості організованого цілого перевищують просту арифметичну суму властивостей компонентів, що увійшли до складу цілого. Іншими словами, синергізм означає, що система як єдине ціле має більший вихід, ніж робота окремих її компонентів, тобто $1+1$ повинно бути більше 2.

В економіці поняття «синергія» і «кооперація» дуже часто виступають як синоніми. Слід зауважити, що «нещодавно відкритий» синергізм ще Карл Маркс глибоко аналізував в «Капіталі» як нову силу, «яка виникає зі злиття багатьох сил в одну загальну». Що стосується дослідження поведінки соціально-економічних систем, було б розумніше залишити термін «кооперація», а не замінювати його на синергію, тим більше, що синергетика як поняття було спочатку введено Хакеном стосовно поведінки термодинамічних систем у фізиці. На стан та ефективність роботи будь-якої організації впливають безліч внутрішніх і зовнішніх факторів. Відповідно до властивості емерджентності, спільна дія декількох факторів майже завжди відрізняється від суми розділних ефектів. Синергізм відіграє дуже велику роль в живих системах всіх видів і рівнів організації [7, с. 57].

Динамічні процеси суспільно-економічного життя виявили суперечливі тенденції. З одного боку, необхідною стає більш глибока професіоналізація діяльності спеціалістів в управлінській сфері, з іншого, – спостерігається міжгалузева інтеграція знань, підвищується значимість інтегрованих умінь для здійснення професійної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняних і зарубіжних дослідженнях і публікаціях по-різному розкривається зміст структурно-функціональної підготовки управлінських кадрів. Деякі розглядають окремо структурну та функціональну підготовки окремо один від одного. На сьогоднішній день доцільно продовжувати дослідження в процесах підготовки кадрів в управлінській діяльності. Теоретичні й методологічні основи розвитку професійної системи менеджменту знайшли своє відображення в працях всесвітньо відомих економістів і класиків менеджменту К. Маркса, Д. Кейнса, М. Армстронга, П. Друкера, Д. Дункана, В. Захарченка, Е. Кузнєцова, Т. Черничко, М. Флейчук.

Роботи науковців та дослідників присвячені практичному та методологічному розвитку системи управлінської діяльності. Достатньо уваги надано проблемам розвитку системи менеджменту, функціональних технологій управлінського процесу. Приділяється увага дослідників також до системи підготовки управлінських кадрів і ролі держави у цьому процесі.

Постановка проблеми. Розглянемо деякі визначення та основні базові категорії, які дозволять більш точно визначити особливості при структурно-функціональній підготовці управлінських кадрів.

Професіоналізація управлінської діяльності в сучасному середовищі повинна розглядатися як вагома складова для якісної підготовки сучасних управлінських кадрів в Україні, як на структурному, так і на функціональному напрямків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управлінська діяльність у сучасному соціумі детермінується декількома умовами, серед яких: відповідність загальній концепції державного управління; врахування соціально-психологічних закономірностей діяльності; виявлення специфічних ознак управління як професійної діяльності, а також власних індивідуальних можливостей керівника тощо. Для держави повинно в пріоритеті стояти завдання щодо забезпечення якісної підготовки управлінських кадрів, які зможуть забезпечити високий результат розвитку українського суспільства [6, с. 18].

Управління стало розглядатися як цілеспрямований вплив на систему. Воно здійснюється таким чином, щоб система переходила із одного стану в необхідний інший стан. Виокремилися умови, що сприяють ефективному функціонуванню будь-якої системи управління: система, що піддається управлінню, повинна бути наділена здатністю переходити в різні стани, змінювати свої властивості; система управління повинна мати реальну можливість змінювати стан об'єкта управління (це той, чи ті, ким управляють); управління повинно бути цілеспрямованим, тобто потрібно визначити бажаний майбутній стан керованої системи; система управління повинна мати можливість вибору варіанта рішення, що приймається, із певної кількості варіантів; будь-яка система управління повинна мати реальні ресурси: матеріальні, трудові, інтелектуальні тощо; система, що піддається управлінню, повинна мати інформацію про поточний стан справ (зворотні зв'язки); для того, щоб ефективно і результативно керувати, потрібно систематично оцінювати якість управління.

В процесі формування професійної системи менеджменту необхідно розібратися в основних поняттях та категоріях, які будуть ви-

користовуватися дослідниками у сфері менеджменту. При дослідженні професійної системи менеджменту формується управлінська мова та категорійний апарат. Хотілось би зазначити, що знання управлінської мови не означає знання управлінської роботи, але виступає необхідною категорією при спілкуванні управлінців. Розуміння управлінської професійної мови з використанням професійних понять та термінів дає змогу швидко розібратися в існуючій проблемі та прийняти правильне ефективне рішення для вирішення існуючої проблеми. Ми зараз говоримо не тільки про відносини між «суб'єктом – суб'єктом», але і відносини між «суб'єктом – об'єктом» та «об'єктом – суб'єктом». Зрозуміло, що поняття, терміни та категорії в управлінській діяльності буде змінюватись та вдосконалюватись, але все це займе ще великий проміжок часу [8, с. 52].

На сьогоднішній день існують вже усталені поняття та категорії професійної системи менеджменту, завдяки яким і відбувається розуміння сучасної управлінської діяльності.

Насамперед необхідно визначитись з базовим слововживанням, що характеризує процес дослідження професійної системи менеджменту (табл. 1).

Ефективне управління – це система підходів і методів до впорядкування процесів в різних галузях людської діяльності. Існують різні погляди на цей процес, які можуть докорінно відрізнятися один від одного.

Управління та менеджмент, по суті, поняття схожі, але є між ними і ряд принципових відмінностей. Головним чином, вони стосуються розмежування понять і їх застосування до конкретних областей людського життя.

«Менеджмент» і «управління» – це різні поняття. В Україні з цього термінологічного питання є істотні проблеми. Якщо не правильно розуміти ці терміни, то це відіб'ється на подальшому впровадженні системи менеджменту. Правильна термінологія призводить до ясної і однозначної комунікації. Це питання має дуже важливе значення.

Беручи до уваги той факт, що категорії «управління» та «менеджмент», в контексті визначення свого змісту, були досліджені у межах наукової думки на достатньо високому рівні, вважаємо за можливе обмежитись наведенням лише найбільш поширених за колом охоплення відповідної проблематики визначень. Наведені визначення (табл. 2) не вичерпують всієї множини підходів до тлумачення категорії «управління», а лише зосереджують увагу на основних, концептуальних положеннях її змісту. Наприклад, колектив авторів на чолі з Г. С. Одінцовою наводить 20 визначень відповідної категорії, які класифікуються за такими основними групами: загальна, функціональна, процесуальна та суб'єктно-об'єктна [8, с. 8-9].

Таблиця 1

Базові поняття і категорії професійної системи менеджменту

Термін	Загальна характеристика	Управлінське визначення
Поняття	Логічне розчленування загальної думки про предмет, який включає ряд взаємопов'язаних ознак	Основні поняття менеджменту складаються з трьох позицій: – як вид діяльності у системі керівництва персоналом, – як галузь людських знань, – як соціальна категорія людей (персонал менеджменту)
Категорія	Найбільш загальне логічне поняття, яке висловлює істотну, загальну особливість й відношення явищ дійсності та пізнання	Найбільш загальні та фундаментальні поняття, які відображають істотні загальні особливості та стійкі відносини (зв'язки) управлінського процесу. Наприклад, це суб'єкт, об'єкт, функції, методи, структура, принципи
Компоненти	Складова частина, більше внутрішній елемент системи	Розглядаються як послідовність дій, які мають логічний зв'язок між собою за допомогою механізму управлінського процесу для визначення потоків релевантної інформації з метою формування контуру управління
Елементи	Складова частина складного цілого, представляє собою основні та характерні особливості чогонебудь	Менеджмент як системне явище визначається трьома базовими елементами: функції, методи, структура. Системність забезпечується сполучними процесами менеджменту та інноваційною динамікою базових елементів менеджменту.
Ознака	Прикмета, знак	Професійна забезпеченість управлінського процесу; ефективна реалізація системних дій з реалізації механізму менеджменту; результативна мотивація усіх учасників управлінського процесу; розвиток інтелектуальної складової управлінської діяльності; забезпечення інноваційної динаміки розвитку системи менеджменту; формування управлінського капіталу.
Класифікація	Система супідрядних понять	Визначення системних, інтеграційних й інтегральних зв'язків для ефективного розвитку функцій, методів, структури та сполучних процесів менеджменту.
Класифікувати	Розподіляти предмети, явища, поняття залежно від їх загальних ознак	Результативне використання споріднених функцій менеджменту для створення організаційної передумови діяльності структурних підрозділів організації; розподіл методів менеджменту як інструментарію управлінської діяльності; розробка структурного дизайну та побудова адекватних, поставлених цілей, організаційно-управлінських структур
Потенціал – потенція	Потужність – можливість	Створення сучасного потенціалу професійної системи менеджменту створює можливість його використання, але потрібна ефективна державна політика створення умов для практичної реалізації

продовження Таблиці 1

		усього ланцюжка «потенціал-можливість-реалізація» в системі професійної управлінської діяльності
Визначення	Формулювання, яке розкриває зміст поняття	Базове визначення менеджменту: менеджмент – це система керівництва персоналом організації з метою результативного досягнення поставлених соціально-економічних цілей організації в рамках існуючої системи законодавства (правового поля)

Джерело: [5, с.13-14].

Таблиця 2

Визначення змісту категорії «управління»

Автор	Визначення
Атаманчук Г. В.	Управління у буквальному сенсі цього поняття починається тоді, коли у будь-яких взаємозв'язках, відносинах, явищах, процесах, є присутнім свідомий початок, інтерес та знання, мета та воля, енергія та дії людини. Управління є процесом і продуктом свідомості та волі людей, найважливішим напрямом дії їх розуму. Управління здійснюється в системах «людина – техніка», «людина – технологія», «людина – природа», «людина – техніка (технологія) – природа» тощо, але здійснюється саме тому, що в них у якості первинного, «управляючого» компонента виступає людина.
Мельтюхова Н. М.	Управління – функція організованих систем (біологічних, соціальних, технічних), яка забезпечує реалізацію мети і підтримку режиму діяльності, сталість і розвиток певних структурних елементів
Нечаюк Л. І., Телеш Н. О.	У найширшому розумінні поняття «управління» – це цілеспрямований вплив суб'єкта на об'єкт управління за допомогою певної системи методів і технічних засобів з використанням особливої технології для досягнення поставленої мети. Управління в широкому розумінні – це загальна система відносин і явищ управління в природі та суспільстві, у вузькому – це технологічна організація об'єкта управління. Тоді як менеджмент у широкому розумінні – загальні принципи соціального управління; влада і мистецтво управління людьми; у вузькому – управління виробництвом, діяльністю по організації досягнення поставленої мети.
Колпаков В. К., Кузьменко О. В.	В узагальненому вигляді управління – це діяльність суб'єкта, яка має прояв у цілеспрямованому, організуючому впливі на об'єкт управління та яка здійснюється з метою приведення його у бажаний для суб'єкта стан. До основних компонентів управлінської системи належать: 1) суб'єкт управління, тобто джерело управлінського впливу, той, хто управляє, виконує функції керівництва і впливає на об'єкт з метою переведення його у новий стан; 2) об'єкт управління, тобто те, на що спрямовано управлінський вплив суб'єкта, що функціонує під цим впливом; 3) управлінський вплив, тобто комплекс цілеспрямованих і організуючих команд, заходів, прийомів, методів, за допомогою яких здійснюється вплив на об'єкт і досягаються реальні зміни у ньому; 4) зворотні зв'язки, тобто інформація для суб'єкта щодо результативності управлінського впливу та змін в об'єкті.
Лапуста М. Г.	В загальному розумінні «управління» визначається передусім як елемент, функція організованих систем (біологічних, соціальних, технічних), яка забезпечує збереження їх певної структури, підтримку режиму діяльності, реалізацію їх програм і цілей.

Джерело: розроблено автором.

Абсолютно, будь-яка з наведених груп заслуговує окремого інтересу дослідників, але в контексті предмета нашого інтересу надання властивості для будь-якої з групи визначень не дозволить дізнатися відмінність «управління» від «менеджменту», а й сприятиме для усвідомлення цих понять. Заслуговує інтересу позиція якраз цього наукового колективу за змістом категорії «менеджмент» (табл. 3). Науковці систематизують визначення за такими підходами як:

- багатоаспектний;
- цільовий;
- функціонально-цільової;
- -процесуально-цільовий;
- процесуально-ресурсний;
- процесуально-результативний.

Таблиця 3

Визначення змісту категорії «менеджмент»

Автор	Визначення
Друкер П.	Спеціальний інструмент, особлива функція, специфічний апарат, який забезпечує організації можливості у досягненні необхідних результатів. Він існує заради результатів яких установа досягає у зовнішньому середовищі. Він повинен: визначати яких саме результатів слід досягти; мобілізувати ресурси організації для досягнення мети; надати будь-яка організації можливість досягти запланованого результату у зовнішньому середовищі, за межами організації. До кола уваги менеджменту входить все, що будь-яким чином впливає на продуктивність та результативність діяльності організації.
Дафт Р.	Ефективне і раціональне досягнення цілей організації за допомогою планування, організації, керівництва та контролю організаційних ресурсів. Цілеспрямований вплив на колектив працівників або окремих виконавців з метою виконання поставлених завдань та досягнення визначених цілей організації. Процес менеджменту передбачає виконання функцій планування, організації взаємодії, мотивації, контролю праці робітників організації для досягнення певних цілей. Сьогодні у світі існує понад п'ятдесят визначень поняття «менеджмент». В його основі лежить англійське дієслово manage – керувати, яке походить від латинського manus – рука.
Нечаюк Л. І. Телеш Н. О.	Менеджмент визначається як інтеграційний процес, за допомогою якого професійно підготовлені спеціалісти формують організації та керують ними шляхом постановки цілей та розробки засобів їх досягнення. Кінцевою метою менеджменту є забезпечення прибутковості підприємства.
Роббінз С. П. Коултер М.	Процес координування та об'єднання професійної діяльності інших людей таким чином, щоб вона була ефективною і результативною. З точки зору функціонального підходу менеджери, координуючи діяльність своїх співробітників, виконують чітко визначені обов'язки або функції: планування, організація, керівництво та контроль.

Джерело: розроблено автором.

Звернемо увагу, власне що деякі з концептів визначення категорії «менеджмент» містять посилання на середовище, в межах якого відбувається управлінських вплив суб'єкта владних відносин на об'єкт, а саме – ринкові умови [2, с. 87]. Тобто, менеджмент має можливість волоніти прояв лише тільки в ринкових умовах, в той час як процес управління не обмежується певними критеріями (менеджмент персоналу, менеджмент людських ресурсів, менеджмент процесів, але управління в надзвичайних ситуаціях, державне управління, управління військами).

Пояснення змісту менеджменту не завжди апелюють до процесу формування мети роботи відповідної організації (групи осіб), власне що обумовлює концентрацію інтересу перш за все на «досягнення цілей» або ж на «виконання встановлених завдань». Досить цікавим результатом аналізу змісту визначених концептів (табл. 4) можна вважати факт зв'язку менеджменту з таким видом діяльності, який передбачає ефективне використання наявних у розпорядженні ресурсів.

Таблиця 4

Концептуальний зміст категорій «управління» та «менеджмент»

Управління	– Функція організованих систем, яка забезпечує збереження їх структури. – Функція організованих систем, яка забезпечує розвиток структурних елементів. – Цілеспрямований вплив суб'єкта на об'єкт управління за допомогою певної системи методів і технічних засобів. – Процес і продукт свідомості та волі людей, найважливіший напрям дії їх розуму. – Система скоординованих впливів суб'єкта на об'єкт для досягнення мети. – Функція складних організованих систем, спрямована на досягнення належного стану в самій системі. – Організація цілеспрямованих дій. – Діяльність суб'єкта, яка має прояв у цілеспрямованому, організуючому впливі на об'єкт управління з метою приведення останнього у бажаний стан. – Загальна система відносин і явищ. – Управління в природі та суспільстві. – Технологічна організація об'єкта управління. – Управління: передбачає формування цілей та забезпечує їх досягнення; дії щодо збереження структури та її розвитку; процес та продукт свідомої волі суб'єкту управління; цілеспрямований вплив.
Менеджмент	– Принципи соціального управління; влада і мистецтво управління людьми. – Професійне управління сучасною організацією в умовах ринкової конкурентної економіки. – Система програмно-цільового управління, перспективного та поточного планування, організації виробництва і реалізації продукції. – Вплив на колектив працівників з метою виконання поставлених завдань. – Вид професійної діяльності, направлений на досягнення визначених цілей. – Процес координування та об'єднання професійної діяльності інших людей таким чином, щоб вона була ефективною і результативною. – Спеціальний інструмент, особлива функція, специфічний апарат, який забезпечує організації можливості у досягненні результатів. – Ефективне і раціональне досягнення цілей організації за допомогою планування, організації, керівництва та контролю організаційних ресурсів. – Менеджмент: інструмент досягнення мети та забезпечення ефективного використання ресурсів; процес координування дій колективу; система впливу на соціальний об'єкт в ринкових умовах.

Джерело: розроблено автором.

При розгляді концептів змісту категорії «управління» ми визначили таку особливість, управління може бути як ефективним так і не ефективним (навіть неефективне управління може бути виправдане в контексті певної мети і результатів її досягнення), в той же час як в класичному розумінні змісту «менеджмент» (теоретичний аспект), як правило, тільки ефективним (безумовно, на практиці менеджмент може бути визнаний неефективним, але, на відміну від управління, цей прецедент не може бути виправданий). Ще однією особливістю, яка досить переконливо свідчить про принципову різницю між управлінням і менеджментом, є конфігурація існування (прояву, форма існування) суб'єкта управлінського впливу. Наприклад, в менеджменті суб'єкт управлінського впливу може бути представлений виключно у вигляді соціального об'єкта (людини), тоді як управління може здійснюватися технічною системою за допомогою програмного забезпечення [3, с. 116].

Велику кількість уваги що до створення умов для ефективної роботи менеджменту, повноцінного формування та розвитку управлінського процесу потрібно відвести державі. Професійне поняття управлінського процесу пов'язане з розглядом його основних компонентів (рис. 1).

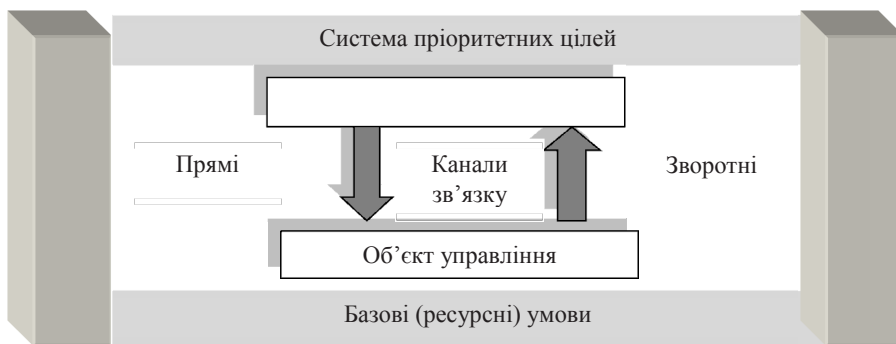


Рис. 1. Основні компоненти управлінського процесу
Джерело: [5, с. 22].

Взаємодія суб'єкту і об'єкту управління проходить каналами прямих та зворотних зв'язків розглядається як взаємодія виключно людей (персоналу) при виконанні певних професійних обов'язків. Сукупність показників за базовими умовами, системою пріоритетних цілей та за прикордонними умовами складає поняття контуру управління. Управлінський процес формує роботу менеджменту в межах визначеного

контур управління, а якість цієї роботи залежить від професійної компетенції кадрів організації, насамперед, кадрів системи менеджменту [3, с. 47].

Діяльність менеджменту реалізовується в управлінському процесі. Система самообмеження контуром управління є ознакою професійного менеджменту. Що стосується самообмеження в системі базових ресурсних умов і пріоритетних цілей на початку управлінського процесу, то вони доповнюється певними обмеженнями прикордонних умов, які коректують управлінський процес у часі досягнення поставлених цілей.

Зрозуміло, що вказані обмеження створюють певні особливості взаємодії головних компонентів управлінського процесу – суб'єкту і об'єкту по каналам прямих і зворотних зв'язків. Насамперед, важливою передумовою ефективності цієї взаємодії виступає рівень професійного розвитку суб'єкту і об'єкту управління.

Для того щоб між двома суб'єктами була присутня управлінський зв'язок і відповідно до цього вироблялося управлінська взаємодія, потрібно, щоб між даними суб'єктами були присутні справи управління, саме вони вважаються основою здатності втілення управління, тому що саме вони задають ймовірність виробляти управлінські команди і готовність ці команди виконувати. Ефективність взаємодії суб'єкта та об'єкта управління значною мірою залежить від такого, як правильно вони розуміють один одного. Характер взаємодії людей і ті громадські ролі, які вони виконують, входять до числа найважливіших моментів, що обумовлюють знання людини людиною. Контакти між суб'єктом і об'єктом управління як членами виробничого колективу супроводжуються процесами міжособистісної перцепції.

Ми хочемо виділити, що ключовою проблемою (при відносинах між суб'єктом та об'єктом) є мотиваційний механізм взаємодії, а також, можливості створення інноваційного середовища з реалізацією системи додаткових управлінських повноважень.

Необхідно також пояснити сутність такого компоненту управлінського процесу, як система пріоритетних цілей організації. Взагалі перед організацією може поставати велика кількість пріоритетних цілей, усі вони будуть потрібними для розвитку організації, але виконання усіх цих цілей є неможливим завданням для організації, у першу чергу, через недостатність ресурсів [2, с. 78]. Тому система пріоритетних цілей для менеджменту повинна означати тільки ті цілі, які виключно забезпечують конкурентну життєздатність організації. Таким чином, можливість систематизації цілей діяльності організації з метою знахо-

дження пріоритетів розвитку і побудови дерева цілей, є ознакою професійної системи менеджменту. Сприйняття менеджментом саме такої концепції пріоритетних цілей економічної організації є безперечним доказом його професіоналізму.

Однією з основних ознак професійного менеджменту є розуміння базових (ресурсних) умов управлінського процесу. Ресурсний стан організації є певною базовою платформою для запуску і подальшого ефективного розвитку управлінського процесу. Ресурси організації є ресурсами менеджменту і вони повинні в повному обсязі проходити процес розширеного відтворення. Базове завдання менеджменту – це забезпечити розширене відтворення матеріальних, фінансових, людських та інформаційних ресурсів організації. Досить новим завданням менеджменту виступає процес відтворення інтелектуального капіталу організації, але зовсім особливою формою сучасної діяльності менеджменту є повноцінне розширене відтворення, образно кажучи, «самого себе», тобто управлінського капіталу [5, с. 23].

Розглянемо первинну причетність менеджменту до сфери функціонування економічної організації і визначимо головні напрямки діяльності його системи менеджменту більш детально (рис. 2).

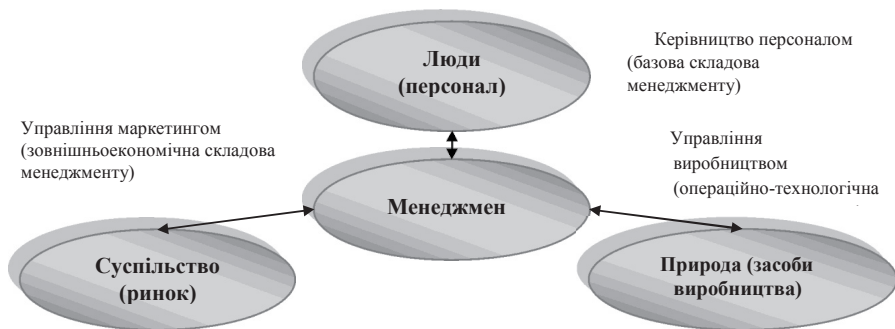


Рис. 2. Функціональні сфери діяльності професійної системи менеджменту

Джерело: [5, с. 49].

I. Людина. Реалізується діяльність з керівництва людським потенціалом економічної організації, що, власне, визначається як менеджмент (базова складова системи менеджменту).

II. Суспільство. Реалізується діяльність управління ринковими умовами конкурентоспроможності, що визначається як управління маркетингом (зовнішньоекономічна складова системи менеджменту).

III. Природа. Реалізується діяльність з управління техніко-економічними умовами розвитку економічної організації, що визначається як управління виробництвом (операційно-технологічна складова системи менеджменту).

Враховуючи ці три напрямки діяльності менеджменту, необхідно виділити три основні технологічні процеси системи менеджменту, які формують базові управлінські технології, а саме: технології керівництва персоналом, управління маркетингом, операційний менеджмент. При цьому, принциповим моментом є те, що в усіх трьох напрямках діяльність менеджменту проходить за допомогою впливу саме на підлеглих, які виконують певні структурно-функціональні обов'язки в організації. Тому управлінські технології завжди мають два основні компоненти – суб'єкт (керівник) і об'єкт (підлеглий). Тільки за допомогою взаємодії цих двох компонентів починає працювати технологія управлінського процесу [5, с. 49].

Висновки та пропозиції. Становлення процесу професіоналізації управлінської діяльності не можливо розглядати без вивчення концепції професійної системи менеджменту, яка характеризує уміле заповнення практичної управлінської роботи. Функції впливають на становлення ієрархічних рівней управлінського персоналу, а ще на здатності інтеграції функцій в системі практичних дій створення організаційно-управлінської структури організації. Методи менеджменту – це головний інструментарій управлінської діяльності. Управлінська діяльність не може бути дієвою, у випадку коли методи застосовують архаїчні і емпіричні походження.

Ефективність використання управлінського персоналу визначається як ступінь досягнення цілей і вирішення завдань діяльності підприємства шляхом ефективного формування, діяльності і розвитку управлінського персоналу

Здійснений аналіз базисних понять, які відіграють важливу роль у підготовці управлінського персоналу дозволяє зробити ряд вагомих, на наш погляд, висновків. Особливої уваги слід звернути до чіткого визначення методологічних основ впорядкування категоріального апарату підготовки управлінського персоналу. Безформні бесіди про управління робляться конкретно-визначеними, коли управління з'являється як діяльність.

Список використаної літератури

1. Адізес Іцхак. Ідеальний керівник. Чому ним неможливо стати ; пер. з англ. Київ : Наш формат, 2017. 277 с.
2. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века ; пер. с англ. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.
3. Ушенко Н. В. Професіоналізація управлінської діяльності: підхід з позицій теорій лідерства. *Проблеми розвитку зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності: зб. наук. праць*. ДонДУУ, Маріуполь: ДонДУУ, 2015. Т. XVI. 279 с.
4. Кузнецов Е. А., Кузнецова З. В. Актуалізація принципів управлінського конституціоналізму професійної системи менеджменту. *Актуальні проблеми економіки і менеджменту : теорія, інновації та сучасна практика. Монографія. Книга п'ята* ; за ред. д.е.н., проф. Кузнецова Е. А. Херсон : ОЛДІ ПЛЮС, 2017. 324 с.
5. Кузнецов Е. А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія. Херсон : ОЛДІ ПЛЮС, 2017. 382 с.
6. Роббинз С. П., Коултер М. Менеджмент ; пер. с англ. – Москва : ИД «Вильямс», 2007. 1056 с.
7. Московская А. А. Профессионализация менеджмента: цели, барьеры, перспективы. *Социологическое исследование*. 2011. № 7. С. 26-37
8. Канке В. А. Философия менеджмента: учебник. Москва : КНОРУС, 2010. 392 с.

Стаття надійшла 03.02.2019 року

О. К. Гилко,

аспирант

кафедры менеджмента и инноваций

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,

Французский бульвар, 24/26, г. Одесса, 65058, Украина

e-mail: gilko0701@gmail.com

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И КАТЕГОРИИ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА

В данной статье рассматриваются актуальные базовые понятия используемые при подготовке управленцев. Все трудности в заключении системного сведения науки или доктрине состоят в том, чтобы отыскать принцип, в основе классификации базовых понятий. Выявлены основные различия между такими понятиями как «менеджер» и «управленец». Было доказано, что при неправильном понимании этих терминов, это отразится на дальнейшем внедрении системы менеджмента. Правильно подобранная терминология играет важную роль в достижении корректной и правильной коммуникации. При рассмотрении основного концептуального содержания таких понятий как «управление» было

выявлено, управление может быть как эффективным так и не эффективным, в то время как в классическом понимании содержания «менеджмент», как правило, только эффективным (безусловно, на практике менеджмент может быть признан неэффективным, но, в отличие от управления, этот прецедент не может быть оправдан). Профессиональное понятия управленческого процесса связано с рассмотрением его основных компонентов. Была рассмотрена причастность менеджмента в сферу функционирования экономической организации и были определены основные направления деятельности.

Ключевые слова: структурно-функциональная подготовка; управленческий персонал; категории профессиональной системы менеджмента; управленческий процесс.

O. K. Gilko,

postgraduate student

Of Department of management and innovations

Odessa I. I. Mechnikov National University,

24/26, Frantsuzkiy av., Odessa, 65058, Ukraine

e-mail: gilko0701@gmail.com

MAIN CONCEPTS AND CATEGORIES OF STRUCTURAL AND FUNCTIONAL TRAINING OF MANAGERIAL PERSONNEL

This article discusses the actual basic concepts that are used in the training of specialists. The difficulties in concluding the system of science or doctrine are in finding the principle, the basis for basic concepts classification. The main differences between definitions of “manager” and “executive” have been revealed. It was proved that if they are misunderstood, it will affect the further introduction of the managing system. Carefully chosen terminology plays an important role in achieving concrete and correct communication. When studying the basic composition of the term “administration”, it was revealed that it can be both effective and ineffective. Whereas the term “management” usually is exceptionally effective (in practice is may be ineffective, of course, but this precedent won’t be justified). Professional definition of administrative process is connected with studying its main components. The connection between management and economic organization functioning has been established as well as the main directions of actions.

Key words: structural vocational training; managerial personnel; professional management system categories; administrative process.

References

1. Adizes, Y. (2017). Idealnyi kerivnyk. Chomu nim nemigljivo stati? [Ideal leader. Why it is impossible to become]. Kyiv: Nash format [in Ukrainian].
2. Drucker, P. (2012) Menedzhment. Vyzovy XXI veka [Management. Challenges of the XXI Century]. Moskva: Mann, Ivanov and Ferber [in Russian].

3. Ushenko, N. V. (2015). Professionalizatsiia upravlinskoi diyalnosti: pidkhid z pozytsii teorii liderstva [Professionalization of managerial activity: an approach from the positions of leadership theories]. Mariupol: DonNUU. [in Ukrainian].
4. Kuznietsov, E. A. & Kuznietsova, Z. V. (2017). Aktualizatsiia pryntsyypiv upravlinskoho konstytutsionalizmu profesiinoi systemy menedzhmentu [Actualization of principles of managerial constitutionalism of management professional system]. *Aktualni problem ekonomiky i menedzhmentu : teoriia, innovatsii ta suchasna praktyka. Monografiia. – Actual problems of economy and management : theory, innovations and modern practice. Monograph.* Kherson : OLDI PLYUS. [in Ukrainian].
5. Kuznietsov, E. A. (2017). Metodolohiia professionalizatsii upravlinskoi diialnosti v Ukraini : Monohrafiia [Methodology of managerial activities' professionalization in Ukraine : Monograph]. Kherson : OLDI PLYUS. [in Ukrainian].
6. Robbins, S. P. (2007). Menedzhment. [Management]. Moskva: ID “Williams”. [in Russian].
7. Moskovskaya, A. A. (2011). Professionalizatsia menedzhmenta: tseli, bareri, perspektivi [Professionalization of management: goals, barriers, perspectives]. *Sotsiologicheskoe issledovanie. – Sociological research*, 7, pp. 26-37. [in Russian].
8. Kanke, V. A. (2010). Filosofia menedzhmenta: uchebnik [Management Philosophy: Manual]. Moskva: KNOROUS. [in Russian].

УДК: 65:005.4

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173803

В. І. Осипов,

доктор економічних наук, професор
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,
e-mail: finans@onu.edu.ua

Т. О. Крусір,

студентка
спеціальності «Менеджмент»
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,
e-mail: tanyashargorod@gmail.com

СУЧАСНИЙ СТАН ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Фондовий ринок як складова фінансового ринку традиційно вважається забезпечувальною ланкою всієї фінансової системи держави. Розвиток цивілізованого інвестиційного процесу в економіці України, подальше проведення ринкових реформ неможливі без створення ефективно працюючого фондового ринку, який має забезпечувати реалізацію національних інтересів України та сприяти зміцненню її економічного суверенітету.

Сьогодні фондовий ринок України знаходиться на етапі свого становлення та значно відстає у розвитку від фондових площадок промислово розвинутих країн. З огляду на це, дослідження сучасних умов, особливостей та тенденцій розвитку фондової біржової торгівлі та інфраструктури України стає для національної економіки надзвичайно актуальним.

Дана стаття присвячена аналізу проблеми виявлення особливостей функціонування та проблемам розвитку фондового ринку України, а також обґрунтуванню напрямів підвищення його ліквідності та ефективності. Проаналізовано основні тенденції розвитку фондового ринку. Відмічено сучасні зміни в процесі торгівлі на фондовому ринку України. Акцентовано увагу на існуючих проблемах на шляху розвитку фондового ринку України, які заважають його ефективному функціонуванню.

Ключові слова: фондовий ринок; інвестиції; фондова біржа; акції.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний фондовий ринок України знаходиться на етапі свого становлення та значно відстає у розвитку від фондових площадок промислово розвинутих країн. Тому

дослідження сучасних умов, особливостей та тенденцій розвитку фондової біржової торгівлі стає для національної економіки надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем функціонування фондового ринку та біржової торгівлі зробили такі українські науковці, як Д. Бутенко, Ю. Раделицький, С. Самець, І. Школьник, Г. Яцюк. Проте нинішній його стан свідчить про наявність багатьох невирішених питань, які потребують подальшого вивчення та пошуку шляхів розв'язання.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка стану та визначення проблем функціонування фондового ринку України, а також обґрунтування напрямів вдосконалення його розвитку.

Основними методами дослідження в статті є теоретичний аналіз літератури з досліджуваної проблеми, спостереження, аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фондовий ринок в Україні поступово розвивається, про що свідчать позитивні тенденції збільшення обсягів біржових контрактів на організаторах торгівлі. Але все одно капіталізація українського фондового ринку порівняно зі світовими дуже низька. Капіталізація компаній, що знаходяться у біржовому лістингу Української біржі, складає всього 45 млрд. грн., або 1,66 млрд. дол. США. Для порівняння, капіталізація компаній, що входять в американський індекс S&P 500, перевищує 20 трлн. дол. США. Середньоденний оборот в 2018 році на Нью-Йоркській фондовій біржі складає 64 млрд. дол. США, а на біржі NASDAQ – 44 млрд. дол. США.

Відстає український фондовий ринок і порівняно з сусідніми країнами. Середньоденний оборот на ринку акцій Варшавської фондової біржі складає 220 млн євро. На Українській біржі денний об'єм торгівлі акціями складає всього декілька десятків мільйонів грн.

Мінімальні об'єми торгів обумовлені декількома чинниками, у тому числі невисоким рівнем недовіри інвесторів до фондового ринку. Велика проблема – незнання і невміння інвесторів, як заробляти на ринку цінних паперів, звідси і низький інтерес до нього. При цьому фондовий ринок активно використовується для фінансування дефіциту бюджету. За даними НКЦПФР, 88 % від загального об'єму угод доводиться на держоблігації. А на торгівлю акціями доводиться тільки 2 % від об'єму торгів.

В Україні фондовий ринок не виконує свою основну функцію – залучення капіталу для публічних компаній. Компанії, зацікавлені в залученні додаткових інвестицій, їдуть у Великобританію або Польщу і

проводять розміщення своїх акцій. По такому шляху пішли більшість українських компаній, зацікавлених в залученні капіталу, приміром, агрохолдинги «Кернел» і «Миронівський хлібопродукт».

У цілому ситуація з фінансовими інструментами фондового ринку характеризується такими негативними моментами:

- надто вузький спектр доступних для роботи фінансових інструментів, що ускладнює диверсифікацію портфелів і можливостей для інвестування;
- низька якість цінних паперів, що перебувають в обігу;
- низька ліквідність та висока волатильність цін лістингових цінних паперів;
- відсутність в обігу на біржах цінних паперів іноземних емітентів, активи яких розташовані в Україні.

Такий стан пов'язаний з тим, що самі емітенти – акціонерні товариства, що з'явилися після приватизації, не надто прагнуть до вільного обігу власних акцій на ринку. Також негативний вплив роблять вся наявна інфраструктура та система регулювання, що орієнтовані на великих емітентів, масштаби яких дозволяють працювати з ними іноземним інвесторам. До того ж заважає розвитку відсутність ефективного захисту прав інвесторів у цінні папери та незацікавленість потенційних інвесторів придбати цінні папери через низький рівень корпоративного управління. Проведення українськими компаніями IPO та SPO на зарубіжних біржових площадках також негативно впливає на стан фондового ринку України.

Але з 2017 року у українців з'явилося більше фінансових можливостей для інвестування в своїй країні. Національна комісія з цінних паперів і фондового ринку (НКЦПФР) на законодавчому рівні (рішення НКЦПФР від 07.12.2017 № 871) дозволила українцям торгувати цінними паперами іноземних компаній. Раніше можливості легально купувати акції або облігації топових світових компаній, таких як Microsoft, Apple або Alphabet, не було. Але ці папери на порядок цікавіше для інвестування, ніж папери вітчизняного бізнесу.

У зв'язку зі спрощенням процесу торгівлі та розширенням переліку іноземних цінних паперів, які можуть торгуватися, на українському ринку можуть з'явитися «блакитні фішки» – акції найбільш великих, ліквідних і надійних компаній із стабільними показниками доходності, особливо ті, які на слуху у українських інвесторів. Очікується інтерес до корпоративних єврооблігацій, у тому числі і тих компаній, чий бізнес пов'язаний з Україною.

Також рішення НКЦПФР допоможе прискорити процес заведення іноземних цінних паперів в Україну, збільшить можливості для інвестування не лише для професійних торговців цінними паперами, але і для звичайних інвесторів – фізичних і юридичних осіб.

Але важлива роль в появі іноземних цінних паперів на українському ринку належить Національному Банку України, особливо в питанні лібералізації і спрощення валютного регулювання. Зараз для купівлі іноземних цінних паперів торговці вимушені отримувати індивідуальні валютні ліцензії, що віднімає багато часу і зусиль і робить процес приходу іноземних цінних паперів в Україну довгим і громіздким. Також вимагає спрощення і механізм виведення іноземних інвестицій при продажі цінних паперів безпосередньо в Україні.

Крім того, для купівлі іноземних цінних паперів, торговцям знадобиться валюта, яку вони купуватимуть на валютному ринку. В цьому випадку, лояльність НБУ до процесу багато в чому залежатиме від того, наскільки збільшиться попит на валюту і тиск на курс гривні.

Таким чином, перспектива появи іноземних цінних паперів в Україні – явище позитивне як для розвитку фондового ринку, так і для створення можливостей для внутрішнього інвестування. Користь з цього також отримують і ті українські компанії, які розмістили свої акції за межами країни. Тепер акції таких компаній також можуть бути запропоновані інвесторам на українському ринку.

Також важливим є той факт, що поява різноманітних і привабливих фінансових інструментів в Україні особливо доречною може бути при запуску другого накопичувального рівня пенсійної системи. Вихід на ринок недержавних пенсійних фондів приведе до зростання попиту на якісні і надійні фінансові інструменти. При цьому вкладення пенсійних коштів в іноземні «блакитні фішки» дає більше впевненості у збереженні інвестованих засобів, ніж при купівлі паперів українських емітентів.

Висновки та пропозиції. Сучасний стан фондових бірж в Україні доволі поганий. Це зумовлено великими проблемами організаційного розвитку фондового ринку, які нерозривно пов'язані зі складним становищем самої країни. Але ринок має потужний потенціал та великі перспективи розвитку. Завдяки рішенням НКЦПФР про спрощення торгування цінними паперами іноземних компаній збільшаться можливості для інвестування. Залучення іноземних цінних паперів дасть змогу реалізувати суспільно значимі проекти та підвищити економіку країни в цілому.

Список використаної літератури

1. Бутенко Д. С. Розвиток інструментів біржового фондового ринку як необхідна умова забезпечення конкурентоспроможності торгівельної інфраструктури національного фондового ринку. *Фінансова інфраструктура України: проблеми та напрямки розвитку: зб. тез Всеукр. наук.- практ. конф.* Київ : Криниця, 2013. С. 117-120.
2. Калинець К. Аналіз світового досвіду організації фондової біржі в контексті можливостей його використання в Україні. *Регіональна економіка*. 2009. № 3. С. 182-191.
3. Раделицький Ю. В. Державне регулювання ринку фінансових інвестицій: зарубіжний досвід і національні реалії. *Науковий Вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць*. Львів : РВВ НЛТУ України, 2009. С. 242-248.
4. Самець С. М. Місце і значення ринку цінних паперів в економіці України. *Науковий вісник НЛТУ України*, 2010. № 20. С. 244-252.
5. Школьник І. О., Червякова С. В. Реформування вітчизняної розрахунково-клірингової системи як передумова забезпечення ефективності функціонування інфраструктури ринку цінних паперів у процесі ІРО. *Проблеми економіки*, 2012. № 3. С. 15-19.
6. Яцюк Г. В. Модернізація торгівельної інфраструктури ринку цінних паперів. *Фінансова інфраструктура України: проблеми та напрямки розвитку: зб. тез Всеукр. наук.- практ. конф.* Київ : Криниця, 2013. С. 170-172.
7. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку : веб-сайт. URL : <http://www.nssmc.gov.ua/>

Стаття надійшла 12.06.2019 року

В. И. Осипов,

доктор экономических наук, профессор
профессор кафедры финансов, банковского дела и страхования
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина,
e-mail: finans@onu.edu.ua

Т. О. Крусир,

студентка
специальности «Менеджмент»
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина,
e-mail: tanyashargorod@gmail.com

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ФОНДОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ

Фондовый рынок как составляющая финансового рынка традиционно считается обеспечительным звеном всей финансовой системы государства. Развитие цивилизованного инвестиционного процесса в экономике Украины, дальнейшее проведение рыночных реформ невозможны без создания эффективно работающего фондового рынка, который должен обеспечивать реализацию национальных интересов Украины и способствовать укреплению ее экономического суверенитета.

Сегодня фондовый рынок Украины находится на этапе своего становления и значительно отстает в развитии от фондовых площадок промышленно развитых стран. Учитывая это, исследование современных условий, особенностей и тенденций развития фондовой биржевой торговли и инфраструктуры Украины становится для национальной экономики чрезвычайно актуальным.

Данная статья посвящена анализу проблемы выявления особенностей функционирования и проблемам развития фондового рынка Украины, а также обоснованию направлений повышения его ликвидности и эффективности. Проанализированы основные тенденции развития фондового рынка. Отмечены современные изменения в процессе торговли на фондовом рынке Украины. Акцентируется внимание на существующих проблемах на пути развития фондового рынка Украины, которые мешают его эффективному функционированию.

Ключевые слова: фондовый рынок; инвестиции; фондовая биржа; акции.

V. I. Osipov,

doctor of economics, professor,
professor of Department of finances, banking and insurance
Odessa I. I. Mechnikov National University,
24/26, Frantsuzkiy av., Odessa, 65044, Ukraine
e-mail: finans@onu.edu.ua

T. O. Krusir,

student of specialty Management
Odessa I. I. Mechnikov National University,
24/26, Frantsuzkiy av., Odessa, 65044, Ukraine
e-mail: tanyashargorod@gmail.com

THE CURRENT STATE OF UKRAINIAN STOCK MARKET

The stock market as a component of the financial market is traditionally considered to be a security element of the entire financial system of the state. The development of a civilized investment process in the economy of Ukraine, the further implementation of market reforms are impossible without the creation of an efficiently functioning stock market, which should ensure the realization of Ukraine's national interests and help strengthen its economic sovereignty.

The stock market in Ukraine is gradually evolving, as evidenced by the positive tendencies of increasing the volume of exchange contracts on trade organizers. But still capitalization of the Ukrainian stock market is very low compared to the world.

Today, the stock market of Ukraine is at the stage of its formation and is far behind in the development of the stock markets of industrialized countries. Given this, the study of modern conditions, features and trends in the development of stock exchange trading and the infrastructure of Ukraine is becoming extremely important for the national economy.

This article is devoted to the analysis of the problem of identifying the features of functioning and problems of development of the Ukrainian stock market, as well as the rationale for ways to increase its liquidity and efficiency. The main trends of the stock market development are analyzed. The current changes in the process of trading in the stock market of Ukraine are noted. The attention is focused on the existing problems in the development of the Ukrainian stock market that hinder its effective functioning, in particular the limited number of liquid and investment-attractive financial instruments, the high fragmentation of stock and depository infrastructure, insufficient legislative regulation of stock exchange activities.

Key words: stock market; investment; stock exchange; stocks.

References

1. Butenko, D. S. (2013). Rozvytok instrumentiv birzhovoho fondovoho rynku iak neobkhidna umova zabezpechennia konkurentospromozhnosti torhivelnoi infrastruktury natsionalnogo fondovoho rynku [Development tools exchange stock market as a necessary condition to ensure the competitiveness of the trading infrastructure of the national stock market]. *Finansova infrastruktura Ukrainy: problemy ta napriamky rozvytku – Financial infrastructure of Ukraine: problems and development prospects*. Pp. 117-120. [in Ukrainian].
2. Kalynets, K. S. (2009). Analiz svitovoho dosvidu orhanizatsii fondovoi birzhi v konteksti mozhlyvosti ioho vykorystannia v Ukraini [Analysis of international experience of the stock exchange in the context of its capabilities in Ukraine]. *Rehionalna ekonomika – Regional econmy*, No. 3, Pp. 182-191. [in Ukrainian].
3. Radelytskyi, Yu. V. (2009). Derzhavne rehuliuвання rynku finansovykh investyt-sii: zarubizhnyi dosvid i natsionalni realii [State regulation of financial investments: international experience and national realities]. *Naukovyi Visnyk NLTU Ukrainy – Scientific bulletin of NLTU Ukraine*, Pp. 242-248. [in Ukrainian].
4. Samets, S. M. & Ikonnikov, O. V. (2010). Mistse i znachennia rynku tsinnykh paperiv v ekonomitsi Ukrainy [The place and importance of the stock market in the economy of Ukraine]. *Naukovyi Visnyk NLTU Ukrainy – Scientific bulletin of NLTU Ukraine*, No 20, Pp. 244-252. [in Ukrainian].
5. Shkolnyk, I. O. & Cherviakova, S. V. (2012). Reformuvannia vitchyznianoї rozrakhunkovo-kliirynhovoї systemy iak peredumova zabezpechennia efektyvnosti funktsionuvannia infrastruktury rynku tsinnykh paperiv u protsesi IRO [Reform of the national clearing and settlement system as a precondition for the effective functioning of securities market infrastructure in the IPO]. *Problemy ekonomiky – Problems*

- of economy*, No. 3, Pp. 15-19. [in Ukrainian].
6. Yatsiuk, H. V. (2013). Modernizatsiia torhivelnoi infrastruktury rynku tsinnykh paperiv [Modernisation of the trading securities market infrastructure *Finansova infrastruktura Ukrainy: problemy ta napriamky rozvytku – Financial infrastructure of Ukraine: problems and development prospects*. Pp. 170-172. [in Ukrainian].
 1. Natsionalna komisiia z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku : veb-sait [National Securities and Stock Market Comission : website]. Retrieved from: <http://www.nssmc.gov.ua/> [in Ukrainian].

УДК: 330.101

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173804

О. О. Шеремет,

кандидат економічних наук,
доцент, директор Навчально-наукового
інституту економіки і управління
Національного університету харчових технологій
вул. Володимирська, 68, м. Київ, 01601, Україна
e-mail: eiu@doc.nuft.edu.ua

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглядаються питання щодо моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі. Сформована ієрархія взаємопов'язаності місії, стратегічних орієнтирів та цілей суб'єктів харчової промисловості. Розроблена модель функціонування та стратегічного розвитку суб'єкта харчової промисловості. Запропоновано визначення основних аспектів, які необхідно враховувати при формуванні стратегічних цілей у харчовій промисловості. Представлена ієрархія стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості. Обґрунтовано та запропоновано моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі. Досліджено класифікацію стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі.

Сформовані концептуальні підходи до розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості. Запропонований підхід надає можливість дослідити процес розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості, враховуючи систему забезпечення, яка включає принципи, критерії, параметри, обмеження та відповідну спрямованість, фактори впливу та їх узгодженість, що дозволить виокремити альтернативні шляхи досягнення стратегічних цілей та сформувати методичне і ресурсне забезпечення з метою отримання ефективних результатів за умови заданих параметрів.

Ключові слова: стратегія; розвиток; стратегічні цілі; моделювання; харчова промисловість; макроекономічне середовище.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У національному макроекономічному середовищі, в умовах посиленої міжнародної інтеграції, харчова промисловість потребує розробки та реалізації комплексних ринкових стратегій, які спрямовані на розвиток галузевого потенціалу та конкурентоспроможності з урахуванням адаптованих до

змін у міжнародному просторі. В умовах глобалізації та зростаючої міжнародної конкуренції стратегія функціонування суб'єктів на ринку харчової продукції тісно пов'язана з проблемами сталого задоволення потреб споживачів та їх здатністю функціонувати в режимі розширеного відтворення у макроекономічному середовищі.

Відсутність ясності у розумінні фінансово-економічних процесів, які відбуваються у національному макроекономічному середовищі, нестача знань пов'язаних з функціонування та розвитку ринку й конкуренції є основними причинами неефективної діяльності у харчовій галузі. Сучасні трансформаційні процеси з якими стикаються суб'єкти харчової промисловості зумовлюють застосування неординарних підходів до організації господарської діяльності у галузі. У сучасних умовах не можливо досягти високих результатів господарювання без обґрунтованої стратегії розвитку суб'єкта національної економіки з врахуванням кон'юнктури ринкового середовища.

Формування ринкової стратегії у харчовій промисловості в умовах сьогодення пов'язано із невирішеними питаннями продовольчого забезпечення, постійними трансформаційними процесами, значної міжнародної конкуренції та посиленому впливу факторів глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями стратегічного розвитку суб'єктів національної економіки займалися такі науковці в галузі менеджменту: Ю. М. Сафонов, Ю. М. Мельнік, Г. С. Григор'єв, О. В. Побережець, Є. І. Масленников, А. П. Міщенко, Р. М. Пушкар та інші.

Постановка завдання. Дослідити та обґрунтувати моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єктивна необхідність насичення продовольчого ринку якісною та безпечною продукцією національного виробництва передбачає ефективне функціонування суб'єктів продовольчої галузі, тому що саме від обсягу виробництва харчових продуктів, їх якості, безпечності та доступності залежить не тільки рівень життя у національному середовищі, але і розвиток національної економіки з урахуванням продовольчої й економічної безпеки України.

В умовах ринкових відносин та посиленої міжнародної конкуренції вибираючи відповідну стратегічну зону господарювання для задоволення потреб на ринку продовольчої продукції, суб'єкти харчової промисловості повинні враховувати інтереси декількох потенційних споживачів їх результатів діяльності.

Приймаючи відповідні стратегічне рішення, зокрема, виокремлюючи ту чи іншу ціль стратегічного характеру для суб'єктів господарювання, необхідно оцінити, чи не відіб'ється її вибір негативно на інших цілях, які відображають інтереси інших суб'єктів у ринковому середовищі, і які передбачають принести йому у стратегічній перспективі певний економічний ефект.

Необхідно також відмітити, що залежно від ступеня зацікавленості відповідних осіб у функціонуванні та розвитку суб'єкта харчової промисловості, про бажаний стан, результати і його еволюції у цільовому просторі розрізняються наступні рівні опису: місія, стратегічні орієнтири, цілі, завдання та дії.

У науковому просторі будь-яка стратегія повинна розглядатися як органічна єдність цілей і засобів їх реалізації. Цілі повинні бути винесені на нижчий рівень узагальнення, оскільки їх формулювання повинно бути з достатнім ступенем конкретності, для того щоб можна було констатувати про ступінь реалізації тієї чи іншої цілі. Зокрема, для цього бажано, щоб опис цілей включав деякі значення показників, які вимірюються у відповідних змістовних шкалах (кількісної, відносної та ін.).

Таким чином, ланцюжок типових елементів цільової сфери має наступний вигляд: «місія – стратегія – цілі – завдання – дії – результат». Також достатньо часто зустрічається інше уявлення структури цільового простору, в якому стратегія і цілі змінюються місцями, а стратегія розглядається переважно як спосіб реалізації цілей.

Основна загальна ціль суб'єкта харчової промисловості, яка чітко відображає причина її існування формує його місією, а цілі розробляються для забезпечення досягнення місії та обов'язково їй підпорядковуються. Як зазначалося, місія визначає основні стратегічні орієнтири для розвитку суб'єкта харчової промисловості, тому вона є головною метою його існування, зумовлює вибір системи підпорядкованих цілей для забезпечення її досягнення у відповідних умовах макроекономічного середовища.

Ієрархія взаємопов'язаності місії, стратегічних орієнтирів та цілей суб'єктів харчової промисловості представлена на рис. 1.

Таким чином, для процесу цілепокладання у суб'єкта харчової промисловості, місія – найбільш загальна характеристика, яка у загальному випадку поглинає в себе цілі його функціонування та розвитку під впливом відповідних факторів макроекономічного середовища. Місія суб'єкта харчової промисловості – сукупність загальних орієнтирів і

принципів, які визначають його призначення і роль у національному макроекономічному середовищі та взаємини з іншими соціально-економічними суб'єктами країни.

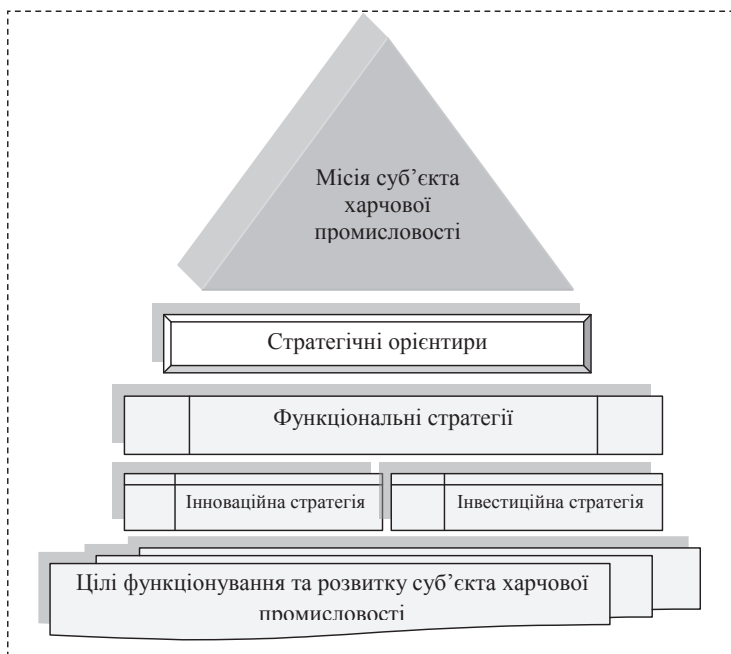


Рис. 1. Ієрархія взаємопов'язаності місії, стратегічних орієнтирів та цілей суб'єктів харчової промисловості

Джерело: розроблено автором.

Пітер Ф. Друкер, класик сучасного менеджменту сформулював базову ціль бізнесу і відповідно менеджменту наступним чином: «мета бізнесу повинна лежати поза самого бізнесу, тобто фактично вона повинна лежати в суспільстві, оскільки суб'єкти господарювання є частиною суспільства, тому існує тільки одне безперечне визначення цілі підприємництва – створення споживача» [1].

Таким чином, необхідно стверджувати, що місія будь-якої підприємницької діяльності полягає у задоволенні потреб споживача у макроекономічному просторі. Тому, для формулювання місії суб'єкта харчової промисловості необхідно враховувати вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Модель функціонування та стратегічного розвитку суб'єкта харчової промисловості сформована на рис. 2.

Місія суб'єктів харчової промисловості існує незалежно від того, сформульована або не визначена. Незважаючи на загальність місії, вона може змінюватися в міру умов функціонування суб'єкта харчової промисловості або його еволюції.

На основі місії, стратегічних орієнтирів та функціональної стратегії, яка має інноваційну або інвестиційну спрямованість, формуються відповідні цілі суб'єкта харчової промисловості, які визначають критерії, на підставі яких оцінюється його розвиток у відповідних умовах функціонування.

У теоретичній та практичній площині цілі розвитку суб'єктів національної економіки у макроекономічному середовищі трактуються доволі неоднозначно, що зумовлює необхідність теоретичного дослідження семантики даної категорії.

В. Герасимчук у своїх дослідженнях стверджує, що ціль визначає конкретний кінцевий стан відповідної економічної системи та встановлює напрямки розвитку бізнесу і соціальної сфери, дає змогу сформувати систему пріоритетів, раціонально розподілити обмежені ресурси, сконцентрувати зусилля в конкретній сфері [1].

Інші автори формування цілей розглядають як встановлення параметрів очікуваного найприйнятнішого стану на фіксований момент часу (за певний проміжок часу) у процесі його розвитку з урахуванням динаміки зовнішнього середовища та виробничого потенціалу суб'єктів макроекономічного середовища [1].

На погляд автора дослідження, ціль – бажаний кінцевий результат господарювання, який забезпечує досягнення стратегічних орієнтирів та місії суб'єкта національної економіки.

Цілі, за визначенням Пушкар Р. М. та Тарнавської Н. П., повинні розроблятися для забезпечення місії та їй підпорядковуватися.

Отже, стратегічні цілі суб'єкта харчової промисловості – це встановлення бажаних параметрів стану розвитку господарської діяльності за певний проміжок часу, на досягнення яких спрямована його діяльність з урахуванням підпорядкованості місії, стратегічним орієнтирам і впливу різних факторів макроекономічного середовища. Стратегічні цілі суб'єктів національної економіки повинні бути чітко відкомунікована на всіх рівнях управління.

При формуванні стратегічних цілей у харчовій промисловості необхідно враховувати:

- стратегічні цілі повинні відповідати місії та стратегічним галузевим орієнтирам;

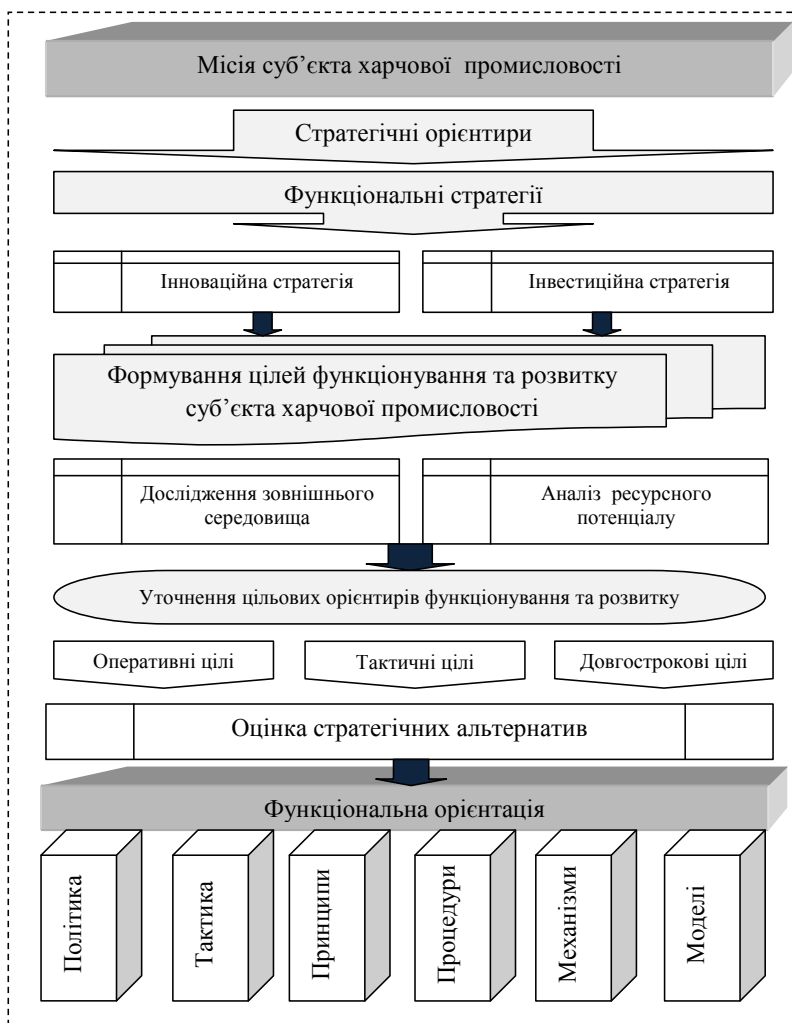


Рис. 2. Модель функціонування та стратегічного розвитку суб'єкта харчової промисловості

Джерело: розроблено автором.

- повинні відноситися до категорії первинних, тому їх необхідно відрізнити від повторних цілей;
- кількість стратегічних цілей не повинна бути достатньо великою;
- стратегічні цілі повинні бути взаємопов'язані між собою, що зумовлено єдністю місії та цілей;

- стратегічні цілі повинні бути гнучкими, тобто залишалася можливість їх корегувати через відповідні зміни у макроекономічному середовищі;

- стратегічні цілі повинні бути досяжними з матеріальної та фінансової точки зору;

- стратегічні цілі повинні бути доступними для контролінгу;

- повинні бути сконцентровані на результат.

Будь який суб'єкт харчової промисловості має систему стратегічних цілей, що визначається внутрішньою структурою, сферою господарювання, розвитком ринку, становищем у національному макроекономічному середовищі, ресурсним забезпеченням тощо.

Необхідно відмітити, що цілі функціонування та стратегічні цілі розвитку можуть суперечити між собою, але повинна існувати чітка ієрархія між ними, тому важливо передбачити їх взаємозалежність та спрямованість на єдину досяжну мету, яка виокремлює бажану модель стану харчової промисловості у майбутньому.

Формулюючи стратегічні цілі розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі необхідно визначати не тільки те, що вони можуть досягти, але і терміни досягнення відповідних результатів. Також важливим моментом при формуванні стратегічних цілей повинна бути їх прийнятність для зацікавлених осіб.

Стратегічні цілі розвитку харчової промисловості є напрями, в яких повинна здійснюватися діяльність первинної господарської ланки. Стратегічні цілі повинні визначати бажаний стан господарської системи, який необхідно досягти через певний проміжок часу.

Ієрархія стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості:

- стратегічні цілі власників – положення на ринку і в суспільстві, приріст капіталу та дивіденди;

- місія суб'єкта – узагальнене призначення і напрямки розвитку;

- стратегічні орієнтири – заплановані економічні та соціальні результати;

- стратегічні цілі управлінського персоналу – положення на ринку і в суспільстві, персональні досягнення, соціальний статус та винагорода;

- стратегічні цілі робітників – особисте становище, задоволеність роботою, кар'єра, досягнення, винагороди.

Основні компоненти стратегічних цілей у харчовій промисловості національного макроекономічного середовища:

- створення доданої вартості;

- економічне зростання;
- соціальна відповідальність;
- ефективність.

У багатьох наукових працях вказується, що основними цілями суб'єктів господарювання в ринкових умовах є економічне зростання та ефективність. У сучасних умовах функціонування суб'єктів харчової промисловості досягнення визначених цілей передбачає передусім зниження витрат пов'язаних з процесом виробництва та реалізації продукції.

Екологічна безпека та збереження довкілля також повинна бути однією з головних стратегічних цілей розвитку харчової промисловості.

Достатньо важливою стратегічною ціллю в умовах ринку є забезпечення стабільної фінансової стійкості у галузевому сегменті національної економіки. Суб'єкти господарювання можуть досягати цієї цілі тільки в тому випадку, якщо у своїй роботі будуть дотримуватися певних принципів і виконувати необхідні послідовні функції.

Важливою метою господарювання у харчовій промисловості є перевищення результатів діяльності над витратами, тобто досягнення більшого чистого фінансового результату або високої рентабельності. Ідеальним з економічної точки зору є таке положення, коли отримання максимального чистого фінансового результату забезпечує і більш високу рентабельність господарської діяльності.

Для досягнення стратегічної цілі, суб'єкти харчової промисловості повинні:

- застосовувати програмно-цільове управління, в межах якого контролюється рівень параметричних показників;
- раціонально використовувати ресурсне забезпечення з урахуванням їх взаємозамінності;
- розробляти стратегію та тактику поведінки суб'єкта, які повинні мати ознаки гнучкості;
- випускати високоякісну готову продукцію, яка задовольняє сучасні потреби споживачів;
- систематично впроваджувати інновації на всіх стадіях господарювання;
- діджиталізація праці та управління;
- задоволення сучасних соціальних потреб працівників;
- забезпечувати конкурентоспроможність у сучасному ринковому середовищі;
- здійснювати гнучку цінову політику;

- якісна орієнтація економічного розвитку;
- систематично впроваджувати інновації на всіх стадіях господарювання.

Необхідно також відмітити, що всі функції суб'єктів господарської діяльності повинні бути спрямовані на реалізацію сформованої стратегії та на досягнення визначених стратегічних цілей.

Стратегічні цілі повинні бути чітко, прозоро сформульовані та доведені до відома виконавців. Для реального виконання стратегічних цілей у харчовій промисловості вони повинні відповідати наступним вимогам: досяжність, вимірність, конкретність, орієнтованість у часі, гнучкість, прийнятність, ієрархічність.

Перелік і орієнтація стратегічних цілей суб'єктів харчової промисловості залежать від характеру й стану національного та (або) міжнародного споживчого ринку.

Моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі сформовано на рис. 3.

Моделювання стратегічних цілей – це основа стратегічного зростання суб'єктів національної економіки. За допомогою моделювання можливо створити поточну та перспективну модель галузевого розвитку, а також сформувати програми переходу з початкового стану на інший, більш ефективніший з урахуванням факторів впливу.

Вибір стратегічної цілі передбачає направлення на її досягнення певної сукупності ресурсного забезпечення, які мають господарюючі суб'єкти харчової промисловості. Як правило, ресурси завжди обмежені, тому суб'єкти галузі повинні визначити, досягнення яких стратегічних цілей забезпечить найбільшу продуктивність використання цих ресурсів під впливом відповідних факторів макроекономічного простору.

Для суб'єктів харчової промисловості обов'язково необхідно знати, які можливості вони мають, щоб у тих або інших умовах цілеспрямовано визначити стратегічні цілі, сформувати максимально продуктивні засоби їх досягнення та організувати сам процес реалізації стратегічних цілей з урахуванням процесів глобалізації та трансформації, які прибутанні сьогоденню.

Формування стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі має наступну класифікацію:

- за видами очікуваного ефекту – економічні та соціальні;
- за об'єктами стратегічного управління – стратегічні цілі галузі та господарського сегменту;
- за функціональною спрямованістю – операційні, інвестиційні, фінансові;

- за спрямованістю результатів – внутрішні та зовнішні стратегічні цілі;
- за пріоритетністю значення – головна, базова та допоміжна стратегічна ціль;
- за спрямованістю відтворювального процесу – стратегічні цілі розвитку та реноваційні стратегічні цілі;
- за характером впливу – прямі та підтримуючі стратегічні цілі.

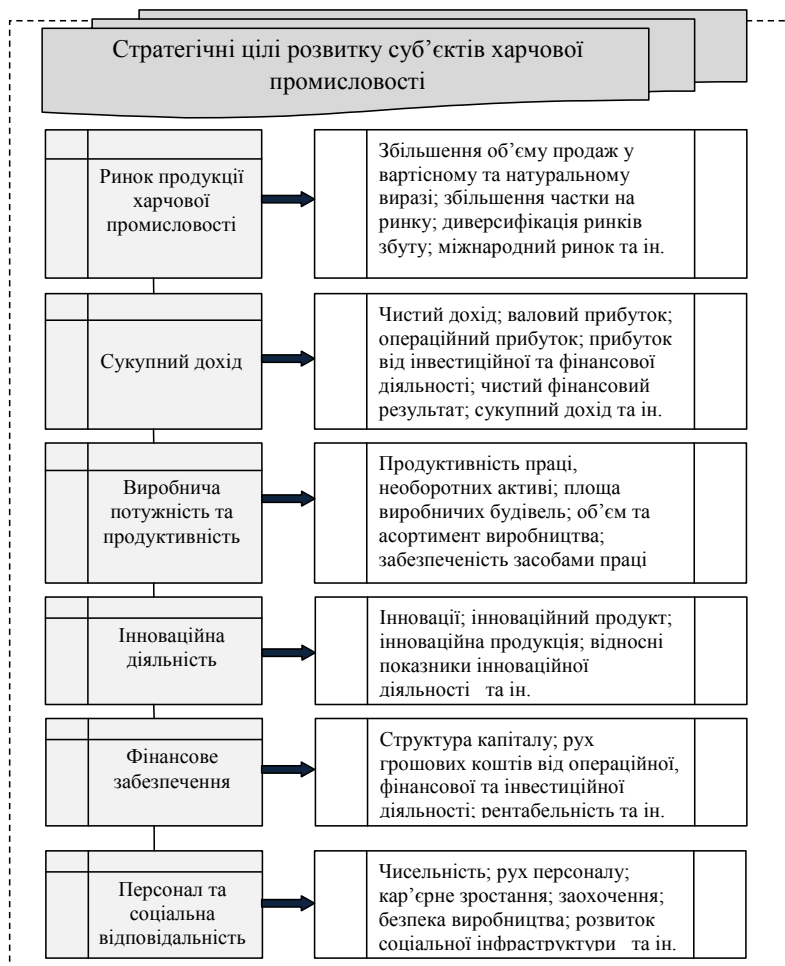


Рис. 3. Моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі

Джерело: розроблено автором.

Класифікація стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі не обмежується наведеними основними ознаками. Як правило, вона може бути доповнена, виходячи зі специфіки суб'єкта дослідження.

Стратегічні цілі застосовуються для орієнтації в процесі прийняття управлінських рішень щодо функціонування та розвитку суб'єкта національного макроекономічного середовища.

Стратегічні цілі мають короткострокову та довгострокову спрямованість. Основні компоненти стратегічних цілей, які мають короткострокову спрямованість: збільшення чистого фінансового результату за рахунок ефективного використання ресурсного забезпечення; оптимізація цінової політики з метою корегування фінансових результатів у поточному періоді; забезпечення оптимального завантаження виробничих потужностей за рахунок організації ефективної системи логістики; забезпечення необхідного рівня продуктивності праці за рахунок відповідної мотиваційної моделі; контролінг якості ресурсного забезпечення та реалізації готової продукції та ін.

На рис. 4 сформовані концептуальні підходи до розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості.

Компоненти стратегічних цілей, які мають довгострокову спрямованість: збільшення сукупного доходу за рахунок впровадження інноваційної діяльності; забезпечення необхідних темпів економічного зростання; забезпечення безперервного процесу відтворення необоротних активів; підвищення конкурентоспроможності продукції харчової промисловості; зниження витрат операційної діяльності; диверсифікація товарної номенклатури та ринків збуту; забезпечення інвестиційної привабливості та ін. Досліджуючи компоненти короткострокових і довгострокових стратегічних цілей, відмітимо, що у харчовій галузі суб'єкти достатньо увазі приділяють зростанню та збільшенню частки на продовольчому ринку.

Розробка стратегії розвитку суб'єктів харчової промисловості починається з визначенням основної мети. Стратегічна мета розвитку суб'єктів галузі формує стратегічні орієнтири, реалізація яких забезпечить перехід його у інший якісний стан, який відповідає інтересам власників та інших зацікавлених осіб.

Запропонований підхід надає можливість дослідити процес розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості, враховуючи систему забезпечення, яка включає принципи, критерії, параметри, обмеження та відповідну спрямованість, фактори впливу та

їх узгодженість, що дозволить виокремити альтернативні шляхи досягнення стратегічних цілей та сформувати методичне і ресурсне забезпечення з метою отримання ефективних результатів за умови заданих параметрів.

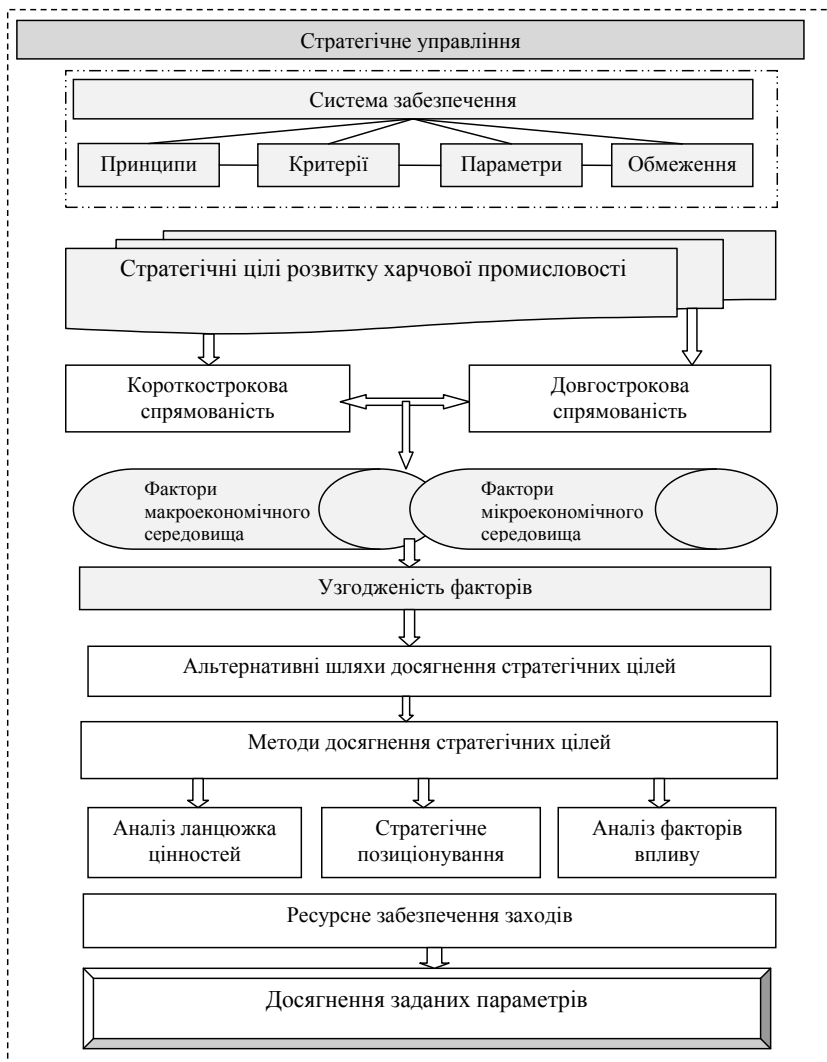


Рис. 4. Концептуальні підходи до розробки програми реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, забезпечення та реалізація ринкових стратегій у харчовій промисловості може базуватися на певній сукупності наукових елементів системи стратегічного управління. Для виокремлення аналітичного інструментарію необхідно підходити з позиції ситуаційних теорій і визначених управлінських завдань з урахуванням короткострокової та довгострокової спрямованості, забезпечуючи при цьому системний характер реалізації стратегічних цілей у харчовій промисловості.

Сучасне становище та динаміка розвитку харчової промисловості національної економіки показують необхідність застосування інноваційно-інвестиційного підходу до програми формування стратегічних цілей розвитку суб'єктів галузі у національному макроекономічному середовищі заснованого на компетентному підході, який забезпечує здатність до аналізу і синтезу, вирішення проблемних питань, здатність пристосування до непередбачених ситуацій, створювати інновації та приймати ефективні стратегічні рішення в умовах трансформації та глобалізації.

Висновки та пропозиції. Таким чином, моделювання стратегічних цілей розвитку суб'єктів харчової промисловості у макроекономічному середовищі показало, що вони можуть полягати в досягненні конкретних рубежів у положенні суб'єктів на ринку, в інноваційно-інвестиційній активності, у економічній ефективності операційної діяльності, продуктивності робочої сили та мотивації персоналу, ступеня соціальної відповідальності тощо.

Харчова промисловість є достатньо перспективним і конкурентоздатним сегментом національної економіки, а її виробничий та експортний потенціал має значний стратегічний вплив на формування валового внутрішнього продукту країни. Тому стратегія розвитку суб'єктів харчової промисловості у національному макроекономічному середовищі має бути комплексною, яка враховує сегментну диференційованість за величиною виробничого та трудового потенціалів і соціальної значущості. Стратегічними цілями розвитку суб'єктів харчової промисловості повинні стати мобілізація капіталу в оновлення необоротних активів та активізації інноваційно-інвестиційної діяльності.

Список використаної літератури

1. Борщ В. І., Соколова О. А. Інноваційна модель розвитку агропромислового комплексу України. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2018. Том 17. Вип. 3 (40). С. 93-111. DOI: 10.18524/2413-9998/2018.3(40).148383

2. Інноваційна економіка : теоретичні та практичні аспекти. Монографія / за ред. д.е.н., доц. Є. І. Масленнікова. Вип. 1 . Херсон : Гринь Д.С., 2016. 854 с.
3. Масленніков Є. І. Методологічні та практичні засади дослідження системи управління фінансовою стійкістю торговельного підприємства Монографія / за ред.Є. І. Масленніков. Одеса : Прес-кур'єр, 2015. 316 с.

Стаття надійшла 05.05.2019 р.

О. А. Шеремет,

кандидат экономических наук,
доцент, директор Учебно-научного
института экономики и управления
Национального университета пищевых технологий,
ул. Владимирская, 68, г. Киев, 01601, Украина
e-mail: eiu@doc.nuft.edu.ua

МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ

В статье рассматриваются вопросы моделирования стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности в макроэкономической среде. Предложена иерархия взаимосвязанности миссии, стратегических ориентиров и целей субъектов пищевой промышленности. Разработана модель функционирования и стратегического развития субъекта пищевой промышленности. Предложено определение основных аспектов, которые необходимо учитывать при формировании стратегических целей в пищевой промышленности. Представлена иерархия стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности. Обосновано и предложено моделирование стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности в макроэкономической среде. Исследована классификацию стратегических целей развития субъектов пищевой промышленности в макроэкономической среде.

Сформированы концептуальные подходы к разработке программы реализации стратегических целей в пищевой промышленности. Предложенный подход позволяет исследовать процесс разработки программы реализации стратегических целей в пищевой промышленности, учитывая систему обеспечения, которая включает принципы, критерии, параметры, ограничения и соответствующую направленность, факторы влияния и их согласованность, что позволит выделить альтернативные пути достижения стратегических целей и сформировать методическое и ресурсное обеспечение с целью получения эффективных результатов при заданных параметрах.

Ключевые слова: стратегия; развитие; стратегические цели; моделирование; пищевая промышленность; макроэкономическая среда.

O. O. Sheremet,

PhD in Economics,

Associate Professor,

Director of the Education and Research Institute
of Economics and Management of the

National University of Food Technologies,

street Vladimirskaya, 68, Kyiv, 01601, Ukraine

e-mail: eiu@doc.nuft.edu.ua

MODELING THE STRATEGIC OBJECTIVES OF THE FOOD INDUSTRY SUBJECTS IN THE MACROECONOMIC ENVIRONMENT

The article deals with the questions of modeling strategic goals of development of food industry subjects in the macroeconomic environment. A hierarchy of interconnected missions, strategic benchmarks and goals of food industry actors has been formed. The model of functioning and strategic development of the subject of the food industry is developed. It is proposed to identify the main aspects that need to be taken into account when formulating strategic goals in the food industry. A hierarchy of strategic goals for the development of food industry subjects is presented. The classification of strategic goals of development of food industry subjects in the macroeconomic environment is researched.

The methodological basis of the paper is the complex of methods, including methods of scientific cognition, analysis and synthesis, systematization and scientific abstraction. The information basis of the conducted researches is the scientific work of domestic and foreign scientists in the field of realization of market strategies in the subjects of the national economy.

The conceptual approaches to the development of a program for the implementation of strategic goals in the food industry are formed. The proposed approach provides an opportunity to explore the process of developing a program for the implementation of strategic goals in the food industry, taking into account the provision of a system that includes principles, criteria, parameters, constraints and appropriate direction, factors of influence and their coherence, which will allow to identify alternative ways to achieve strategic goals and form methodological and resource support for the purpose of obtaining effective results subject to specified parameters.

Practical importance of the modeling of strategic goals of development of food industry subjects in the macroeconomic environment is substantiated and proposed.

Key words: strategy; development; strategic goals; modeling; food industry; macroeconomic environment.

References

1. Borshch, V. I. & Sokolova, O. A. (2018). Innovatsiina model rozvytku ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy [Innovative model of Ukrainian agricultural sector's development]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka. – Market economy: modern management theory and practice*. Vol. 17, Issue 3 (40). Pp. 93-111. DOI: 10.18524/2413-9998/2018.3(40).148383[in Ukrainian].
2. Maslennikov, Ye. I. (2016). Innovatsiina ekonomika : teoretychni ta praktychni aspekty [Innovation economy : theoretical and practical bases]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].
3. Maslennikov, Ye. I. (2015). Metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennia systemy upravlinnia finansovoiu stiikistiu promyslovoho pidpriemstva [Methodological and practical bases of research of enterprise's business solvency management system]. Odessa : Pres-kurier. [in Ukrainian].

УДК: 338

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173805

Ю. О. Морщавка,

директор ТОВ «Творче об'єднання «Соняшник»,
проїзд Стадіонний будинок 2/4, кв. 49, м. Харків, 61091, Україна
e-mail: yuriy.morschavka@gmail.com

СИСТЕМНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДАВНИЧОГО ПРОЦЕСУ

У статті розглядаються питання щодо системної характеристики видавничого процесу у видавничій галузі національної економіки. Досліджено етапи сучасного видавничого процесу у видавничій галузі. Запропоновано застосування системного підходу, який надає можливість здійснювати дослідження процесу управління у видавничій галузі враховуючи не тільки виокремлену індивідуальність будь-якого елементу, а також їх функціонування у взаємозв'язку під впливом макроекономічних та мікроекономічних факторів. Обґрунтовано оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі. Сформовані принципи, які забезпечують оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі. Визначені функціональні сегменти внутрішнього середовища видавничого процесу. Виокремлено спрямованість аналітично-інформаційного супроводу у видавничому процесі. Розроблено синтезоване обґрунтування потенціалу розвитку видавничої галузі. Запропоновано застосування системи контролю та контролінгу, які забезпечать ефективне управління видавничим процесом. Обґрунтовано, що ефективність видавничого процесу може бути підвищена за рахунок узгодженості парадигми координації та регулювання.

Ключові слова: видавничий процес; видавнича справа; макроекономічне середовище; національна економіка; стратегія; розвиток; видавнича галузь.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У видавничій галузі якість видавничого процесу формується на всіх етапах виробничо-технологічної діяльності пов'язаної з виданням видавничої продукції. Підготовка видавничої продукції до видання не може розглядатися як змодельований процес, який застосовує однотипні правила і прийоми роботи над рукописом відповідного видання. Підготовчий процес будь-якого видання завжди має творчу спрямованість, при цьому має певні взаємопов'язані дії, які забезпечують незмінний порядок видавничої діяльності – прийоми, механізми і методи досягнення необхідних результатів господарювання.

У сучасних умовах не можливо забезпечити стратегію розвитку видавничої галузі національної економіки без дослідження системної характеристики видавничого процесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значимість видавничої галузі у національному макроекономічному середовищі обумовила формування підвищеного інтересу у науковців і практиків до дослідження системи забезпечення стратегії розвитку даного сегменту національної економіки. Питаннями стратегічного розвитку суб'єктів національної економіки, у тому числі видавничої галузі, займалися: Л. А. Швайка, Ю. М. Сафонов, Г. І. Пушак, Я. В. Котляревський, А. П. Міщенко, Р. М. Пушкар, Т. В. Кузнякова та інші.

Постановка завдання. Дослідити та обґрунтувати системну характеристику видавничого процесу у видавничій галузі національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Видавничий або редакційно-видавничий процес – це сукупність послідовних господарських дій, які забезпечують підготовку, створення і випуск у широке коло реципієнтів макроекономічного середовища відповідної видавничої продукції.

Видавничий процес – це багатоступінчатий господарський процес підготовки і випуску видавничої продукції, який передбачає застосування інструменту власності на неї до здачі тиражу в мережу розповсюдження. Основними учасниками видавничого процесу є: автор видання або перекладач, редактор, у тому числі головний, коректор, художній редактор, технічний редактор, верстальник, складач та ін.

Сучасний видавничий процес (рис. 1.) у видавничій галузі поділяється на наступні етапи:

- підготовчий – формування тематичного плану видавничої продукції, горизонтальні мережі відносин, бізнес-план та подання макету авторського оригіналу до видавництва;
- редакційний – отримання відповідним редактором видавництва авторського оригіналу або його макету і до здачі редакційно-видавничого оригіналу або макету до виробництва;
- забезпечуючий – формування необхідно матеріально-технічної бази для видавництва продукції;
- виробничий – отримання редакційно-видавничого оригіналу у виробничому підрозділі видавництва і до виходу видавничої продукції у визначених параметрах;
- заключний – розповсюдження, дистрибуція, продаж та презентація видавничої продукції.

Необхідно відмітити, що авторським оригіналом майбутньої видавничої продукції є запропонована автором або колективом авторів до редакційно-видавничої обробки праця у вигляді творчої, навчальної або

наукової роботи з усіма необхідними компонентами до неї, а саме текстовою частиною, відповідними ілюстраціями, графіками, таблицями, формулами тощо.

Важлива ланка у функціональній структурі видавничого процесу є редактор та автор, які у співпраці створюють видавничу продукцію. В основі їх співпраці знаходиться підписаний контракт, який автор підписує з видавництвом. У контракті відображається: вид, зміст, тематика та проблематика видавничої продукції, алгоритм редакторських правок, художнє оформлення, механізм рецензування, авторські права та винагорода, можливість збільшення тиражу та його перевидання.

Відомо, що будь-яка система складається з трьох взаємопов'язаних елементів: вхід – процес – вихід. У форматі даного дослідження предметної області входи-виходи в систему класифікуються за відповідними ресурсами: матеріальні, фінансові, трудові та інформаційно-аналітичні. Автор видавничої продукції є входом при здійсненні визначених функцій.



Рис. 1. Сучасний видавничий процес

Джерело: розроблено автором.

Сучасний системний підхід орієнтується на процес, в тому числі координації, у вигляді ланцюжка типу: «завдання – процес координації – вирішення завдань. Таким чином, концептуалізація парадигми координації розглядає видавничий процес лише з позиції управління, що реалізує паралельно-послідовні ієрархічні та мережні функції самоорганізовано і за допомогою відповідного механізму регулювання.

Застосування системного підходу надає можливість здійснювати дослідження процесу управління у видавничій галузі враховуючи не тільки виокремлену індивідуальність будь-якого елементу, а також їх функціонування у взаємозв'язку під впливом макроекономічних та мікроекономічних факторів.

Досліджуючи категорію «система» та враховуючи інші ознаки, треба відмітити, що базовими аспектами системи є:

- сукупність різних елементів, які є складовими системи;
- взаємозв'язок між визначеними елементами системи;
- наявність головної цілі, яка є початком системи та визначає взаємодію між взаємопов'язаними елементами.

Таким чином, під системою розуміють сукупність взаємопов'язаних будь-яких елементів, яка створена для вирішення визначених завдань та досягнення мети у видавничому процесі.

Необхідно відмітити, що без практичного дослідження внутрішньо системних видавничо-продукуючих ієрархій управління, неможливо сформулювати сучасну концепцію координації за вертикаллю в межах всієї системи видавничого процесу.

Базовою складовою, яка відрізняє видавничу діяльність від інших видів підприємницької діяльності бізнесу є наявність автора видавничої продукції. Видавець створює видавничий продукт, який належить, як правило, автору. Необхідно відзначити, що у контракті між автором та видавництвом обов'язково відображаються взаємовідносини між редактором і автором.

Редактор з моменту укладення контракту є взаємопов'язуючою ланкою між автором і видавництвом. Він є представником автора у видавництві. Через редактора автор отримує відгуки та критичні зауваження щодо авторського видання. Необхідно також зазначити, що редактор формулює проблемні питання, які виникають у процесі створення видавничої продукції та пропонує механізм їх вирішення. Редактори, як правило, контролюють всі етапи редакційно-видавничого процесу у видавничій галузі.

Початком виробничого етапу у видавничій галузі є передача відредагованого матеріалу у виробництво, а завершення – вихід готової видав-

ничої продукції. Етап виробництва має узгоджені взаємопов'язані операції, які здійснюються під контролем редактора, де виокремлюються наступні дії: підготовка видавничого оригіналу та перевірка коректури.

У виробничому процесі управлінський персонал відповідає за оформлення і технічне виготовлення видавничої продукції та координує дії пов'язані з її виходом. Управлінський персонал виробництва відповідає за графік роботи над випуском видавничої продукції, координує окремі етапи виробничого процесу та контролює дотримання технічних стандартів та термінів виконання робіт.

Необхідно також відмітити, що видання видавничої продукції вважається технологічним, якщо весь наклад його можна виготовити за мінімальні витрати.

Заключний етап у видавничому процесі – це реалізація виготовленої видавничої продукції, де головну роль виконують фахівці зі збуту та реклами. Управлінський персонал, який пов'язаний зі збутом видавничої продукції відповідає за структуру збутової політики видавництва та вирішує механізм її збуту. Фахівці зі збуту планують, координують і контролюють дії видавництва на ринку видавничої продукції, узагальнюють аналітичну інформацію щодо продукції, яка користується попитом на ринку.

У видавничій галузі, маркетинговий бюджет складається виходячи з очікуваного обсягу реалізації готової продукції. План маркетингу є суттєвою часткою у бізнес-плані координації всієї системи, яка здійснює видавничий процес.

Надійну основу всіх процесів у видавничій галузі забезпечує управлінський персонал. Управлінський персонал повинен розбиратися в техніці редагування, мати уявлення про дизайн видавничої продукції, знати процедури поліграфії тощо. Також він повинен прогнозувати стратегію розвитку видавництва, ефективно оцінювати конкурентоспроможність видавничої продукції, діагностувати та досліджувати фактори впливу на всі етапи, які пов'язані з видавничим процесом.

Управлінський персонал зобов'язаний доступно та неупереджено формулювати базові цілі працівникам, які задіяні у видавничому процесі, виокремлювати особливості особистості й адекватно їх оцінювати, підтримувати необхідний морально-психологічний клімат, знімати стреси, згладжувати конфліктні ситуації, які притаманні господарській діяльності.

Функціонування системи у видавничій галузі передбачає дотримання встановлених принципів узгодженості цілей, відповідного

взаємозв'язку, рівномірного розвитку сегментних складових з прагненням до синергетичного ефекту.

Доцільність використання системного підходу має наступні аспекти:

- організація системи видавничого процесу є досить складним та непередбачуваним процесом;
- основна увага зосереджується на механізмі реалізації видавничого процесу;
- системний підхід дозволяє ефективно використовувати інноваційні здобутки для досягнення цілей видавничого процесу.

Тому, використовуючи системний підхід у видавничій галузі, необхідно розглядати видавничий процес як особливу систему, яка складається з ряду взаємопов'язаних сегментів і має внутрішнє та зовнішнє середовище, на яку впливають відповідні фактори мікро- та макроекономічного простору.

Оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі означає:

- видавнича діяльність забезпечена всіма необхідними матеріальними, фінансовими та трудовими ресурсами;
- на належному рівні проведена організація технологічного циклу;
- організаційна структура відповідає загальновизнаним функцій управління, що дозволить забезпечити пріоритетний вплив на негативні прояви у видавничому процесі;
- діяльність управлінського персоналу щодо підвищення ефективності видавничого процесу виходить з принципу постійного удосконалення форм, механізмів і методів оперативного та тактичного управління;
- можливість своєчасного отримання інформаційної аналітики щодо ходу видавничого процесу;
- зважену кадрову політику, систему оплати праці та її мотивування, а також управління персоналом відповідає встановлений завданням, необхідним для досягнення запланованих цілей;
- визначено і контролюється вплив об'єктивних та суб'єктивних факторів на видавничий процес.

Треба констатувати, що оптимальне поєднання елементів внутрішнього середовища у видавничому процесі базується на наступних принципах:

- системності та рівноважності предметної області координації;
- цілісності та синергії;
- стабільності, визначеності та прогнозованості;
- варіативності та об'єктивності;

– безконфліктності цілей синтезованих систем.

Внутрішнє середовище видавничого процесу може бути представлено наступними функціональними сегментами:

- забезпечення персоналом;
- фінансові ресурси;
- забезпечення необоротними та оборотними активами;
- виробнича складова;
- збутова складова.

Суттєвим аспектом забезпечення обґрунтованості ефективних управлінських рішень у видавничому процесі виступає склад, об'єм, якість, зміст, а також актуальність аналітично-інформаційних ресурсів.

Ефективне аналітично-інформаційне забезпечення створює базис для реалізації функцій управління у видавничому процесі.

Аналітично-інформаційний супровід у видавничому процесі має наступну спрямованість:

- за функціями управління – економічна, фінансова, організаційна, технічна, технологічна, екологічна, соціальна;
- за ступенем переробки – первинна та похідна;
- за формою передачі – візуальна, аудіовізуальна;
- за часом отримання – постійна і дискретна;
- за ступенем упередженості – упереджена або неупереджена;
- за достовірністю – корисна, надлишкова або помилкова.

Базові принципи аналітично-інформаційного забезпечення видавничого процесу: структурованість, якість, системність, своєчасність, гнучкість, інтеграційна обробка, методична єдність, оперативність та ін.

У національному макроекономічному середовищі суб'єкти видавничої галузі застосовують індивідуальну модель системи управління видавничим процесом, де виокремлюють і комбінують сучасні інноваційні підходи до управління.

У видавничій галузі національного макроекономічного середовища застосовуються певні моделі та функції управління видавничим процесом. Управління процесом у складних інтегрованих системах має відповідний алгоритм реалізації, в основні якого знаходяться відповідні компоненти, які взаємодіють у логічній послідовності:

- планування, прогнозування та програмування;
- економічний аналіз та оцінювання;
- система організації;
- обліковий процес;

- система координування та регулювання;
- моніторинг, діагностика та контролінг;
- стимулювання та мотивація.

Основні джерела потенційної спроможності внутрішнього середовища у видавничому процесі:

- масштаби концентрації операційної діяльності за основними видами видавничої продукції;
- орієнтири якісного спрямування споживчих характеристик видавничої продукції;
- розвиток вертикальної спрямованості видавничих процесів, за якою здійснюється ряд послідовних операцій;
- розвиток горизонтальної спрямованості видавничих процесів, які забезпечують отримання проміжних результатів з метою їх поєднання у загальний галузевий результат;
- діджиталізація видавничого процесу;
- диверсифікація видавничого процесу за рахунок перерозподілу і зниження відповідних ризиків.

Зовнішнє середовище видавничого процесу при переході до системної організації координації може бути представлено наступними функціональними сегментами:

- нормативно-правова – видавничі процеси здійснюються в певних юридичних рамках та інституційно регулюються;
- ресурсна – вміння розрахувати потреби в ресурсах, їх наявність і можливості щодо раціонального використання багато в чому визначає рентабельність видавничих процесів;
- технологічна – динаміка попиту та пропозиції на ринку видавничої продукції, ресурси, фінанси впливає на темпи інноваційно-інвестиційної спрямованості видавничих процесів;
- соціально – збільшення численності населення та його освіченості, історія та культура визначають структуру і характер потенційного ринку видавничої продукції;
- економічна – видавничі процеси завжди знаходяться у конкретному зв'язку з рівнем зайнятості населення, безробіттям, платіжним балансом, темпами економічного зростання, інфляцією та ін.;
- екологічна – видавнича продукція повинна відповідати екологічним нормам та забезпечувати спрямованість на захист навколишнього природного середовища.

Зовнішнє середовище видавничих процесів включає наступні системні компоненти:

- макросередовище – політичний стан, військові дії, окупація частини території, фінансово-економічний стан у країні та ін.;

- інфраструктура ринку – логістичні центри, торгівельні організації та ін. ;

- мікросередовище – власники суб'єкта видавничої галузі, авторський колектив, інвестори, контрагенти-постачальники та контрагенти-покупці, споживачі, конкуренти, контактні аудиторії, посередники, державні інституції та ін.

Таким чином, зовнішнє середовище розглядається як сукупність визначених елементів, які впливають на систему управління видавничими процесами.

Необхідно відмітити, що управління видавничими процесами в умовах ринкової економіки будується на наступних постулатах:

- обов'язкове використання сучасної аналітично-інформаційної бази, яка надає актуальні відомості про вподобання споживачів, авторів, попит та пропозиції на ринку видавничої продукції;

- орієнтація платоспроможний попит на ринку видавничої продукції;

- коригування цілей і завдань видавничого процесу в залежності від стану ринку видавничої продукції;

- економічна ефективність видавничих процесів постійно повинна динамічно зростати.

Теоретичні аспекти внутрішньогалузевого системного дослідження показують, що формалізовані та структуровані питання удосконалення видавничих процесів повинні бути приведені до виду, коли вони забезпечують стратегічний розвиток видавничої галузі національної економіки. Синтезоване обґрунтування потенціалу розвитку видавничої галузі сформовано на рис. 2.

В умовах сьогоденних трансформаційних перетворень достатньо висока ймовірність появи зовнішніх загроз для розвитку видавничої галузі та її сегментних складових, тому при обґрунтуванні потенціалу розвитку видавничої галузі як ідеологічну основу її функціонування пропонується визначити інформаційну та соціально-економічну безпеку.

При формуванні стратегії визначаються довгострокові і короткострокові цілі, які можуть бути загальними та індивідуальними. Стратегічні орієнтири видавничої галузі повинні в першу чергу визначати напрям бізнес-процесів, виокремлювати пріоритетні завдання, концентрувати зусилля у відповідних секторах видавничих процесів.

Ефективне функціонування та розвиток видавничої галузі потребує чіткого планування видавничих процесів для забезпечення досягнення визначених цілей та виокремлених завдань, незважаючи на діючі ринкові механізми та вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Науковцями було розроблено цілий ряд методичних прийомів планування, які успішно пройшли апробацію й використовуються у суб'єктів макроекономічному середовища країни промислових підприємствах. Однак існуючі методи планування постійно змінюються під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [1].

Планування як найважливіша функція управління відповідно до цілей поділяється на стратегічне – довготривалий період, та оперативне – на поточний період.

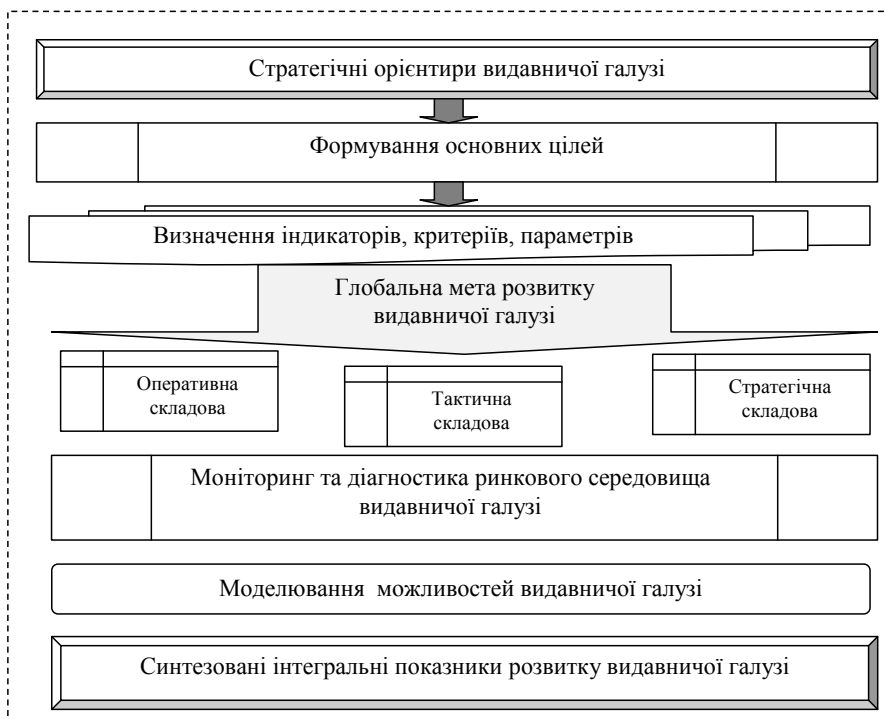


Рис. 2. Синтезоване обґрунтування потенціалу розвитку видавничої галузі

Джерело: розроблено автором.

Необхідно зазначити, що серед чинників, які мають суттєвий вплив на формування концепції управління видавничим процесом, треба відмітити наступні:

- людський потенціал;
- мотивація;
- організація управління персоналом.

Функції управління персоналом у видавничій галузі в залежності від впливу зовнішнього середовища та потреб господарської діяльності можуть змінюватися у досить широкому діапазоні. Відповідно трансформується організаційна структура видавничого процесу, змінюються чисельність і функціональні обов'язки персоналу у суб'єктів видавничої галузі.

З метою ефективного управління видавничим процесом, перед управлінським персоналом постають питання вирішення яких забезпечить максимізацію результатів діяльності суб'єктів господарювання. Основні питання – це забезпечення надходження обліково-аналітичної інформації, яка відображає реальний стан видавничих процесів та результати діяльності; система подачі інформації та своєчасне надходження. Наявність сучасного обліково-аналітичного інструментарію управління, оперативність виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення та обробки даних, їх значимість й актуальність дозволяють в повній мірі виконувати всі функції управління, у тому числі приймати ефективні управлінські рішення і вчасно реагувати на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища [2].

Одним із шляхів ефективного управління видавничими процесами є застосування системи контролю та контролінгу.

Контроль виступає суттєвим елементом зворотного зв'язку та формує систему спостереження й перевірки за ходом видавничого процесу, дозволяє виявити відхилень від завданих параметрів та усунути можливі порушення.

Незалежно від форми контроль видавничого процесу має наступні види:

- попередній, який здійснюється у формі встановлених процедур, правил і застосовується по відношенню до трудових ресурс, необоротних і оборотних активів;
- поточний, здійснюваний в ході виконання певних робіт видавничого процесу;
- заключний, який проводиться після завершення видавничого процесу та отримання відповідних результатів господарювання.

Контроль видавничих процесів проводиться за наступними етапами:

- визначення стандартів та параметрів;

- дослідження результатів і порівняння показників функціонування із заданими стандартами, визначення масштабу відхилення у видавничому процесі;

- прийняття рішення про заміну невдало обраних стандартів, втручання в процес виробництва з метою поліпшення тощо.

Контроль є процесом безперервним, який здійснюється від початку до завершення управлінського рішення – це його особливість. Основний зміст контролю полягає, по-перше, в попередженні незаконних та неефективних, з точки зору інтересів суспільства, господарських операцій на початковій стадії прийняття управлінського рішення; по-друге, у виявленні порушень нормального ходу господарської діяльності та встановленні їх причин; по-третє, в узагальненні передового досвіду господарської діяльності у національному макроекономічному середовищі [1].

Система контролінгу є сучасним інструментом управління, у тому числі у видавничій галузі. Контролінг видавничих процесів – це концепція отримання інформації з метою управління видавничими процесами, за допомогою якого забезпечується отримання позитивних результатів.

Методологічна основа контролінгу видавничого процесу: визначення та формування мети; декомпозицію та формалізацію завдань через систему відповідних показників; визначення об'єкта; комплексне планування заходів для вирішення завдань; реалізація планових заходів; економічний контроль фактичних значень показників; аналіз та аналітична оцінка відхилень; прийняття ефективних управлінських рішень [1].

Органічне поєднання управлінської складової у контролінгу у видавничій галузі проявляється в тому, що у контролінгу приймає участь значна кількість зацікавлених осіб у межах своєї компетенції та повноважень, які регламентуються.

Контроль, як елемент контролінгу, є сегментною складовою системи управління, забезпечує відповідність функціонування керованого об'єкта прийнятим оперативним, тактичним або стратегічним управлінським рішенням, та спрямований на розв'язання поставлених завдань або перевірку виконання господарських рішень з метою визначення їх достовірності, законності, обґрунтованості, фінансової доцільності та необхідності.

Структура видавничого процесу залежить від типу видавництва – універсальне або спеціалізоване. Видавництва першого типу спрямова-

ні на різні групи контрагентів-покупців та споживачів, мають розгалужену організаційно-адміністративну структуру, складні і різноманітні зв'язки на ринку збуту. Видавництва другого типу спрямовані на певні вікові групи або неоднорідні цільові групи, які визначаються за потребами, релігійними, національними або культурними аспектами тощо.

Таким чином, основою будь-якої концепції є принципи, склад яких у теорії і практиці управління достатньо великий. Обґрунтування конкретної парадигми як сучасного наукового напрямку координації в умовах глобалізації, європейської інтеграції, транзитивності та інших тенденцій, які впливають на стратегічний розвиток видавничої галузі потребує застосування парадигми координації та регулювання видавничого процесу у видавничій галузі.

Основоположними принципами парадигми координації та регулювання є:

- каскадування інституційної регуляції в управлінні за рівнями вертикальної ієрархії і виконуваних функцій горизонтальної мережі;
- інволюція як безперервне спрощення відносин, мережевий структуризації і функціональних процедур регулювання в процесі впровадження конкретної парадигми;
- необхідність постійного реінжинірингу з урахуванням самоорганізації і централізації організаційних форм координації та регулювання;
- горизонтальна структура координації, яка слідує за відносинами в системі управління.

Висновки та пропозиції. Таким чином, дослідження генезису парадигм та теорії управління дозволило визначити, що видавничий процес – це сукупність взаємопов'язаних послідовних дій спрямованих на підготовку і розповсюдження видавничої продукції. Видавничий процес здійснюється з метою отримання соціально-економічного ефекту. Мережева горизонтальність процесів структуризації і рівноправність відносин вимагають спільних зусиль у забезпеченні стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки. Ефективність видавничого процесу може бути підвищена за рахунок узгодженості парадигми координації та регулювання. Також необхідно відмітити, що видавнича продукція має наукову, пізнавальну, навчальну, духовну, інформаційну та іншу орієнтаційну спрямованість для розвитку національного та міжнародного суспільства.

Застосування системного підходу надає можливість здійснювати дослідження процесу управління у видавничій галузі враховуючи не тільки виокремлену індивідуальність будь-якого елементу, а також їх

функціонування у взаємозв'язку під впливом макроекономічних та мікроекономічних факторів.

Список використаної літератури

1. Борщ В. І. Інтелектуалізація трудової діяльності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. Вип. 33. С. 85-88. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-16>
2. Інноваційна економіка : теоретичні та практичні аспекти. Монографія / за ред. д.е.н., доц. С. І. Масленнікова. Вип. 1. Херсон : Гринь Д.С., 2016. 854 с.
3. Побережець О. В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства : монографія. Херсон : Видавництво : Гринь Д.С., 2016. 500 с.

Стаття надійшла 07.06.2019 р.

Ю. А. Морщавка,

директор ООО «Творческое объединение «Соняшник»,
проезд Стадионный, дом 2/4, кв. 49, г. Харьков, 61091, Украина
e-mail: yuriy.morschavka@gmail.com

СИСТЕМНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРОЦЕССА

В статье рассматриваются вопросы системной характеристики издательского процесса в отрасли национальной экономики. Исследованы этапы современного издательского процесса. Предложено применение системного подхода, который дает возможность проводить исследования процесса управления в издательской отрасли учитывая не только выделенную индивидуальность любого элемента, а также их функционирования во взаимосвязи под влиянием макроэкономических и микроэкономических факторов. Обоснованно оптимальное сочетание элементов внутренней среды в издательском процессе. Сформированы принципы, которые обеспечивают оптимальное сочетание элементов внутренней среды в издательском процессе. Определены функциональные сегменты внутренней среды издательского процесса. Выделена направленность аналитически-информационного сопровождения в издательском процессе. Разработано синтезированное обоснование потенциала развития издательской отрасли. Предложено применение системы контроля и контроллинга, которые обеспечат эффективное управление издательским процессом. Обосновано, что эффективность издательского процесса может быть повышена за счет согласованности парадигмы координации и регулирования.

Ключевые слова: издательский процесс; издательское дело; макроэкономическая среда; национальная экономика; стратегия; развитие; издательская отрасль.

Yu. O. Morshchavka,

Director of the Creative Union «Sunflower» Ltd.

travel stadium building 2/4, sq. m. 49, Kharkov, 61091, Ukraine

e-mail: yuriy.morschavka@gmail.com

SYSTEM CHARACTERISTICS OF THE PUBLISHING PROCESS

The article deals with the systemic characteristics of the publishing process in the publishing industry of the national economy. The stages of the modern publishing process in the publishing industry are explored. The application of the system approach, which provides an opportunity to carry out research of the management process in the publishing industry, is considered, taking into account not only the individual individuality of any element, but also their functioning in the interconnection under the influence of macroeconomic and microeconomic factors. The optimal combination of elements of the internal environment in the publishing process is substantiated. Formulated principles that provide the optimal combination of elements of the internal environment in the publishing process. The functional segments of the internal environment of the publishing process are determined. The direction of analytical and informational support in the publishing process is singled out. The synthesized substantiation of the development potential of the publishing industry is developed. It is substantiated that the efficiency of the publishing process can be increased due to the coordination of the coordination and regulation paradigm.

The methodological basis of the paper is the complex of methods, including methods of scientific cognition, analysis and synthesis, systematization and scientific abstraction. The information basis of the conducted researches is the scientific work of domestic and foreign scientists in the field of realization of market strategies in the subjects of the national economy.

The conceptual approaches to the development of a program for the implementation of strategic goals in the food industry are formed. The proposed approach provides an opportunity to explore the process of developing a program for the implementation of strategic goals in the food industry, taking into account the provision of a system that includes principles, criteria, parameters, constraints and appropriate direction, factors of influence and their coherence, which will allow to identify alternative ways to achieve strategic goals and form methodological and resource support for the purpose of obtaining effective results subject to specified parameters.

Practical importance of the application of control and controlling system, which will ensure effective management of the publishing process, is proposed.

Key words: publishing process; publishing; macroeconomic environment; national economy; strategy; development; publishing industry.

References

1. Borshch, V. I. (2019). Intelektualizatsiia trudovoi diialnosti [Intellectualization of labour activity]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky» – Scientific journal of Kherson State University. Series Economic Sciences*. Issue 33. Pp. 85-88. [in Ukrainian].
2. Maslennikov, Ye. I. (2016). Innovatsiina ekonomika : teoretychni ta praktychni aspekty [Innovation economy : theoretical and practical bases]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].
3. Poberezhets, O. V. (2016). Teoretyko-metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennia systemy upravlinnia rezultatamy diialnosti promyslovoho pidpriemstva : Monohrafiia [Theoretical-methodological and practical principles of the research of the system of management of the results of activity of an industrial enterprise]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].

УДК: 330

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173806

О. В. Церковна,

старший викладач

кафедри менеджменту та інновацій

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,

Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна,

e-mail: onu_eu@ukr.net

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ У ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті досліджено теоретико-методичні підходи до інноваційної логістики у промисловому секторі національного макроекономічного середовища. Проведено аналіз досвіду найбільш ефективних із погляду логістики країн світу, зокрема Німеччини, Франції, Нідерландів, а також тих, що динамічно розвиваються (Китаю, Малайзії, Об'єднаних Арабських Еміратів, Індонезії). Обґрунтовано, що структуризація інноваційної логістики базується на етапах тактичної та стратегічної логістики. Виокремлення характерних рис взаємопов'язаних форм базової та інноваційної логістики наддало можливість сформулювати спектральну сукупність складових, які запропоновані у дослідженні. Запропоновано процес формування інноваційної логістики з точки зору впливу окремих інновацій та факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Розроблена система інноваційної логістики та її структурні елементи.

Ключові слова: інноваційна логістика; стратегія; система; факторне середовище; національна економіка.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На етапі сталого розвитку макроекономічного середовища впровадження сегментарних та системних перетворень сучасної логістики потребує суттєвих змін в чинних структурах завдяки реалізації адаптивних прогресивних управлінських методик та інноваційних підходів. Формування нових видів логістики на основі існуючого базису дає можливість виділити інноваційну логістику, яка будується у вигляді системи завдань, принципів, методів та інструментів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням проблем та питань особливостей інновацій в логістиці присвячені праці вітчизняних та зарубіжних учених, а саме: Д. Афанасенко, В. Алькема, В. Борисова, І. Кіппера, Л. Прокопишина, Т. Пасічника, М. Портера, Джеймс С. Стока, Д. Уотерс, Дуглас М. Ламберта.

Деякі аспекти логістичного підходу до управління на мікро-, та макрорівнях досліджували такі вчені, як: Д. Іванов, Ф. Котлер, Н. Круминш, Н. Чухрай, О. Ястремська, О. Посилкіна, С. Смерічевська, І. Поповиченко, Н. Тарнавська, А. Семененко та ін.

Проте існують окремі невирішені питання щодо застосування єдиного системного підходу до формування та функціонування інноваційної логістики та її складових, які потребують розв'язання та методичної підтримки, враховуючи сучасні тенденції та спрямованість макроекономічного середовища.

Постановка завдання. Дослідити та обґрунтувати теоретико-методичні підходи до інноваційної логістики у промисловому секторі національного макроекономічного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз досвіду найбільш ефективних із погляду логістики країн світу, зокрема Німеччини, Франції, Нідерландів, а також тих, що динамічно розвиваються (Китаю, Малайзії, Об'єднаних Арабських Еміратів, Індонезії та ін.), свідчить, що запорукою їх успіху стала національна логістична стратегія (*national logistic strategy*), яка визначала стратегічне бачення й ресурси для досягнення цього бачення [1].

Формування інноваційної стратегії щодо розвитку логістичної системи є фактором зростання національної економіки з урахуванням суспільних інтересів, ресурсного забезпечення та екологічних аспектів в умовах інтеграційних процесів, що, в свою чергу, потребує відповідного нормативно-правового супроводу.

Особливий вид логістики, який будується за рахунок новітніх методів, інструментів, виділяє окремі об'єкти управління, які характеризуються системою критеріальної оцінки та сукупністю факторів впливу внутрішнього та зовнішнього середовища.

Структуризація інноваційної логістики базується на етапах тактичної та стратегічної логістики, враховуючи узагальнюючі критерії ефективності, а саме: поліпшення якості обслуговування суб'єктів та зниження сукупних логістичних витрат з урахуванням загальної спрямованості системи управління та встановлених цілей.

Інноваційна оперативна логістика передбачає управління потоковими процесами в межах нормативної моделі управління, тобто здійснюється раціоналізація(оптимізація) в рамках апіорно заданих обмежень, які обумовлені цією моделлю.

В свою чергу, стратегічна логістика спрямована на вирішення довгострокових завдань щодо розвитку логістичної діяльності, враховуючи

векторіальну спрямованість мікро-, мезо- або макросуб'єктів та можливості (технічні, кадрові, фінансові тощо) впровадження інноваційних технологій та сучасної методології (інсорсинг, аутсорсинг та інші).

Підвищення ефективності системи управління потоковими процесами (матеріальними і нематеріальними) лежить в основі мети інноваційної логістики, яка формується на основі пріоритетних принципів та напрямків суб'єктів.

На мікро- та мезорівнях в сфері закупівельної логістики вирішуються завдання з оптимізації виробничих запасів, вибір форм постачання, оптимального задоволення потреб структурних підрозділів з урахуванням ефективності використання взаємозамінних ресурсів, вибору найбільш вигідних видів транспорту, а також завдань раціональної складської обробки матеріалів.

Побудова концепції щодо формування логістичного потенціалу, яка передбачає розгляд і використання ряду важливих принципів і методологічних підходів, пов'язана з виокремленням оптимальних шляхів розвитку макроекономічного середовища з використанням сучасних стратегій.

На думку деяких авторів, інноваційна логістика спрямована на покращення рівня регулювання логістичними процесами на основі реалізації окремих інновацій, які відрізняються технологічним та організаційним характером, а також орієнтуються на підвищення рівня обслуговування споживачів, зростання ефективності поточкових процесів, а також на значне зниження витрат на логістичні послуги. В свою чергу, технологічні інновації, як правило, мають відношення до нових товарів, виробничих методів і до впровадження нових технологій, а нетехнологічні - можуть впливати на підходи до управління підприємством та формування ринкових між організаційних бізнес-моделей [1].

Підкреслюючи специфіку та спрямованість інноваційної логістики, предметом дослідження можна вважати методичні підходи щодо регулювання логістичних систем, в свою чергу, об'єктом її моніторингу є потокові процеси на мікро-, мезо- та макрорівні, які є базовими сегментами для здійснення управлінського впливу на основі новітніх технологій, які пройшли апробацію та відзначаються високою ефективністю.

За допомогою інноваційної тактичної логістики можливо підвищувати якісний рівень сучасних поточкових процесів за рахунок розробки нормативної схеми обмежень. При цьому базовими завданнями суб'єктів структур базової логістики є підтримка досягнутої ланки управління, яка відповідає за рівень ефективності обслуговування, враховуючи фактори зовнішнього та внутрішнього середовища.

Слід зазначити, що постійне підвищення рівня управління за допомогою логістичних новацій з метою оптимізації потокових процесів за такими важливими параметрами, як підвищення якості обслуговування і зниження сукупних логістичних витрат, можливо завдяки урахуванню впливу сукупності об'єктивних і суб'єктивних факторів, виявлення яких базується на певній системі індикаторів.

Інші автори вважають, що наявність відповідної кількості інновацій в умовах сучасного світового ринку потребує обов'язковості управління їх потоком, а це, в свою чергу, підкреслює необхідність використання принципів логістики як науки, що орієнтується на просторове та часове переміщення потоків. В свою чергу, логістичний потік інновацій – це потік інновацій, який циркулює в логістичній системі, а також між логістичною системою і зовнішнім середовищем, і є необхідним для забезпечення інноваційного розвитку системи. До основних сегментів логістичного управління потоком інновацій можна віднести час (тривалість інноваційного циклу), величину потоку (в кількісних і якісних показниках), витрати на інноваційну діяльність, корисність (ефект) інноваційної діяльності та інші [1].

На нашу думку, саме процес впровадження логістичних інновацій в діючі системні сукупності називають «логістизацією», яка складається з діяльності логістичних структур, об'єктами регулювання при цьому стають потокові процеси та існуючі в базовій логістиці сфери управління.

Крім того, інноваційна логістика здійснює керування відповідними процесами з метою вдосконалення системи управління, враховуючи різні ступені результативності.

Окремі автори вважають, що логістизація – засіб підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на ринку за допомогою досягнення ефективної діяльності за рахунок зменшення транспортних витрат [2].

Найчастіше структури та підструктурні сегменти базової логістики вирішували складні завдання, що підтверджується дослідженням даних питань в період доіндустріальної та індустріальної економіки, коли відмічалась неможливість поєднання окремих функцій та зменшувало якість результатів. Саме тому простежувалась необхідність формування нових підходів з точки зору змісту та сутності логістики, враховуючи тенденції розвитку та пріоритетні напрямки економічних та суспільних відносин.

Крім того, в період постіндустріальної економіки, на базі системної мережевої або віртуальної інтеграції здійснюється розвиток науково-практичної діяльності окремих сфер, у тому числі й логістики, яка стає

обов'язковим сегментом ефективної системи управління на всіх рівнях, враховуючи стан громадських та господарських одиниць.

Саме даний період характеризується формуванням ключових компетенцій господарських структур, що, в свою чергу, підтверджується стратегією аутсорсингу, яка пропонує застосовувати процедуру передачі деяких другорядних функцій для зменшення загальних витрат.

Виокремлення характерних рис взаємопов'язаних форм базової та інноваційної логістики дає можливість сформувати спектральну сукупність, яка містить:

- сучасні методи та прийоми;
- нові форми і системи управління потоковими процесами;
- розробка способів оцінки індикаторів економічної ефективності процесів логістизації окремих суб'єктів;
- процес систематизації та використання міжнародного досвіду;
- моделювання та алгоритмізація функціональних структур логістичної системи.

Слід підкреслити, що методична підтримка даних процесів здійснюється за допомогою динамічного програмування, теорія нечітких множин, економетрики, системного аналізу, теорія ігор та черг та інших прийомів загальнонаукового та спеціального спрямування. Формування системних підходів до інноваційної логістики вимагає дослідження ефективності управління сукупними матеріальними потоками, що потребує окремого інструментального забезпечення з урахуванням принципів аспектів та особливостей здійснення поточкових процесів.

Процес формування інноваційної логістики з точки зору впливу окремих інновацій та факторів внутрішнього та зовнішнього середовища представлено на рис. 1.

Під впливом технологічних, організаційно-управлінських, комунікаційних та інших видів інновацій логістика у своєму базовому вигляді трансформується в інноваційну логістику, яка виконує спектр необхідних функцій та задач, спрямованих на реалізацію стратегічних цілей суб'єктів на мікро-, мезо- та макрорівні. Не менш важливим є оцінка факторів внутрішнього середовища, до яких відносяться:

- наявність та стан ресурсного потенціалу, в тому числі, матеріального, кадрового, інформаційного, інвестиційного тощо;
- рівень конкурентоспроможності національної економіки та окремих суб'єктів господарювання;
- нормативно-правовий аспект щодо регулювання питань функціонування логістичних систем в межах встановлених цілей та завдань;



Рис. 1. Процес формування інноваційної логістики
Джерело: розроблено автором.

- професійне кадрове забезпечення;
- транспарентність державної системи управління;
- рівень технологічного та комунікаційного розвитку
- стан державної соціально-економічної, фінансової, екологічної та культурної політики;
- структура логістичного ланцюга;
- рівень взаємосполучуваності між різними видами транспорту як на державному, так і регіональному рівні;
- структура ринку логістичного аутсорсингу та ринку складської нерухомості;
- стан транспортних мереж в Україні, в більшому ступеню – незадовільний;
- порушення цілісності держави: наявність тимчасово окупованих територій, військові дії на Сході України;

Крім того, слід оцінювати також фактори зовнішнього середовища, а саме:

глобальні соціально-економічні процеси;

- міжнародна фінансова, економічна, соціальна та трудова інтеграція;
- ринкові регулятори: стан фондового та фінансового ринку, ринку праці; ринок енергоресурсів та інші;
- взаємодія міжнародних організацій, можливість спільного вирішення окремих питань економічного та соціального зростання;
- стан світового ринку логістичних послуг;
- функціонування міжнародних логістичних систем.

Зазначимо той факт, що інтеграційний характер інноваційної логістики дає можливість зосередитись на реалізації та виконанні поставлених завдань в короткострокові, середньострокові та довгострокові терміни, базуючись на системі фінансового, кадрового, комунікаційного та транспортного забезпечення.

За допомогою інноваційної логістики виявляються потенціальні ресурси в окремих системах, що уможливує підвищення ефективності системи управління в цілому.

Зазначимо, що інноваційна логістика представляє собою систему наукових підходів, методів та прийомів, спрямованих на удосконалення процесу управління потоковими процесами на основі розробки та реалізації інноваційних підходів щодо регулювання структурних елементів.

На основі оперативної інноваційної логістики процес логістизації передбачає максимальну оптимальність поточкових процесів, враховую-

чи внутрішні резерви та структурні особливості, а саме:

- інфраструктурні;
- організаційні;
- нормативно-правові;
- функціональні;
- професійні;
- кадрові;
- об'єктивно-суб'єктивні;
- системні;
- інноваційні;
- індикативні;
- інвестиційні та ін.

Процес покращення управлінських рішень, окремих мотивів і стимулів, а також підвищення продуктивності управлінської праці за допомогою зниження питомих витрат управління лежить в основі завдань логістизації з використанням пріоритетних аспектів інноваційної логістики.

Впровадження за допомогою стратегічної логістики процедури реструктуризації діючих та новостворюваних систем потребує застосування принципово аспектною моделі, яка характеризується відповідними цілями, задачами, методами та повинна містити відповідний прорахований алгоритм дій.

Слід підкреслити, що необхідно враховувати факт складності, а іноді й неможливості здійснення управління на базі застарілої моделі регулювання, використовуючи консервативні організаційно-економічні сегменти, недосконалі завдання, непрогресивні кадрові та інформаційне забезпечення.

Система інноваційної логістики та її структурні елементи представлені на рис. 2.

Формування інтегрованої інноваційної логістики здійснюється за допомогою поєднання пріоритетних аспектів оперативної та стратегічної інноваційної логістики, враховуючи цілі, завдання, програмне забезпечення, принципи, функції, а також сукупність суб'єктів та об'єктів.

Основною метою оперативної інноваційної логістики є покращення ефективності управлінських підсистем шляхом поліпшення якісних та кількісних параметрів прийнятих рішень та впливу на об'єкти управління, враховуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

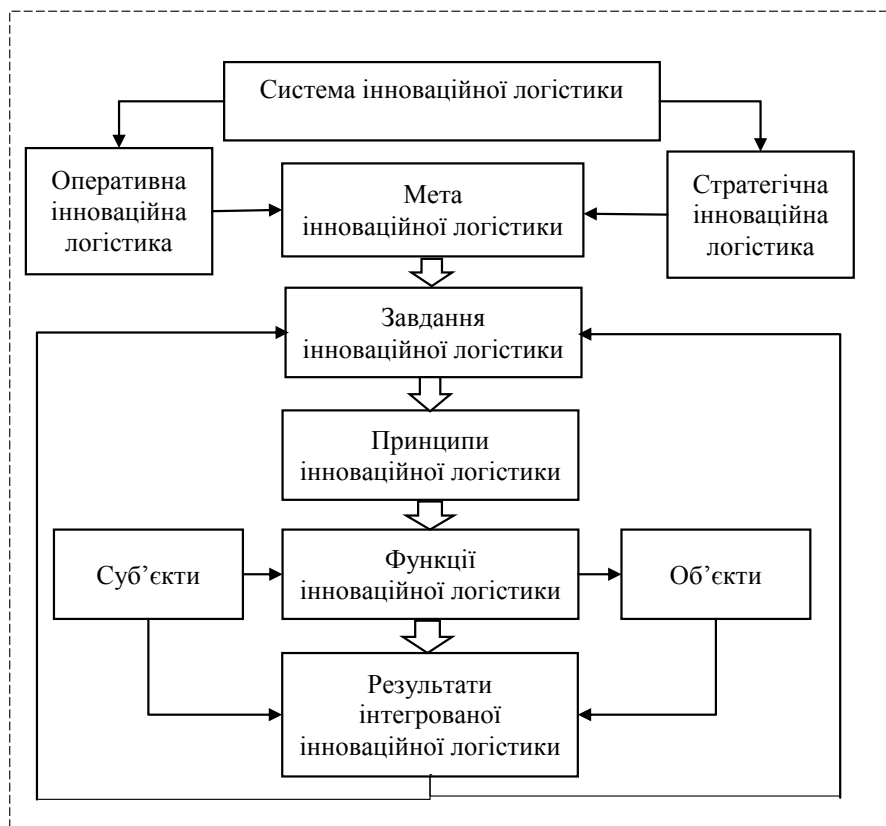


Рис. 2. Структура системи інноваційної логістики

Джерело: розроблено автором.

В свою чергу, ціллю стратегічної інноваційної логістики є оптимізація ефективності всіх систем управління за допомогою значних стратегічних змін з урахуванням ієрархії функціонування підсистем та довгострокової мети всієї системи. Розробка завдань інноваційної логістики здійснюється на основі встановленої мети як з точки зору оперативного, так й тактичного й стратегічного управління, використовуючи ознаки поточних процесів.

Висновки та пропозиції. Досягнення встановлених цілей інноваційної логістики порівнюється з отриманими результатами, які представлені у виявленні потенційних можливостей управління шляхом раціоналізації поточних процесів в межах чинного нормативного механізму регулювання, а також за рахунок суттєвого покращення іс-

нуючої моделі управління, враховуючи обов'язковість певних умов, а саме: підвищення індикаторів функціонування логістичної системи та зниження сукупних витрат.

Налагодження оптимально-дієвого організаційного механізму логістичної діяльності на основі інноваційно-інвестиційної спрямованості уможливить реалізацію логістичного потенціалу, а також модернізацію та розширення ефективної логістичної інфраструктури за умови зниження сукупних витрат, зростання енергоефективних вантажних перевезень та забезпечення виконання принципів соціальної безпеки, екологічності й економічної результативності.

Список використаної літератури

1. Борщ В. І., Соколова О. А. Інноваційна модель розвитку агропромислового комплексу України. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2018. Том 17. Вип. 3 (40). С. 93-111. DOI: 10.18524/2413-9998/2018.3(40).148383
2. Інноваційна економіка : теоретичні та практичні аспекти. Монографія / за ред. д.е.н., доц. Є. І. Масленнікова. Вип. 1 . Херсон : Гринь Д.С., 2016. 854 с.

Стаття надійшла 05.06.2019 р.

А. В. Церковная,
старший преподаватель
кафедры менеджмента и инноваций
Одесского национального университета имени И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина,
e-mail: opu_eu@ukr.net

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИННОВАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКЕ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье исследованы теоретико-методические подходы к инновационной логистике в промышленном секторе национальной макроэкономической среде. Проведен анализ опыта наиболее эффективных с точки зрения логистики стран мира, в частности Германии, Франции, Нидерландов, а также тех, динамично развивающихся (Китай, Малайзии, Объединенных Арабских Эмиратов, Индонезии). Обосновано, что структуризация инновационной логистики базируется на этапах тактической и стратегической логистики. Выделение характерных черт взаимосвязанных форм базовой и инновационной логистики предоставило возможность сформировать спектральную совокупность составляющих, которые предложены в исследовании. Предложено процесс формирования инновационной логистики с

точки зрения влияния отдельных инноваций и факторов внутренней и внешней среды. Разработана система инновационной логистики и ее структурные элементы.

Ключевые слова: инновационная логистика; стратегия; система; факторная среда; национальная экономика.

O. V. Tserkovna,

senior lecturer

of Management and innovations Department

of Odessa I. I. Mechnikov National University

24/26 Frantsuzkyi bulvar, Odessa, 65058, Ukraine,

e-mail: onu_eu@ukr.net

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO INNOVATIONAL LOGISTICS IN INDUSTRY

The article deals with theoretical and methodical approaches to innovative logistics in the industrial sector of the national macroeconomic environment. The analysis of the experience of the most effective from the point of view of logistics of the countries of the world, in particular Germany, France, the Netherlands, and also those that are dynamically developing (China, Malaysia, the United Arab Emirates, Indonesia). It is substantiated that the structuring of innovative logistics is based on the stages of tactical and strategic logistics. The isolation of the characteristic features of the interconnected forms of basic and innovative logistics gave the opportunity to form the spectral composition of the components proposed in the study. The process of formation of innovative logistics from the point of view of the influence of individual innovations and factors of the internal and external environment is offered.

The methodological basis of the paper is the complex of methods, including methods of scientific cognition, analysis and synthesis, systematization and scientific abstraction. The information basis of the conducted researches is the scientific work of domestic and foreign scientists in the field of realization of market strategies in the subjects of the national economy.

It is substantiated that the achievement of the established objectives of innovative logistics is compared with the results obtained in identifying potential management opportunities by streamlining stream processes within the current normative regulatory mechanism, as well as by substantially improving the existing management model, taking into account the obligation of certain conditions, namely: increase of indicators of logistics system functioning and reduction of aggregate expenses. The establishment of an optimally effective organizational mechanism of logistic activity on the basis of innovation-investment orientation will make possible the implementation of logistic potential, as well as modernization and expansion of efficient logistics infrastructure, provided that overall costs are reduced, energy efficient freight transportation is increased, and social safety, environmental and economic performance are implemented.

Practical importance of the system of innovative logistics and its structural elements is developed.

Key words: innovative logistics; strategy; system; factor environment; national economy.

References

1. Borshch, V. I. & Sokolova, O. A. (2018). Innovatsiina model rozvytku ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy [Innovative model of Ukrainian agricultural sector's development]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka. – Market economy: modern management theory and practice*. Vol. 17, Issue 3 (40). Pp. 93-111. DOI: 10.18524/2413-9998/2018.3(40).148383 [in Ukrainian].
2. Maslennikov, Ye. I. (2016). Innovatsiina ekonomika : teoretychni ta praktychni aspekty [Innovation economy : theoretical and practical bases]. Kherson : Hryn D. S. [in Ukrainian].

УДК: 334.021

DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173807

О. Р. Павлович,

старший викладач

кафедри менеджменту та інновацій

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна

e-mail: aleksandrapavlovych@ukr.net

РОЗВИТОК УНІВЕРСИТЕТІВ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗНАНЬ

У статті розглядаються концептуальні основи розвитку університетів в умовах формування менеджменту знань. Доводиться необхідність професіоналізації менеджменту університетів. Визначаються особливості наукової та освітньої діяльності університетів та їх ефективність та результативність. Досліджуються базові проблеми становлення університетів третього покоління. Розглядаються проблеми формування людського і структурного капіталу університетів. Стверджується необхідність інтеграції науково-дослідної і навчальної діяльності університету. Визначається особливість формування системи менеджменту знань в контексті інноваційної економіки. Розглядається специфіка університету як підприємницької організації. Формується розуміння мотиваційних цінностей сучасної діяльності університету. Визначається специфіка ролі університетів в розвитку сучасного інноваційного суспільства.

Ключові слова: результативність сучасного університету; професійний менеджмент; професіоналізація управлінської діяльності; наукова та освітня діяльність; соціальний капітал; структурний капітал; мотиваційні цінності; ефект організаційної синергії; спеціалізація наукових досліджень; інтеграція науки і освіти; професійна занятість; нові підприємницьку структури; автономія університетів.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В період інноваційного розвитку сучасних суспільних відносин та формування на цій основі економіки знань досить важливим елементом цього процесу все більше стають університети [1, с. 23]. Саме університети повинні стати основою формування національної інноваційної системи, яка створить позитивні умови розвитку українського суспільства. Але сучасний стан університетської науки та освіти не можуть бути визнані такими, що формують необхідні і достатні умови для ефективного і результативного впливу на інноваційний розвиток суспільства [4, с. 39-46; 7; 8]. Тому дослідження передумов, які формують активний інноваційний спектр діяльності університетів є досить важливим та актуальним завданням.

Також важливим аспектом інноваційної діяльності університетів є розвиток управлінської науки (системи менеджменту), щодо активізації процесів професіоналізації управлінської діяльності та визначення критеріїв ефективності і результативності як для менеджменту самого університету, так і для розвитку професійної системи менеджменту суспільства в цілому.

Дослідження системи формування менеджменту знань пов'язана з досить великою кількістю передумов, які в значній мірі визначають ефективність і результативність цього процесу. В першу чергу, це умови переходу від індустріальної економіки до інноваційної економіки, а вже на інноваційній системі розвитку суспільства формується економіка знань. Головним продуктом індустріальної економіки є матеріальні цінності, інноваційної економіки – системні інновації, а економіки знань – власне знання, як головна цінність соціально-економічного розвитку та стратегічного зростання суспільства. Майже зрозумілим є той факт, що інноваційна економіка формує систему інноваційного менеджменту, а економіка знань – менеджмент знань. В той же час, необхідно зазначити, що знання наукові та професійні є важливим ресурсом усіх періодів розвитку суспільних відносин. Тому важливо розуміти деяку специфіку цього питання та його відносну актуальність для розвитку професійної системи менеджменту взагалі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальні проблеми розвитку університетів з точки зору їх науково-дослідної діяльності, а також з позицій удосконалення технологій університетської освіти досліджували такі видатні вчені та практики як Д. Бок, П. Бурдьє, П. Лоранж, Г. Минцберг, Дж. Салмі, С. Фуллер та інші. В той же час, набуває актуальності дослідження проблеми розвитку професійного менеджменту в системі діяльності сучасних університетів. Важливою стає оцінка університетів щодо якості наукових досліджень та їх практичної цінності. Виникає необхідність пошуку механізмів інтеграції наукового та освітнього процесу в контексті формування інноваційної економіки та становлення університетів третього покоління. Особливо звертається увага на формування мотиваційних цінностей професорсько-викладацького складу університетів та мотивації споживачів «наукових та освітніх» послуг університету.

Постановка проблеми. Дослідити базові проблеми розвитку університетів в системі актуалізації процесів професіоналізації управлінської діяльності. Визначити роль професійного менеджменту для становлення університетів третього покоління. Показати особливості ме-

неджменту знань в умовах збільшення дії креативних та інноваційних факторів розвитку сучасного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усі процеси розвитку суспільства повинні мати якісний управлінський супровід (менеджмент). Системні зміни в суспільстві є результат системного управлінського супроводу, що визначає особливості використання механізмів управлінського супроводу на різних етапах розвитку суспільства, а також на певних стадіях кожного етапу окремо (табл. 1). З іншої сторони, великим завданням для розвитку соціально-економічних відносин є наявність центрів формування системних інновацій, а також нових наукових і професійних знань. Такими центрами є університети третього покоління, які формують інтеграційні процеси розвитку освіти, науки і інноваційного підприємництва [5, с. 225, 227]. Завдання досить складне, оскільки університети не зовсім готові до таких умов свого існування та виконання такої ролі в розвитку сучасного суспільства. Розглянемо деякі ризики та проблеми розвитку університетів в умовах формування менеджменту знань.

Як дослідницькі організації університети створюють соціальний капітал, тому що інтелектуальні інновації майже завжди починають свій шлях як елітарний продукт, доступний тільки тим, хто знаходиться на передньому краї розвитку науки. Однак в якості освітньої установи університети руйнують соціальний капітал, надаючи широкий публіці доступ до інновацій, таким чином нівелюючи ті самі переваги, яке спочатку належить представникам переднього краю наукових досліджень. Дані процеси визначають об'єктивність становлення інноваційної економіки і менеджменту знань та показують креативну роль університету в системі соціально-економічного розвитку сучасного суспільства.

Табл. 1

Основні характеристики сучасного економічного розвитку

Характеристика	Індустріальна економіка	Інноваційна економіка	Економіка знань
Стратегічні фактори економічного зростання	Матеріальні ресурси, виробничий і емпіричний управлінський досвід	Механізм повного інноваційного циклу	Наукові знання, системно-інтегральні механізми взаємодії науки і практики

продовження Табл. 1

Домінуючий капітал	Фізичний	Інтелектуальний, управлінський	Інтелектуальний, управлінський
Головний фактор створення цінностей	Фізичний капітал і людські ресурси	Інновація	Знання
Переважаючі активи	Матеріальні	Нематеріальні	Науково-технологічні
Основні стратегії міжнародного співробітництва	Переливання капіталу і власності	Переливання інновацій і технологій	Переливання знань і системних технологій
Основна формула виробництва	Капітал + праця	Капітал + інновація	Капітал + знання
Основні конкурентні переваги	Індустріальні (промислові) технології	Інтелектуальний капітал і інноваційні технології розвитку	Наукова якість інтелектуального і управлінського капіталу
Інноваційний процес	Періодичний і функціонально-фрагментарний	Постійний, на рівні всієї організації	Системно-інтегральний
Менеджмент	Універсальний	Інноваційний	Інтегральний

Джерело: [5, с. 164].

Й. Шумпетер визначив підприємця як «творчого руйнівника» капіталістичних ринків [11, с. 459]. Університет аналогічним чином можна назвати «метапідприємницькою» інституцією, яка функціонує як тигель для більш масштабних соціальних змін [2, с. 76-77; 9, с. 13].

Однак якщо університет розглядати окремо від системного контексту, то його ефекти можуть здаватися досить протиприродними явищами. Яскравий приклад – тенденція до девальвації дипломів у міру того, як їх отримують більше людей. Контрактна форма навчання і проблеми демографічного розвитку створюють об'єктивні умови для прийому до університетів не «кращих з кращих». Той факт, що ступінь бакалавра або навіть магістра вже не дає тих переваг на ринку праці, як в минуло-

му, іноді пояснюють зниженням якості університетської освіти або безглуздістю академічного знання в порівнянні з професійним навчанням [7, с. 9]. Поки ще не має повного розуміння, що фундаментом професійного навчання є спеціалізована освіта, яка формується в університеті на первинному рівні професійного навчання. Однак втрата переваг, швидше за все, є прямим результатом того, що на ринок праці виходить більше претендентів, які мають відповідну освіту, тому однією тільки ступеня недостатньо, щоб надати перевагу від одного кандидата іншому. В даному випадку знання втратило свою колишню силу. Природна реакція університету на це – провести більше досліджень, щоб або більш ефективно проводити відмінності між володарями наявних ступенів, або вводити нові, більш високі ступені, які зажадають навчання новим знанням. Незважаючи на те що дослідження завжди були елітарним родом занять, близькість – а в ідеалі об'єднання в одній особі – дослідника і викладача завжди мала тенденцію до руйнування, якими б початковими перевагами не користувалися творці і засновники нового знання. Це питання є досить дискусійним, але високий рівень викладання в університеті завжди буде пов'язаний з активною дослідницькою роботою, яку менеджменту університету необхідно мотивувати.

Тренд останнього часу – прагнення перетворити університети в подоби комерційних фірм з виробництва інтелектуальної власності – виявляється нічим іншим, як кампанією з послідовного розчленування інституції: дослідницька функція університету відділяється від освітньої. В результаті ми бачимо виникнення квазіприватних «наукових парків», чиї комерційно успішні, але ризиковані проекти загрожують зупинити нормальний потік знання і створити засновану на прямому доступі до знання класову структуру, яку в наші дні інколи називають інформаційним феодализмом [9, с. 15].

Вчені відчують себе задоволеними, коли мова заходить про «менеджмент знань». Вони часто думають, що це словосполучення підкреслює центральну роль університетів в суспільстві. Насправді ж цей оборот означає щось прямо протилежне – що все суспільство переповнене виробниками знання, серед яких у університетів немає ніяких особливих переваг або привілеїв. Учених застали зненацька, тому що вони традиційно ставилися до знання як до чогось само по собі цінного, що має сенс шукати, незважаючи на ціну і наслідки. Ця позиція мала сенс, коли університети були елітарними закладами і незалежні дослідники були людьми дозвілля. Однак зараз у всьому світі університети змушені відкривати свої двері для широкого загалу зазвичай з причин, які не мають ніякого відношення до чистого пошуку знання. Від сьогодні-

нішнього університету очікують, що він буде займатися роздачою кваліфікацій і буде двигуном економічного зростання. Як наслідок, вчені втрачають повний контроль над власними стандартами продуктивності [9, с. 36-37].

У такому контексті, як зауважує С. Фуллер, виникають досить важливі завдання для професійного менеджменту університетів [9, с. 37-39].

1. У університетів надто багато «людського капіталу», але недостатньо «структурного капіталу». Мовою менеджменту це означає, що професорсько-викладацький склад університетів має слабку орієнтацію щодо практичного значення та конкурентоспроможності випускників університету на ринку праці. Крім того, кафедри університетів, особливо економічного та управлінського спрямування, не мають чіткої наукової спеціалізації та носять, у більшості випадків, комплексно-об'єднуючий характер. Такі обставини не створюють умов для певної спеціалізації наукових досліджень, що значно зменшує якість науково-дослідного процесу викладачів кафедр університету.

2. Якщо комерційна кампанія являє собою набагато більше, ніж сума її частин (наприклад, за рахунок «алхімії» менеджменту і як результат – певного ефекту організаційної синергії), то університет, схоже, менше. Це означає, що менеджмент університету не дає загальної результативності, хоча окремі підрозділи чи окремі науковці можуть видавати досить високу ефективність і навіть високий результат науковий результат.

3. Чи варто очікувати від вчених з короткостроковими контрактами (а їх стає все більше і більше), що вони стануть відстоювати цілісність інституції, яка навіть не може забезпечити їм гарантії зайнятості. Навіть власники докторських ступенів швидко освоюють навички виживання, звичні малоосвіченим і взаємозамінним працівникам. Вони все частіше і легше погоджуються міняти місце роботи заради більш високої зарплати і кращих умов роботи. Концентрація на високий науковий і освітній результат роботи стає значно меншою, а більше спрацьовують механізми елементарного виживання.

4. Коли здатність адаптуватися до постійно мінливого ринку праці стає головною цінністю, нормативна сила професійної автономії починає слабшати, що значно знижує можливості індивідуального професійного зростання дослідників і викладачів університетів. Появляється досить великий об'єм бюрократичної та методичної роботи, яка заважає якісній роботі персоналу університету та створює видимість складності цієї роботи, яка об'єктивно не направлена на загальну якісну результативність.

Однак багато науковців і викладачів – а не професійних університетських менеджерів – зі схваленням підтримують кроки по роз'єднанню єдності викладання і досліджень, яке визначало сенс університету з часів його винаходу в Німеччині на початку XIX століття. Ці кроки робляться щодня – з відкриттям все нових дистанційних освітніх програм або наукових парків: перші перетворюють університети в фабрику дипломів, а другі – в фабрику патентів. Хоча вони тягнуть університет в протилежних напрямках, ці два «постакадемічних» типів організацій поділяють головний інтерес: вони працюють на тих, хто готовий запластити за товар [9, с. 39-40]. І в такому контексті університети виявляються досить вразливими, так як їм завжди важко вдавалося виправдовувати власне існування в термінах негайної економічної вигоди.

Висновки та пропозиції. Університет повинен прагнути бути цілим, яке набагато більше суми своїх частин. Як мінімум це означає, що цінність університету повинна вимірюватися не тільки в термінах короткострокової вигоди для безпосередніх клієнтів, в тому числі студентів. Ідеал навчання, об'єднаного з дослідженням, припускав цілком певний масштаб організаційного мислення, який сьогодні не завадило б оновити. Нове організаційне мислення пов'язано з формуванням інтегрального організаційного світогляду, що визначає перегляд класичних підходів від розвитку менеджменту індустріальної епохи до формування інтегрального менеджменту на основі системної інтеграції та синтезу науки, аналітики та інноваційної практики менеджменту [5, с. 136]. Зрештою, університети унікальні – вони виробляють нове знання (через дослідження), а потім консолідують і розподіляють його (через освіту). У першій фазі університет породжує нові форми соціальних переваг і привілеїв, а в другій їх скасовує. Творче руйнування соціального капіталу дає університетам право називатися першими підприємницькими організаціями. Університети як підприємницьку структури повинні мати професійний менеджмент найвищого зразку, який має необхідну ефективність (потенціал) і створює достатні умови для інноваційного розвитку дослідницької та освітньої роботи, яка орієнтована на науковий і практичний результат.

Список використаної літератури

1. Бок Д. Университеты в условиях рынка. Коммерциализация высшего образования ; Пер. с англ. Москва : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2012. 224 с.
2. Бурдые П. Homo academicus ; пер. с фр. / под науч. ред. Е.В. Кочетыковой и Н.В. Савельевой. Москва : Изд-во Института Гайдара, 2018. 464 с.

3. Друкер Питер, Ф. Энциклопедия менеджмента ; Пер. с англ. Москва : ООО «И.Д. Вильямс», 2006. 432 с.
4. Кузнецов Э. А. Инновационная роль университета и профессионализация управленческой деятельности в Украине. Одесса : Пресс-курьер, 2015. 106 с.
5. Кузнецов Е. А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія. Херсон : ОЛДІ ПЛЮС, 2017. 382 с.
6. Лоранж П. Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей ; Пер. с англ. Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. 400 с.
7. Минцберг Г. Требуется управленцы, а не выпускники МВА. Жесткий взгляд на мягкую практику управления и систему подготовки менеджеров ; Пер. с англ. Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. 544 с.
8. Сломан С., Фернбах Ф. Иллюзия знания: Почему мы никогда не думаем в одиночестве ; пер. с англ. Москва : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2017. 336 с.
9. Фуллер Стив. Социология интеллектуальной жизни: карьера ума внутри и вне академии ; пер. с англ. / Под науч. ред. С. Гавриленко. Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. 384 с.
10. Хэмел Г. Будущее менеджмента ; пер. с англ. Санкт-Петербург : «Бест Бизнес Букс», 2013. 276 с.
11. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва : Эксмо, 2008. 864 с.

Стаття надійшла 26.06.2019 року

О. Г. Павлович,

старший преподаватель

кафедры менеджмента и инноваций

Одесского национального университета имени И.И. Мечникова

Французский бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Украина

e-mail: aleksandrapavlovych@ukr.net

РАЗВИТИЕ УНИВЕРСИТЕТОВ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ

В статье рассматриваются концептуальные основы развития университетов в условиях формирования менеджмента знаний. Доказывается необходимость профессионализации менеджмента университетов. Определяются особенности научной и образовательной деятельности университетов, их эффективность и результативность. Исследуются базовые проблемы становления университетов третьего поколения. Рассматриваются проблемы формирования человеческого и структурного капитала университетов. Утверждается необходимость интеграции научно-исследовательской и учебной деятельности университета. Определяется особенность формирования системы менеджмента знаний в контексте инновационной экономики. Рассматривается специфика университета как предпринимательской организации. Формируется понимание мотивационных ценностей современной деятельности университета. Определяется специфика роли университетов в развитии современного инновационного общества.

Ключевые слова: результативность современного университета; профессиональный менеджмент; профессионализация управленческой деятельности; научная и образовательная деятельность; социальный капитал; структурный капитал; мотивационные ценности; эффект организационной синергии; специализация научных исследований; интеграция науки и образования; профессиональная занятость; новые предпринимательские структуры; автономия университетов.

O. R. Pavlovych,

Senior lecturer,

Department of management and innovation

Odessa I. I. Mechnikov National University,

24/26, Frantsuzskiy blrd., Odessa, 65058, Ukraine

e-mail: aleksandravpavlovych@ukr.net

DEVELOPMENT OF UNIVERSITIES IN THE CONDITIONS OF FORMING KNOWLEDGE ECONOMY

The article discusses the conceptual framework for the development of universities in the context of knowledge management. Need for professionalization of university management has been proven. The features of the scientific and educational activities of universities, their effectiveness and efficiency are determined. The basic problems of the formation of third-generation universities are investigated. The problems of the formation of human and structural capital of universities are considered. The necessity of integrating the research and educational activities of the university is argued. The specificity of the formation of a knowledge management system in the context of an innovative economy is determined. The specificity of the university as an entrepreneurial organization is considered. Understanding of the motivational values of modern university activities is being shaped. The specificity of the role of universities in the development of a modern innovative society is determined.

Key words: performance of a modern university; professional management; professionalization of management activities; scientific and educational activities; social capital; structural capital; motivational values; organizational synergy effect; specialization of research; integration of science and education; professional employment; new business structures; university autonomy.

References

1. Bok, D. 2012. University v usloviyakh rynka. Kommertsializatsiya vysshego obrazovaniya [Universities in the market conditions. Commercialisation of higher education]. Moskva : Izd. Dom Vysshey shkoly ekonomiki. [in Russian].
2. Burdye, P. (2018). Homo academicus. Moskva : Izd-vo Instituta Gaydara. [in Russian].
3. Druker, P. F. (2006). Entsiklopediya menedzhmenta [Management encyclopedia]. Moskva : OOO «I.D. Vilyams». [in Russian].
4. Kuznetsov, E. A. (2015). Innovatsionnaya rol universiteta i professionalizatsiya

- upravlencheskoy deyatelnosti v Ukraine [Innovational role of the university and professionalization of managerial activity in Ukraine]. Odessa : Press-kuryer. [in Russian].
5. Kuznetsov, E. A. (2017). Metodolohiia profesionalizatsii upravlinskoi diialnosti v Ukraini. Monohrafiia [Methodology of professionalization of managerial activity in Ukraine. Monograph]. Kherson : OLDI PLIuS. [in Ukrainian].
 6. Loranzh, P. (2004). Novyi vzglyad na upravlencheskoe obrazovanie: zadachi rukovoditeley [New view on the managerial education: tasks of managers]. Moskva : ZAO «Olimp-Biznes». [in Russian].
 7. Mintsberg, G. (2008). Trebuyutsya upravlentsy, a ne vypuskniki MVA. Zhestkiy vzglyad na myagkuyu praktiku upravleniya i sistemu podgotovki menedzherov [Managers are needed, not MBA's graduates. Strick view on the soft management practice and system of managers' training]. Moskva : ZAO «Olimp-Biznes». [in Russian].
 8. Sloman, S. & Fernbach F. (2017). Illyuziya znaniya: Pochemu my nikogda ne dumam v odinochestve [Illusion of knowledge. Why we never think alone?]. Moskva : KoLibri, Azbuka-Attikus. [in Russian].
 9. Fuller, Stiv. (2018). Sotsiologiya intelektualnoy zhizni: karyera uma vnutri i vne akademii [Sociology of intellectual life. Carrier of a mind in and out the academy]. Moskva : Izdatel'skiy dom «Delo» RANKhiGS. [in Russian].
 10. Khemel, G. (2013). Budushchee menedzhmenta [Future of management]. Sankt-Peterburg : «Best Biznes Buks». [in Russian].
 11. Shumpeter, Y. A. (2008). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya [Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy]. Moskva : Eksmo [in Russian].

Інформація для авторів

Збірник наукових праць «Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління» є професійним виданням, яке було засновано у 1998 р. В 2013 році видання було перереєстровано. Свідectво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія KB № 19765-9565 Р від 15 березня 2013 року. Міжнародний стандартний серійний номер видання: ISSN 2413-9998.

Збірник наукових праць реферується РЖ «Джерело», індексується в міжнародній базі даних Index Copernicus Journals Master List (ICV 2015 : 50.60).

Статті публікуються українською, російською та англійською мовами.

При написанні статей слід враховувати Постанову № 7-05/1 від 15.01.2003 Президії ВАК «Про підвищення вимог до професійних видань, внесених до переліку ВАК України». До друку приймаються статті, що відповідають вимогам ВАК та включають такі елементи: постановка проблеми в загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями; аналіз основних досліджень і публікацій, що присвячено проблемі і на які спирається автор; виділення невирішених проблем, яким присвячена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням наукових результатів; висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку.

Статті подаються за тематикою, яка відповідає концепції та назві наукової збірки.

Технічні вимоги до оформлення наукової статті:

- ✓ загальний обсяг статті – до 20 сторінок. Обсяг основного тексту статті має бути не менше 8 сторінок;
- ✓ стандарти: бумага формату А4; орієнтація – книжкова; шрифт набору – Times New Roman; назва, текст статті, додатки – кегль 14 pt, міжрядковий інтервал – 1; відомості про автора, анотації, ключові слова, резюме, список літератури – кегль 12 pt, міжрядковий інтервал – 1; поля: ліве – 20 мм, праве – 15 мм, верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм; сторінки без нумерації. Абзац – 1,25 см. Стиль – Normal;
- ✓ стаття набирається по всій ширині абзацу в один стовпчик;
- ✓ заголовки таблиць та їх номери оформлюються з нового рядка, праворуч по тексту; назва самої таблиці наводиться в окремому рядку, по центру сторінки;

✓ назва рисунку розміщується під ілюстрацією, по центру рядка із зазначенням його наскрізної нумерації всередині статті. Слово «Рисунок» і його номер відділяється від назви крапкою;

✓ нумерація формул здійснюється наскрізним способом у межах статті та вказується праворуч від формул у круглих дужках;

✓ кількість графічного матеріалу має бути мінімальною. Графіки та схеми не слід перевантажувати текстовими написами. Ілюстративні матеріали мають бути якісними. Не допускається використання у тексті рисунків чи формул, що буди скановані; схеми та рисунки мають бути згруповані;

✓ формули мають бути набрані у редакторі MathType;

✓ відповідно до вимог Постанови Президії ВАК України від 15.01.2003 р. №7-05/1, в статті необхідно жирним виділити наступні елементи:

- Постановка проблеми у загальному вигляді.
- Аналіз останніх досліджень і публікацій.
- Постановка завдання.
- Виклад основного матеріалу дослідження.
- Висновки та пропозиції

Статті, що було оформлено з порушенням зазначених вимог, редакцією не розглядаються, про що повідомляється авторові.

До редакції збірника наукових праць «Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління» подається:

✓ друкований примірник, підписаний авторами;

✓ електронна версія на будь-якому електронному носії у форматі Microsoft Word (*.doc). Назва файлу має відповідати прізвищу автора;

✓ завірена рецензія доктора наук відповідного профілю;

✓ на окремому аркуші – відомості про автора: прізвище, ім'я, по-батькові повністю, організація, посада, адреса, науковий ступінь, вчене звання, контактні телефони, поштова адреса для направлення авторського примірника збірнику, електронна адреса.

Довідка про автора

П.І.Б.	
Місце роботи	
Науковий ступінь	
Вчене звання	
Посада	
Контактний телефон	
E-mail	
Поштова адреса	

Оригінальність і плагіат

Автори повинні подавати повністю оригінальні наукові статті, а якщо автори використовували роботи та / або вислови інших людей, вони повинні бути належним чином оформлені у вигляді цитат.

Плагіат у всіх його формах розцінюється як неетична поведінка і є неприйнятним.

Множинні, повторні та конкуруючі публікації

Автор не має публікувати статтю, в якій описується по суті одне й те саме дослідження, у більш ніж одному науковому виданні або первинній публікації. Подання статті до більш ніж одного наукового видання одночасно розцінюється як неетична поведінка і є неприйнятним.

Автор не має подавати на розгляд в інші наукові видання раніше опубліковані статті. У випадку, якщо автор у вторинній публікації використовує матеріали попередніх праць, автор має навести посилання на первинну статтю.

Редколегія залишає за собою право на рецензування, редакційні виправлення, скорочення і відхилення статей.

Відповідальність за точність та достовірність поданих фактів, статистичних даних, цитат, прізвищ та іншої інформації несуть автори матеріалів. Рукописи статей та електронні носії авторам не повертаються.

Гонорар за опубліковані роботи авторам не сплачується.

Статті слід подавати до редакційної колегії збірника наукових праць:

Кафедра економіки та управління, економіко-правовий факультет Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, Французький бульвар 24/26, каб.49, м. Одеса, Україна, 65058, тел. +380-48-776-22-28 чи надсилати електронною поштою за адресою: **rinek@onu.edu.ua**

Електронна версія збірника наукових праць «Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління» знаходиться на офіційному сайті: **<http://rinek.onu.edu.ua>**

Наукове видання

**РИНКОВА ЕКОНОМІКА:
сучасна теорія і практика управління**

Збірник наукових праць

ТОМ 18. Випуск 1 (41)

Головний редактор: Є. І. Масленников
Відповідальний секретар: В. І. Борщ
Комп'ютерне верстання: О. Є. Мазур

Підп. до друку 19.06.2019. Формат 60×84/16.
Ум.-друк. арк. 14,53. Тираж 300 пр.
Зам. № 1953.

Видавець і виготовлювач

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4215 від 22.11.2011 р.
Україна, 65082, м. Одеса, вул. Єлісаветинська, 12
Тел.: (048) 723 28 39

Scientific Publication

**MARKET ECONOMY:
Modern management theory and practice**

Collection of scientific works

Volume 18. Issue 1 (41)

Chief editor: Ye. I. Maslennikov
Executive secretary: V. I. Borshch
Text layout: O. Ye. Mazur

Signed in Print 19.06.2019. Format 60'84/16. Conv. pr. Sheets 14,53.
Circulation of 300 copies. Order № 1953.

Publisher and editor

Odesa I. I. Mechnikov National University
Certificate of state registration of the print media DK № 4215 dated November, 22, 2011
Ukraine, 65082, Odesa, Elisavetyns'ka str. 12
Tel. (048) 723-28-39. E-mail: druk@onu.edu.ua