ISSN 2616-3853 (print), ISSN 2616-4167 (online)
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13

УНІВЕРСИТЕТ
імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

МІЖНАРОДНИЙ
БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД
«ПЛАНЕТА
АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»

НОБЕЛІВСЬКИЙ ВІСНИК

Виходить 1 раз на рік

№ 1 (13) 2020

Заснований у вересні 2008 р.

ДНІПРО
2020

РЕДАКЦІЙНА РАДА

Голова редакційної ради – Б.І. Холод,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Заступник голови редакційної ради – А.О. Задоя,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Члени редакційної ради

С.Б. Вакарчук, доктор фізико-математичних наук,
професор (Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
В.А. Павлова, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
А.А. Степанова, доктор філологічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
О.Б. Тарнопольський, доктор педагогічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

EDITORIAL COUNCIL

Head of Editorial Council – Borys Kholod,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Deputy Head of Editorial Council – Anatolii Zadoia,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Members of Editorial Council

Sergiy Vakarchuk, Doctor of Physical and Mathematical
Sciences, Full Professor (Alfred Nobel University, Dnipro).
Valentyna Pavlova, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Anna Stepanova, Doctor of Philology, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Oleg Tarnopolsky, Doctor of Pedagogy, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор – Б.І. Холод,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Заступник головного редактора – А.О. Задоя,
доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Відповідальний секретар – Л.В. Пилипчак
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

Члени редколегії

Т.М. Болгар, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
Л.А. Величко, кандидат наук з державного управління,
доцент (Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара).
О.І. Жилінська, доктор економічних наук, професор
(Київський національний університет
імені Тараса Шевченка).
Г.О. Крамаренко, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
С.В. Кузьмінов, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
О.О. Меліх, доктор економічних наук, доцент
(Одеська національна академія харчових технологій).
Г.Я. Митрофанова, доктор економічних наук, доцент
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
В.Є. Момот, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
В.А. Павлова, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
І.В. Тараненко, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
В.А. Ткаченко, доктор економічних наук, професор
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).
С.Б. Холод, доктор економічних наук, доцент
(Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро).

EDITORIAL BOARD

Chief Editor – Borys Kholod,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Deputy Chief Editor – Anatolii Zadoia,
Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Executive Assistant – Liudmyla Pylypchak
(Alfred Nobel University, Dnipro).

Editorial Board Members

Tetiana Bolgar, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Liudmyla Velychko, Ph.D. in Public Administration,
Associate Professor (Oles Honchar Dnipro National
University).
Oksana Zhylinska, Doctor of Economics,
Full Professor (Taras Shevchenko
National University of Kyiv).
Galyna Kramarenko, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Sergiy Kuzminov, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Olena Melikh, Doctor of Economics, Associate Professor
(Odessa National Academy of Food Technologies).
Ganna Mytrofanova, Doctor of Economics, Associate
Professor (Alfred Nobel University, Dnipro).
Volodymyr Momot, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Valentyna Pavlova, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Iryna Taranenko, Doctor of Economics, Full Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).
Volodymyr Tkachenko, Doctor of Economics,
Full Professor (Alfred Nobel University, Dnipro).
Sergiy Kholod, Doctor of Economics, Associate Professor
(Alfred Nobel University, Dnipro).

© Нобелівський вісник, 2020
© Університет імені Альфреда Нобеля,
оформлення, 2020

МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА

К. Грібінча, PhD, доцент
(Республіка Молдова).
Масціло Зоран, доктор, професор
(Боснія і Герцеговина).
Л.М. Сембієва, доктор економічних наук, професор
(Казахстан).
В. Сова, PhD (Польща).
Індерджіт Сінгх Содхі, доктор, професор (Індія).
Б. Шлюсарчик, доктор економічних наук, професор
(Польща).

INTERNATIONAL EDITORIAL COUNCIL

Corina Gribincea, PhD, Associate Professor
(Republic of Moldova).
Zoran Mastilo, Dr., Professor
(Bosnia and Herzegovina).
Liazzat Sembiyeva, Doctor of Economics, Full Professor
(Kazakhstan).
Bożena Sowa, PhD (Poland).
Inderjeet Singh Sodhi, Dr., Professor (India).
Boguslav Shlusarchik, Doctor of Economics, Full Professor
(Poland).

Затверджено до друку і до поширення через мережу Інтернет
за рекомендацією вченої ради Університету імені Альфреда Нобеля
(протокол від 30 листопада 2020 р. № 6).

Програмні цілі: висвітлення результатів досліджень актуальних тенденцій циклічної і кризової динаміки світової економічної системи, визначення перспектив її розвитку у цивілізаційному вимірі.

Статті публікуються змішаними мовами.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 22732-12632ПР від 14.06.2017 р.

Журнал «Нобелівський вісник»
затверджено у Переліку наукових фахових видань за категорією «Б»
рішенням Атестаційної колегії Міністерства освіти і науки України
(наказ від 2 липня 2020 р. № 886).

Журнал «Нобелівський вісник»
зареєстровано у міжнародних наукометричних базах і директоріях Ulrich's Periodicals Directory,
Directory of Open Access Journals (DOAJ), Index Copernicus,
індексується в Google Scholar та інформаційно-аналітичній системі
Національної бібліотеки України імені Вернадського.

Усі права застережено. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою авторів і редакції. При передрукуванні посилання на ***«Нобелівський вісник»*** обов'язкове.

ЗМІСТ

Берзон С.Ю. Теоретичні засади формування поняття «соціально-економічна криза»
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-1 6
Горіна Г.О. Оцінка культурної складової туристичної інфраструктури Донецького економічного регіону
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-2 15
Górka M., Ślusarczyk B., Brągiel E., Torba A. Development of entrepreneurship in rural areas on the example of agrotourism
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-3 22
Коваленко В.В. Теоретико-методичні засади формування стратегії маркетингу банківських інновацій
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-4 30
Коноваленко А.С. Методичні підходи до дослідження споживчої поведінки дітей шкільного віку
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-5 42
Левченко О.М. Формування політики стимулювання малого та середнього підприємництва в Україні як елемента стійкого розвитку країни
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-6 49
Lymonova E.M., Mahdich A.S. Innovation development and investments in Ukraine
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-7 58
Литвиненко О.М., Приходько К.В. Проблеми підбору та утримання покоління Z у реаліях кадрового голоду в Україні
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-8 65
Остапенко В.В. Лінії попиту і пропозиції золотого, кам'яного, залізного віків і доби інтелектуального капіталу
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-9 75
Тараненко В.Є. Аспекти регулювання фондового ринку України за ризикоорієнтованим підходом
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-10 84
Швець В.Я. Концепція оцінки адекватності пенсійного забезпечення
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-11 93

CONTENTS

Berzon S. Theoretical fundamentals of concept formation «socio-economic crisis»
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-1 6
Horina H. Assessment of the cultural component of the tourist infrastructure of the Donetsk economic region
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-2 15
Górka M., Ślusarczyk B., *Brągiel E.*, *Torba A.* Development of entrepreneurship in rural areas on the example of agrotourism
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-3 22
Kovalenko V. Theoretical and methodological basis of formation of marketing strategy of banking innovations
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-4 30
Konovalenko A. Methodological approaches to the study of consumer behavior of school-age children
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-5 42
Levchenko O. Formation of small and medium business development policy in Ukraine as an element of sustainable development of the country
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-6 49
Lymonova E., Mahdich A. Innovation development and investments in Ukraine
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-7 58
Lytvynenko O., Prykhodko K. Problems of selection and maintenance of generation Z in the realities of personnel hunger in Ukraine
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-8 65
Ostapenko V. Demand and supply golden, stone, iron centuries and century of intellectual capital
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-9 75
Taranenko V. Aspects of stock market regulation of Ukraine by risk-oriented approach
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-10 84
Shvets V. The concept of assessing the adequacy of pension provisions
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-11 93

Редактор М.С. Кузнецова
Комп'ютерна верстка А.Ю. Такій

Адреса редакції та видавця: 49000, м. Дніпро,
вул. Січеславська Набережна, 18.
Університет імені Альфреда Нобеля.
Тел./факс: (056) 720-71-54, ***e-mail:*** rio@duan.edu.ua

Підписано до друку 3.12.2020. Формат 70×100/16.
Ум. друк. арк. 8,13. Тираж 300 пр. Зам. № .

Віддруковано у ТОВ «Роял Принт».
49052, м. Дніпро, вул. В. Ларіонова, 145.
Тел. (056) 794-61-05, 04
Свідоцтво ДК № 4765 від 04.09.2014 р.

УДК 316.4
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-1

С.Ю. БЕРЗОН,
аспірант
Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА»

Основою побудови методології дослідження став системний підхід. У процесі дослідження застосовувалися загальні та конкретні наукові методи, а саме: абстрагування - для визначення сутності соціально-економічних криз та обґрунтувань застосування до них окремих класифікаційних ознак; аналізу - для дослідження змістового наповнення понять «криза», «криза системи», «криза соціально-економічної системи»; синтезу - для уточнення формулювань понять «криза соціально-економічної системи» та «соціально-економічна криза».

Виявлено дуальне розуміння (динамічне та статичне) сутності кризи у соціально-економічній сфері за результатами аналізу змістового наповнення понять «криза», «криза системи», «соціально-економічна криза» в цілому та за окремими компонентами. Як динамічне визначено поняття «соціально-економічна криза», формулювання якого уточнено як зміни, перелам у перебігу соціально-економічних процесів, що призводять до дестабілізації відповідних соціально-економічних систем. Як статичне визначено поняття «криза соціально-економічної системи», що сформульовано як погіршення її стану, яке визначається дестабілізацією соціально-економічних процесів та може обумовити руйнування самої системи. Зазначені поняття є спорідненими за базовими економічними категоріями, однак не є ідентичними у зв'язку з відмінностями за групою основних емпіричних об'єктів. Проведено критичну оцінку існуючих систем класифікації криз у соціально-економічних процесах та виявлено розбіжності змісту відповідних понять. Окреслено шляхи розвитку класифікації та типології соціально-економічних криз та криз соціально-економічних систем.

Набули подальшого розвитку теоретичні засади оцінки змісту та типології криз у соціально-економічних процесах за рахунок уточнення понять «соціально-економічна криза» та «криза соціально-економічної системи» на основі аналізу етимології вихідних понять та змістового наповнення їх компонентів, що дає змогу розвинути методичне підґрунтя для якісної оцінки соціально-економічних криз на основі системного підходу.

Отримані результати сприятимуть удосконаленню процесу оцінки джерел виникнення та механізмів перебігу сучасних економічних криз як циклічного, так і нециклічного характеру.

Ключові слова: криза, криза системи, соціально-економічна криза, криза соціально-економічної системи, класифікація криз, аналіз змістового наповнення.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку людського суспільства характеризується зростанням кількості та глибини деструктивних явищ в усіх аспектах людського буття – від підтримання сталості суспільних інституцій до забезпечення потреб окремих індивідуумів. В економіці ці деструктивні явища проявляються найбільш яскраво, відтворюють самі себе, екстраполюються на різні рівні економічних систем та призводять до суттєвих геополітичних трансформацій. Словом, кризові явища часто мають глобальний, системний характер. Водночас посилився і зворотний зв'язок – від деструктивних суспільних явищ до зростання нестабільності в економічних системах. Економічні кризи стали невід'ємною частиною суспільного життя. Зростання частоти та глибини економічних криз обумовило посилення інтересу науковців до визначення причин їх виникнення, механізму перебігу та способів запобігання. Як напрям наукових досліджень вивчення природи та способів протидії економічним кризам є надто широким у зв'язку з їх різноманітністю, що не зменшує актуальності проведення подібних досліджень.

© С.Ю. Берзон, 2020

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню сутності, природи, механізмів виникненню криз присвячено значну кількість праць науковців у всьому світі. Серед них можна навести праці Л. Бальцеровича, Л. Бартона, О. Бленчарда, В. Івантера, А. Ілларіонова, Г. Кальво, Д. Кауфмана, Дж. Кейнса, М. Кондратьєва, Я. Корнаї, П. Кругмана, Т. Мальтуса, К. Маркса, С. Мілля, Б. Пінто, Е. Поротті, Д. Рікардо, А. Ослунда, Дж. Сакса, П. Самуельсона, А. Сміта, М. Шаффра, Ю. Хабермаса, Й. Шумпетера, В. Ширмера. Значним є доробок і українських науковців, таких як М. Туган-Барановський, Є. Варга, Б. Гаврилишин, А. Гальчинський, В. Геєць, С. Дорогунцов, І. Жиляєв, М. Кизим, Є. Коротков, С. Меншиков, І. Лукінов, С. Мочерний, Ю. Пахомов, В. Черняк, М. Чумаченко.

Особливо докладно описано науковцями циклічні кризи. Зокрема промисловим кризам присвячено відому працю М. Туган-Барановського «Періодичні промислові кризи. Історія англійських криз. Загальна теорія криз» (1923 р. [1]). Протягом ХХ ст. виявлено кілька різновидів циклічності розвитку економіки: ультракороткі цикли Дж. Кітчіна (3–5 років) [2], короткі цикли К. Жюгляра (7–11 років) [3], Лабруса (10–12 років), гіперцикли Коваля (8–20 років), С. Кузнеця (18–25 років) [4], довгі хвилі Кондратьєва (більше 50 років) [5]. Відомою сучасною працею стосовно сутності криз, їх різновидів та прогнозування настання та перебігу є праця Ю.В. Яковця [6].

Більшість наукових праць концентрується на визначенні циклічності та причин виникнення цієї циклічності. Серед таких причин визначали зокрема: недостатність виробництва продукції, перевиробництво продукції, динаміку економічної кон'юнктури, накопичення структурних диспропорцій, особливості монетарної динаміки, неузгодженість динаміки цін на товарних ринках і ринках цінностей, впровадження інновацій тощо. Однак наприкінці ХХ ст. все частішими та глибшими стають кризи, які жодним чином не вписуються у визначені раніше закономірності циклічності та не пов'язані з визначеними причинами циклічності. Виникнення таких криз пов'язують зі значними помилками в економічній політиці, випадковими подіями у функціонуванні окремих фінансових інструментів, кризовими очікуваннями економічних агентів, впливом новин щодо економічних подій тощо. Виникає навіть окрема концепція впливу випадкових подій на злам закономірних тенденцій соціально-економічного розвитку – так звана концепція «чорного лебедя» [7].

Отже, виникнення розбіжностей між усталеними теоріями виникнення криз та реаліями сучасного економічного життя визначило новий мейнстрим економічної думки – розвиток теорії криз, яка б враховувала їх історичне та сучасне різноманіття та давала б узгоджене розуміння сутності та механізму виникнення. Актуальність подібних досліджень визначається також і тим, що розбіжності існують не тільки в розумінні механізму виникнення та розвитку криз, описі закономірностей їх перебігу (в тому числі і формалізованому), а й у формуванні теоретичного розуміння сутності соціально-економічних криз, формулюванні відповідного поняття та коректному визначенні класифікації та типології криз тощо.

Формулювання мети статті. Наведене вище і визначило мету статті – розвиток теоретичних засад дослідження соціально-економічних криз. Основними методами дослідження стали: абстрагування – для визначення сутності соціально-економічних криз та обґрунтувань застосування до них окремих класифікаційних ознак; аналізу – для дослідження змістового наповнення понять «криза», «криза системи», «криза соціально-економічної системи»; синтезу – для уточнення формулювань понять «криза соціально-економічної системи» та «соціально-економічна криза».

Виклад основного матеріалу дослідження. Саме поняття «криза» грецького походження (κρίση – криза), що означає різку зміну (перелом), тяжкий стан, процес, поворотний пункт [8], має дві основні спрямованості розуміння:

– динамічне – як зміну в процесі, що характеризується особливою значущістю, швидкістю, гостротою;

– статичне – як тяжкий стан чого-небудь (системи, особи тощо), який відрізняється від його звичайного стану.

Таке саме розуміння поняття відображають і словники: «Словарь русского языка» С.І. Ожегова [9], «Великий тлумачний словник української мови» В. Т. Бусела [10, с. 464], «Новий словник іншомовних слів» Л.І. Шевченка та ін. [11, с. 329], «Словарь иностранных слов» И.В. Лехина и Ф.Н. Петрова [12, с. 202] та «Політична енциклопедія» Ю. Левенець та ін. [13, с. 373].

Однак уже в розумінні поняття «криза системи» виникають суттєві розбіжності. Так, основоположник теорії систем О. Богданов, окрім розуміння кризи системи як «перелому, зміни», розуміє кризу як «завершення існування системи», «перехід системи», виключаючи вихідний статичний сенс поняття [14]. Динамічної інтерпретації розуміння поняття «криза системи» дотримуються Р.Л. Акофф [15], І. Ансоф [16], С.А. Кравченко [17, с. 184], Ю. Левенець, Ю. Шаповал [13, с. 373]. Однак при цьому науковці не завжди виходять з етимологічно першого змісту поняття «криза». Так, поняття кризи інтерпретується як «зміна», «перелом», «перехід», «процес» у застосуванні до самої системи, її стану, рівноваги, трансформації. Статичне розуміння поняття «криза системи» також зустрічається в науковій літературі, але набагато рідше (І. Ансофф [16], З. Шершнєва [18], А. Чернявський [19, с. 169]). Кризу системи вважають етапом, фазою, періодом її розвитку, що характеризується важким станом, близькістю до руйнування. Аналіз змістового наповнення понять «криза» та «криза системи» дає змогу виявити їх етимологічний зв'язок та підпорядкованість статичного розуміння розумінню динамічному.

Змістове наповнення поняття «соціально-економічна криза» проаналізовано на основі визначень І. Василенка, Е. Короткова [20], О.Б. Ватченко, Р.С. Шаранова [21, с. 151], Ю.П. Владики [22, с. 61], С.А. Кравченка [17, с. 184], І.В. Кривов'язюка [23, с. 5], Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовського, О.Б. Стародубцевої [24, с. 213]. Аналіз змістового наповнення поняття «криза соціально-економічної системи» дав більш широкі та неоднозначні результати (рис. 1).

Рис. 1. Змістове наповнення існуючих розумінь поняття «соціально-економічна криза»

Зокрема як семантичне ядро поняття найбільш часто використовується поняття «протиріччя», менш часто – «проблеми» і зовсім рідко – «відсутність орієнтирів». Жодне із зазначених понять не має безпосереднього змістового зв'язку з поняттям «криза».

Базова категорія, що переважно зустрічається в проаналізованих формулюваннях поняття «соціально-економічна криза», – це переважно категорія соціально-економічної системи, інколи – категорія економічного стану. Як першу, так і другу категорію коректно застосовувати при статичному розумінні поняття.

Різноманітними є процеси, відносини, властивості, особливості (процесів), які використовують науковці при формулюванні поняття – від «функціонування» до «руйнування». Так само широко застосовуються доповнюючі категорії, що характеризуються певною неузгодженістю.

Виходячи із змістового наповнення вихідного поняття «криза» та коректного застосування економічної термінології пропонуємо таку його структуру (рис. 2).

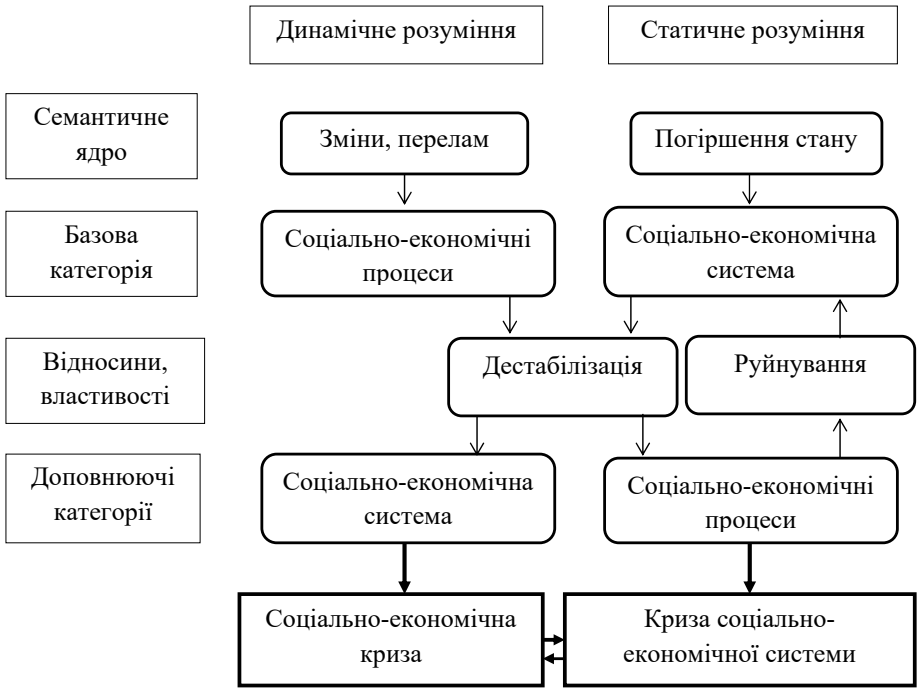

Рис. 2. Пропоноване змістове наповнення понять «соціально-економічна криза» та «криза соціально-економічної системи»

Основою формулювань є динамічне та статичне розуміння поняття «криза». Формулювання поняття «соціально-економічна криза» ґрунтується на її ідентифікації як зламу, перелому. Базовою категорією є категорія соціально-економічних процесів. Процеси як явище можуть мати нормальний перебіг або бути дестабілізованими. Вочевидь, для кризи характерною є дестабілізація соціально-економічних процесів. Дестабілізація процесів, у свою чергу призводить до дестабілізації соціально-економічної системи, в якій вони відбуваються. Тим самим соціально-економічна криза обумовлює кризу соціально-економічної системи.

Криза соціально-економічної системи – поняття, що співвідноситься із статичним аспектом етимологічно первинного поняття «кризи» і формулюється як «погіршення стану соціально-економічної системи». Причиною погіршення стану соціально-економічної системи є дестабілізація соціально-економічних процесів, а наслідком – відновлення попереднього стану системи, її трансформація або руйнування.

Отже, формулювання понять «соціально-економічна криза» та «криза соціально-економічної системи» можуть бути такими:

– соціально-економічна криза – це зміни, перелам у перебігу соціально-економічних процесів, що призводять до дестабілізації відповідних соціально-економічних систем;

– криза соціально-економічної системи – це погіршення її стану, яке визначається дестабілізацією соціально-економічних процесів та може обумовити руйнування самої системи.

Зазначені формулювання є спорідненими та взаємопов'язаними, частково відображають механізм зв'язку між виникненням кризових явищ у перебігу соціально-економічних процесів та функціонуванні соціально-економічних систем, але не є ідентичними.

Змістове наповнення поняття «соціально-економічна криза» характеризується внутрішніми суперечностями, остільки і системи класифікації, які пропонуються для формування типології криз, також є неузгодженими, частково повторюють одна одну або мають застосування не до об'єктивної характеристики криз, а в межах їх суб'єктивної оцінки. Наприклад, виокремлюють такі системи класифікації криз [22, с. 62; 23, с. 5–6; 25, с. 19; 26, с. 96; 27, с. 75]:

– за мірою охоплення соціально-економічної системи – загальні (охоплюють соціально-економічну систему в цілому) та локальні (охоплюють тільки частину системи);

– за ступенем поширення – глобальні, міжнародні, світові, регіональні, національні, місцеві, галузеві;

– за мірою прояву – макрокризи (визначають виникнення низки проблем у значних масштабах прояву) та мікрокризи (визначають виникнення однієї-двох проблем, масштаби прояву незначні);

– за групою суспільних відносин, які охоплює криза – політичні, економічні, соціальні, організаційні, психологічні, технологічні тощо;

– за характером – циклічні, структурні, модифіковані, комбіновані, перехідні;

– за причинами виникнення – природні, суспільні, екологічні;

– за рівнем передбачуваності – закономірні / передбачувані та випадкові / непередбачувані. Різновидом закономірних криз є циклічні кризи;

– за характером перебігу – явні та латентні;

– за повторюваністю – разові, перманентні;

– за глибиною наслідків – глибокі та легкі;

– за тривалістю – затяжні та короткочасні;

– за ідентичністю – унікальні, аналогові;

– за можливістю трансформації – трансформаційні, нетрансформаційні;

– за темпами розгортання – регресуюча криза (темпи розгортання якої з часом спадають) та прогресуюча криза (темпи розгортання з часом зростають);

– за ступенем розгортання кризового стану – початкова криза (криза, за якої незначним чином погіршується частина макроекономічних показників), наростаюча криза (погіршуються всі макроекономічні показники, окремі з них значним чином, деструктивні явища набувають системного характеру), спадаюча криза (частина макроекономічних показників набувають позитивної динаміки, інші перебувають у статичному стані) та депресивна криза (криза, для якої характерною є відсутність будь-якої динаміки макроекономічних показників, як правило, настає після стрімкого та глибокого їх погіршення);

– за наслідками – руйнівні, частково руйнівні, неруйнівні, оздоровчі.

Така значна кількість систем класифікації криз свідчить про відсутність узгодженості наукової думки щодо їх сутності, різновидів, механізмів виникнення та перебігу. Крім того, за переважною більшістю класифікаційних ознак простежується, що мова йде перш за все про циклічні кризи. Нециклічні кризи відстежуються у системах класифікації тільки за їх похідними ознаками – можливістю прогнозувати, наслідками тощо.

Більш коректним при класифікації соціально-економічних криз та криз соціально-економічних систем, на нашу думку, буде виходити з класифікацій, що стосуються компонентів формулювань вихідних понять.

Так, стосовно соціально-економічних процесів вирізняють такі системи класифікації [28, с. 55]: за носіями процесу (соціальні, економічні); за відношенням до природи причин (ендогенні, екзогенні); за можливістю впливу (контрольовані, неконтрольовані); за відображенням у свідомості (явні, приховані); за швидкістю процесу (стрімкі, рівномірні, повільні); за часовим горизонтом (короткострокові, середньострокові, довгострокові); за джерелом виникнення (випадкові закономірні); за ступенем відкритості (відкриті, закриті); за стабільністю перебігу (стабільні, нестабільні); за значущістю змін (базові, периферійні); за рівнем процесу (макро-, мезо-. мікропроцеси); залежно від сприйняття (прості, складні). Ці ж системи класифікації можуть бути застосовані до соціально-економічних криз (оскільки саме соціально-економічні процеси є базовою категорією в розумінні змісту відповідного поняття) і формувати їх типологію.

Однак серед наведених систем класифікації є такі, що не характеризують соціально-економічні процеси як об'єктивно існуюче явище, незалежне від волі та сприйняття окремих суб'єктів. Такі системи класифікації стосуються, швидше, процесів як носіїв або об'єктів впливу людини і не можуть стосуватися соціально-економічних криз. Отже, до ознак класифікації соціально-економічних криз можна включити: носія кризових процесів; швидкість процесів; часовий горизонт; джерело виникнення; ступінь відкритості; стабільність перебігу; значущість змін; рівень процесу. Зазначені класифікаційні ознаки не можуть бути застосовані до криз соціально-економічних систем, оскільки не стосуються емпіричних об'єктів зазначеного поняття.

Соціально-економічні системи класифікують [29, с. 29–30]: за технологічним способом виробництва (доіндустріальні, індустріальні, постіндустріальні); за формою власності в системі (приватна, суспільна власність на засоби виробництва та різні проміжні форми) тощо. Водночас класифікація соціально-економічних систем залежить від підходу в її сприйнятті – морфологічного, еволюційного, методологічного. Тим самим кризи можуть бути класифіковані за видами соціально-економічних систем, але такий спосіб їх класифікації не дає уявлення про особливості виникнення та перебігу криз.

Висновки. Таким чином, поняття соціально-економічної кризи має глибоке етимологічне коріння, що не завадило виникнути широким розбіжностям у науковій думці щодо його інтерпретації. Аналіз змістового наповнення понять «криза», «криза системи», «соціально-економічна криза» в цілому та за окремими компонентами дав змогу виявити дуальне розуміння відповідних понять: динамічне і статичне. Відповідно до динамічного розуміння кризи в соціально-економічних процесах було уточнено її формулювання – як змін, переламу в перебігу соціально-економічних процесів, що призводять до дестабілізації відповідних соціально-економічних систем. Статичне розуміння кризи в соціально-економічних процесах сформувало підстави до уточнення формулювання поняття «криза соціально-економічної системи» як погіршення її стану, яке визначається дестабілізацією соціально-економічних процесів та може обумовити руйнування самої системи. Уточнені формулювання зазначених понять стали основою для критичного вибору систем класифікації соціально-економічних криз, що в подальшому визначатиме вибір методології їх дослідження.

Список використаної літератури

1. Туган-Барановский М. Периодические промышленные кризисы. История английских кризисов. Общая теория кризисов. Петроград, 1923. 574 с.

2. Kitchin J. Cycles and Trends in Economic Factors. *Review of Economics and Statistics*. The MIT Press, 1923. Vol. 5. No. 1. P. 10–16.

3. Korotayev A.V., Tsirel S.V. A Spectral Analysis of World GDP Dynamics: Kondratieff Waves, Kuznets Swings, Juglar and Kitchin Cycles in Global Economic Development, and the 2008–2009 Economic Crisis. *Structure and Dynamics*. 2010. Vol. 4. 1. P. 3–57.

4. Kuznets S. Secular Movements in Production and Prices. Their Nature and their Bearing upon Cyclical Fluctuations. Boston: Houghton Mifflin, 1930. 536 p. URL: https://dspace.gipe.ac.in/xmlui/handle/10973/24893

5. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды. Москва: Экономика, 2002. 860 с.

6. Яковец Ю.В. Циклы. Кризисы. Прогнозы. Москва: Наука,1999. 448 с.

7. Талеб Н.Н. Чорний лебідь: про неймовірне у реальному житті. Київ, 2017. 392 с.

8. Словарь греческо-русский. URL: https://ru.glosbe.com/el/ru

9. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. URL: https://modernlib.net/books/ozhegovs/tolkoviyslovarrusskogoyazika/read/

10.Бусел В.Т. Великий тлумачний словник української мови. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.

11.Шевченко Л.І., Ніка О.І., Хом'як О.І., Дем'янюк А.А. Новий словник іншомовних слів. Київ: Арій, 2008. 672 с.

12.Лехин И.В., Петров Ф.Н. Словарь иностранных слов. Москва: Гос. изд-во ин. и нац. сл., 1949. 805 с. URL: https://www.twirpx.com/file/799321/

13.Левенець Ю., Шаповал Ю. Політична енциклопедія. Київ: Парламентське вид-во, 2011. 808 с.

14.Богданов А. Тектология. Всеобщая организационная наука. Кн. 1. Москва: Экономика, 1989. 304 с.

15.Акофф Р.Л. Искусство решения проблем. Москва, 1982. URL: https://gtmarket.ru/library/basis/7078

16.Ансофф И.Г. Стратегическое управление. Москва, 1989. 358 с.

17.Кравченко С.А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь. Москва: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2004. 511 с.

18.Шершньова З.Є., Багацький В.М., Гетманцева Н.Д. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2007. 680 с.

19.Мирошниченко Ю.В., Момот Е.В. Трактовка понятия «кризис» и причин его возникновения как вектор антикризисного управления. *Бізнес Інформ*. 2011. № 8. С. 168–171.

20.Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2003. 504 с.

21.Ватченко О.Б., Шаранов Р.С. Генезис поняття «криза» у розвитку соціально-економічних систем. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 6.1-1 (56). С. 148–153.

22.Владика Ю.П. Кризові стани в економіці: причини та наслідки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 12. Ч. 1. С. 60–63.

23.Кривов'язюк І.В. Кризові явища в українській економіці та їх зв'язок із циклічністю. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 5–8.

24.Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева А.Б. Современный экономический словарь. Москва: ИНФРА-М, 2008. 512 с.

25.Барановський О.І. Сутність і різновиди фінансових криз. *Фінанси України*. 2009. № 5. С. 3–20.

26.Шатайло О. Кризи соціально-економічних систем: прояви та ознаки. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 2. С. 91–102.

27.Кіслов Д.В. Гібридні кризи соціально-економічних систем. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 10. С. 73–77.

28.Прийма С.С., Приймак В.І. Теоретичні основи трактування поняття «соціально-економічні процеси в ринковій економіці». *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 57. С. 51–56.

29.Сидорович О. Інтитуціональний контекст класифікації та типологізації соціально-економічних систем. *Економічна теорія*. 2017. № 2. С. 19–33.

References

1. Tuhan-Baranovskyi M. (1923). Periodic industrial crises. History of English crises. General theory of crises. 574 p.
2. Kitchin J. (1923). Cycles and Trends in Economic Factors. *Review of Economics and Statistics*. Vol. 5, no. 1, pp. 10-16.
3. Korotayev A.V. and Tsirel S.V. (2010). A Spectral Analysis of World GDP Dynamics: Kondratieff Waves, Kuznets Swings, Juglar and Kitchin Cycles in Global Economic Development, and the 2008-2009 Economic Crisis. *Structure and Dynamics*. Vol. 4. 1, pp. 3-57.
4. Kuznets S. (1930). Secular Movements in Production and Prices. Their Nature and their Bearing upon Cyclical Fluctuations. *Boston: Houghton Mifflin*. 536 p. Available at: https://dspace.gipe.ac.in/xmlui/handle/10973/24893
5. Kondratev N.D. (2002). Large business cycles and foresight theory. Selected Works. Moscow: Ekonomika. 860 p.
6. Iakovets Yu.V. (1999). Cycles. Crises. Forecasts. Moscow: Nauka. 448 p.
7. Taleb N.N. (2017). Black Swan: About the Incredible in Real Life. Kyiv. 392 p.
8. Greek-Russian dictionary. Available at: https://ru.glosbe.com/el/ru
9. Ozhehov S.Y. and Shvedova N.Yu. Explanatory dictionary of the Russian language. Available at: https://modernlib.net/books/ozhegovs/tolkoviyslovarrusskogoyazika/read/
10. Busel V.T. (2005). Large explanatory dictionary of the Ukrainian language. Kyiv; Irpin: Perun. 1728 p.
11. Shevchenko L.I., Nika O.I., Khomiak O.I. and Demianiuk A.A. (2008). New dictionary of foreign words. Kyiv: Ariy. 672 p.
12. Lekhyn Y.V. and Petrov F.N. (1949). Dictionary of foreign words. Moscow: Gosudarstvennoye izdatel'stvo inostrannykh i natsional'nykh slovarey. 805 p. Available at: https://www.twirpx.com/file/799321/
13. Levenets Yu., Shapoval Yu. (2011). Political encyclopedia. Kyiv: Parlaments′ke vydavnytstvo. 808 p.
14. Bohdanov A. (1989) Tectology. General organizational science. Part 1. Moscow: Ekonomika. 304 p.
15. Akoff R.L. (1982). The art of problem solving. Moscow. Available at: https://gtmarket.ru/library/basis/7078
16. Ansoff Y.H. (1989). Strategic management. Moscow. 358 p.
17. Kravchenko S.A. (2004). Sociological encyclopedic Russian-English dictionary. Moscow: Astrel': AST: Tranzitkniga. 511 p.
18. Shershnova Z.Ye., Bahatskyi V.M. and Hetmantseva N.D. (2007). Anti-crisis management of the enterprise. Kyiv: KNEU 680 p.
19. Myroshnychenko Yu.V. and Momot E.V. (2011). Interpretation of the concept of "crisis" and the reasons for its emergence as a vector of crisis management. *Biznes Inform*. No. 8, pp. 168-171.
20. Vasylenko V.O. (2003). Anti-crisis management of the enterprise. Kyiv: TSUL. 504 p.
21. Vatchenko O.B. and Sharanov R.S. (2019). The genesis of the concept of "crisis" in the development of socio-economic systems. *Biznes-navihator*. No. 6.1-1 (56), pp. 148-153.
22. Vladyka Yu.P. (2017). Crisis in the economy: causes and consequences. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. Vol. 12, part 1, pp. 60-63.
23. Kryvov'iaziuk I.V. (2010). Crisis phenomena in the Ukrainian economy and their connection with cyclicality. Econome and State. No 12, pp. 5-8.
24. Raizberh B.A., Lozovskyi L.Sh. and Starodubtseva A.B. (2008). Modern economic dictionary. Moscow: INFRA-M. 512 p.
25. Baranovskyi O.I. (2009). The essence and types of financial crises. *Finance of Ukraine*. No. 5, pp. 3-20.
26. Shatailo O. (2019). Crises of socio-economic systems: manifestations and signs. *Visnyk KNTEU*. No 2. P. 91-102.

27.Kislov D.V. (2019). Hybrid crises of socio-economic systems. *Investments: practice and experience*. No. 10, pp. 73-77.

28.Pryima S.S. and Pryimak V.I. (2020). Theoretical foundations of interpretation of the concept "socio-economic processes in a market economy". *Prychornomorski ekonomichni studii*. Vol. 57. P. 51-56.

29.Sydorovych O. (2017). Institutional context of classification and typology of socio-economic systems. *Economic theory*. No. 2, pp. 19-33.

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF CONCEPT FORMATION «SOCIO-ECONOMIC CRISIS»

Stanislav Yu. Berzon, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).
E-mail: stas.berzon@icloud.com
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-1
Key words: crisis, system crisis, socio-economic crisis, crisis of socio-economic system, classification of crises, analysis of content.

The basis of the research methodology was a systematic approach. In the process of research, general and specific scientific methods were used, namely: abstraction (to determine the essence of socio-economic crises and justifications for the application of certain classification features); analysis (to study the content of the concepts "crisis", "crisis of the system", "crisis of the socio-economic system"); synthesis (to clarify the wording of the concepts "crisis of the socio-economic system" and "socio-economic crisis").

The dual understanding (dynamic and static) of the essence of the crisis in the socio-economic sphere is revealed by the results of the analysis of the content of the concepts "crisis", "system crisis", "socio-economic crisis" as a whole and by individual components. The concept of "socio-economic crisis" is defined as dynamic, the formulation of which is specified as changes, a turning point in the course of socio-economic processes that lead to the destabilization of the relevant socio-economic systems. The concept of "crisis of the socio-economic system" is defined as static, which is formulated as the deterioration of its condition, which is determined by the destabilization of socio-economic processes and can lead to the destruction of the system itself. These concepts are related by basic economic categories, but are not identical due to differences in the group of basic empirical objects. A critical assessment of existing crisis classification systems in socio-economic processes and identified inconsistencies in the content of relevant concepts. The ways of development of classification and typology of socio-economic crises and crises of socio-economic systems are outlined.

Theoretical principles of assessing the content and typology of crises in socio-economic processes by further clarifying the concepts of "socio-economic crisis" and "crisis of socio-economic system" based on the analysis of the etymology of the original concepts and content of their components, which allows to develop methodological basis for qualitative assessment of socio-economic crises based on a systems approach.

The obtained results will help to improve the process of assessing the sources and mechanisms of current economic crises, both cyclical and non-cyclical.

Одержано 3.09.2020.

УДК 338.48(477.6)
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-2

Г.О. ГОРІНА,
доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри туризму та країнознавства
Донецького національного університету
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського (м. Кривий Ріг)

ОЦІНКА КУЛЬТУРНОЇ СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДОНЕЦЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕГІОНУ

Проведена оцінка динаміки розвитку основних закладів культури та мистецтва України та Донецького економічного регіону (театрів, музеїв, бібліотек, концертних організацій, клубних закладів) дозволила виявити такі ключові тенденції: 1) незначне скорочення кількості театрів, бібліотек та клубних закладів по Україні в цілому, яке відбувалося на фоні протилежного тренду – збільшення одиниць музеїв та концертних організацій; 2) помірне збільшення кількості музеїв та значне зростання кількості концертних організацій у Донецькому економічному регіоні; 3) суттєве скорочення кількості клубних закладів, театрів та бібліотек у Донецькому економічному регіоні. Виокремлено позитивні потенційні ефекти розбудови мережі закладів культури Донецького економічного регіону для туристичної галузі та туристичної інфраструктури, які виходять за межі збільшення попиту на туристичні послуги, а саме: створення іміджу регіону за рахунок більш широкого застосування творчих здібностей у маркетингу і поліпшення дизайну місць; розвиток «м'якої інфраструктури»; залучення креативних талантів за рахунок підвищення якості життя та можливостей як у туризмі, так і в культурних індустріях; стимулювання інновацій шляхом додавання творчих імпульсів і нових технологій у розвиток туризму; стимулювання експорту за рахунок продуктів, які пов'язують творчий контент, дестинацій і культуру; розвиток знань і навичок у результаті розширення контактів між творчими професіоналами і професіоналами туристичної індустрії.

У роботі використано такі методи дослідження: системний і комплексний аналіз (для виокремлення тенденцій розвитку основних закладів культури та мистецтва України та Донецького економічного регіону), розрахунково-аналітичні (для розрахунку показників динаміки закладів культури та мистецтва України та Донецького економічного регіону), графічні й табличні методи (для наочного подання статистичного матеріалу).

Ключові слова: туристична інфраструктура, туризм, культура, Донецький економічний регіон, заклади культури та мистецтва.

Постановка проблеми. Культурна індустрія пропонує цікаві можливості для зростання та розвитку індустрії гостинності і туризму, включаючи потенціал для створення туристичного попиту, розробки нових креативних туристичних продуктів, підвищення якості та привабливості дестинацій, а також інтенсифікації розвитку туристичної інфраструктури. Зростаюче значення творчості в туристичній індустрії доповнює традиційні моделі культурного туризму, базованого на спадщині, новими формами туризму, базованими на нематеріальній культурі і сучасній творчості. Дослідження культурної складової туристичної інфраструктури Донецького економічного регіону продиктоване необхідністю визначення її сучасного стану задля формування пропозицій щодо модернізації туристичної інфраструктури і як наслідок – підвищення рівня атрактивності національного та регіонального туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Культурна складова є основним джерелом зростання туризму протягом останніх десятиліть. Це зумовлює інтерес вітчизняних науковців до дослідження ролі культурно-пізнавального туризму в розвитку ту-

© Г.О. Горіна, 2020

ристичної галузі України. Серед узагальнюючих праць варто відзначити дослідження Г.О. Горіної [1], яка здійснює аналіз інфраструктурної складової формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг України і визначає напрями її оптимізації, зосереджує увагу на дослідженні статистичних показників розвитку культурно-розважальних закладів України. Г.Г. Вишневська [2] досліджує потенціал культурно-пізнавального туризму в збереженні культурної спадщини України. Змістовною є праця Ю.М. Ключко [3], в якій автор вивчає роль музеїв та екскурсійної роботи у становленні культурного туризму. А. Парфіненко [4] висвітлює роль культурного туризму в соціально-економічному розвитку територій, інструменти капіталізації культури засобами туризму, здійснює аналіз сучасного стану, проблем та перспектив реалізації проектів культурного туризму в Україні. Л.Ф. Мелько [5] здійснює ґрунтовне дослідження щодо узагальнення та систематизації понятійно-термінологічного апарату культурно-пізнавального туризму. Колектив авторів О.Б. Чернега, Г.О. Горіна, О.М. Романуха, Г.А. Богатирьова, К.В. Ніколенко [6] у своєму дослідженні акцентують увагу на здійсненні компаративного аналізу розвитку регіональних ринків культурно-пізнавального туризму в Україні. Разом з тим наявні наукові доробки оминають питання діагностики стану розвитку культурної складової туристичної інфраструктури Донецького економічного регіону, що є актуальним у світлі необхідності його розбудови та підвищення темпів економічного зростання.

Метою статті є виявлення тенденцій розвитку культурної складової туристичної інфраструктури Донецького економічного регіону на підставі проведення оцінки динаміки розвитку закладів культури та мистецтва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведення оцінки сучасного стану та особливостей розвитку культурної складової туристичної інфраструктури Донецького економічного регіону доцільно розпочати з ознайомлення з термінологічним апаратом.

Згідно із Законом України «Про культуру», «культура – це сукупність матеріального і духовного надбання певної людської спільноти (етносу, нації), нагромадженого, закріпленого і збагаченого протягом тривалого періоду, що передається від покоління до покоління, включає всі види мистецтва, культурну спадщину, культурні цінності, науку, освіту та відображає рівень розвитку цієї спільноти» [7].

Більш предметними дефініціями є терміни «базова мережа закладів культури» та «заклад культури», які дозволяють визначити перелік основних закладів культури та мистецтва для подальшого аналізу. Так, «базова мережа закладів культури – це комплекс підприємств, установ, організацій і закладів культури державної та комунальної форми власності, діяльність яких спрямована на створення умов для забезпечення розвитку творчості людини, збирання, збереження, використання і поширення інформації про матеріальні та духовні культурні цінності, наукові розробки, а також на забезпечення цілісності культурного простору України, доступності національного культурного надбання, дотримання прав громадян у сфері культури» [7]. Тоді як «заклад культури – це юридична особа, основною діяльністю якої є діяльність у сфері культури, або структурний підрозділ юридичної особи, функції якого полягають у провадженні діяльності у сфері культури» [7]. Методологічні положення зі статистики культури [8] визначають перелік закладів культури, до яких належать театри, філармонії, організації телебачення та радіомовлення, демонстратори фільмів, видавництва, музеї, бібліотеки, клубні заклади тощо.

Задля розв'язання поставленої мети доцільним виявляється здійснення аналізу основних закладів культури та мистецтва України та Донецького економічного регіону. Разом з тим повноту проведеного дослідження за 2015–2019 рр. обмежує скасування наказом Держстату від 05.12.2019 № 391 форми державного статистичного спостереження № 8-нк (річна) «Звіт про діяльність музею», наказом Держстату від 05.12.2019 № 392 форми № 9-нк (річна) «Звіт про діяльність театру», наказом Держстату від 05.12.2019 № 393 форми № 12-нк (річна) «Звіт про діяльність концертної організації, професійного творчого колективу». Це призвело у 2018–2019 рр. до відсутності даних за такими закладами, як театри, музеї, концертні організації (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кількості основних закладів культури та мистецтва України, 2015–2019 рр., од. ***(складено автором за даними [9–13])****

Рік	Театри	Музеї	Бібліотеки	Концертні організації	Клубні заклади
2015	113	564	17272	73	17195
2016	112	576	17000	76	17133
2017	112	574	16824	76	17090
2018	н/д	н/д	16601	н/д	17017
2019	н/д	н/д	16176	н/д	16348
Абсолютне відхилення до 2015 р.	–	–	–1096	–	–847
Відносне відхилення до 2015 р.	–	–	–6,35	–	–4,93

*Інформацію наведено без урахування тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Аналізуючи динаміку закладів культури та мистецтва України, статистичні данні за якими наявні, можна дійти висновку щодо незначного скорочення їх кількості. Так, кількість бібліотек за період 2015–2019 рр. скоротилася на 6,36% (1096 од.), кількість клубних закладів – на 4,93% (847 од.). Данні щодо кількості музеїв та концертних організацій за наявний період статистичного спостереження (2015–2017 рр.) свідчать про протилежну тенденцію. Так, кількість музеїв зросла на 10 одиниць (1,77%), а кількість концертних організацій збільшилась на 3 одиниці (4,1%).

Відсутність статистичних даних щодо музеїв, театрів та концертних організацій за 2018–2019 рр. спонукає обмежити період дослідження за цими закладами періодом 2015–2017 рр. Так, кількість музеїв за досліджуваний період по Донецькому економічному регіону збільшилася на 6 од. (27,27%), по Луганській області – на 5 од. (62,5%), по Донецькій області – на 1 од. (7,14%), що подано у табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка кількості закладів культури та мистецтва Донецького економічного регіону, 2015–2019 рр., од. ***(складено автором за даними [9–13])****

Область / регіон	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення у 2017 р. до 2015 р.	Відносне відхилення у 2017 р. до 2015 р.
Кількість музеїв							
Донецька обл.	14	15	15	н/д	н/д	1	7,14
Луганська обл.	8	13	13	н/д	н/д	5	62,50
Донецький економічний регіон	22	28	28	н/д	н/д	6	27,27
Кількість театрів							
Донецька обл.	1	1	1	н/д	н/д	0	0,00
Луганська обл.	3	2	2	н/д	н/д	–1	–33,33
Донецький економічний регіон	4	3	3	н/д	н/д	–1	–25,00
Кількість концертних організацій							
Донецька обл.	–	3	3	н/д	н/д	3	300
Луганська обл.	1	1	1	н/д	н/д	0	0
Донецький економічний регіон	1	4	4	н/д	н/д	3	300

*Інформацію наведено без урахування тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

За 2015–2017 рр. кількість театрів у Луганський області зменшилася на 1 од., що призвело до відповідного зменшення по Донецькому економічному регіону, оскільки по Донецькій області кількість театрів залишилася незмінною. Кількість концертних організацій по Донецькому економічному регіону збільшилася на 3 од. (300%) за рахунок їх збільшення у Донецькій області. Така незначна кількість зазначених закладів культури та мистецтва Донецького економічного регіону пояснюється наявністю вірогідних статистичних даних без урахування тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Кількість клубних закладів та кількість бібліотек по Донецькому економічному регіону за 2015–2019 рр. скоротилася на 22 од. (–3,2%) та 58 од. (–6,79%) відповідно. Основне скорочення їх кількості припало на Донецьку область. Так, кількість клубних закладів скоротилася на 27 од. (–6,92%) проти Луганської області, де скорочення взагалі не відбулося – кількість збільшилася на 5 закладів (1,68%). Зазнала скорочення і кількість бібліотек по Донецькій області, а саме на 42 од. (–8,12%) проти 16 од. по Луганській області (табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка кількості закладів культури та мистецтва Донецького економічного регіону, 2015–2019 рр., од. ***(складено автором за даними [9–13])****

Область/регіон	2015	2016	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення до 2015 р.	Відносне відхилення до 2015 р.
Клубні заклади							
Донецька обл.	390	387	381	383	363	–27	–6,92
Луганська обл.	297	301	301	302	302	5	1,68
Донецький економічний регіон	687	688	682	685	665	–22	–3,20
Бібліотеки							
Донецька обл.	517	509	491	484	475	–42	–8,12
Луганська обл.	337	338	328	327	321	–16	–4,75
Донецький економічний регіон	854	847	819	811	796	–58	–6,79

*Інформацію наведено без урахування тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Аналіз кількості основних закладів культури та мистецтва Донецького економічного регіону дозволяє зробити висновок щодо поступового скорочення клубних закладів, бібліотек і театрів зі збільшенням кількості музеїв та концертних організацій. Разом з тим розбудова мережі закладів культури Донецького економічного регіону здатна забезпечити низку потенційних ефектів для туристичної галузі й туристичної інфраструктури, які виходять далеко за межі збільшення попиту на туристичні послуги, а саме:

– збільшення туристичного попиту і / або зміна туристичних профілів за рахунок створення нових і цікавих туристичних вражень;

– створення іміджу за рахунок більш широкого застосування творчих здібностей у маркетингу і поліпшення дизайну місць;

– розвиток «м'якої інфраструктури», яка включає в себе малі творчі підприємства, творчі простори, курси, заходи, кафе і ресторани, які функціонують як вузли у творчих мережах, дозволяючи виробникам і споживачам взаємодіяти;

– створення атмосфери з метою зробити місця більш привабливими для творчих працівників, туристів та мешканців;

– залучення креативних талантів за рахунок підвищення якості життя та якості можливостей як у туризмі, так і в креативних і культурних індустріях;

– стимулювання інновацій шляхом додавання творчих імпульсів і нових технологій у розвиток туризму та спонукання творчих галузей до пошуку нових способів управління туризмом і поліпшення бізнес-операцій у сфері туризму;

– стимулювання експорту за рахунок продуктів, які пов'язують творчий контент, місця і культуру, щоб підвищити загальний рівень інтересу до місцевої творчості і стимулювати туристичні відвідування;

– розвиток знань і навичок у результаті розширення контактів між творчими професіоналами і професіоналами індустрії гостинності, між виробниками і споживачами, а також між споживачами і місцевими жителями.

Висновки. Проведена статистична оцінка динаміки розвитку основних закладів культури та мистецтва України та Донецького економічного регіону (театрів, музеїв, бібліотек, концертних організацій, клубних закладів) дозволила виявити такі ключові тенденції: 1) незначне скорочення кількості театрів, бібліотек та клубних закладів по Україні в цілому, яке відбувалося на фоні протилежного тренду збільшення одиниць музеїв та концертних організацій; 2) помірне збільшення кількості музеїв та значне зростання кількості концертних організацій у Донецькому економічному регіоні; 3) суттєве скорочення кількості клубних закладів, театрів та бібліотек у Донецькому економічному регіоні.

Перспективою подальших досліджень є аналіз динаміки відвідування закладів культури та мистецтва Донецького економічного регіону задля визначення найбільш привабливих об'єктів, формування пропозицій щодо поліпшення залучення споживачів туристичних та культурних послуг до культурних закладів та об'єктів Донецького економічного регіону.

Список використаної літератури

1. Горіна Г.О. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки*. 2016. № 2. С. 121–127.

2. Вишневська Г.Г. Потенціал культурно-пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. Вип. 19 (2). С. 192–196.

3. Ключко Ю.М. Діяльність музеїв у контексті розвитку культурного туризму. *Зб. мат. міжнар. н.-п. конф. «Концептуальні проблеми розв. укр. культури у світлі підготовки і проведення 2012 р. як року культури та відродження музеїв в Україні»* (м. Київ, 2–3 червня 2011 р.). Київ, 2011. С. 73–76.

4. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. *Вісник львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 233–242.

5. Мелько Л.Ф. Етнографічний туризм як складова культурно-пізнавального туризму. *Туризм у контексті сучасного виміру*: зб. наук. праць. Вип. 1. Київ: Університет «КРОК», 2013. С. 61–65.

6. Чернега О.Б., Горіна Г.О., Романуха О.М., Богатирьова Г.А., Ніколенко К.В. Компаративний аналіз розвитку регіональних ринків культурно-пізнавального туризму в Україні. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2019. Вип. 28 (1). С. 29–38.

7. Про культуру: Закон України від 14 грудня 2006 № 2778-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text (дата звернення: 14.12.2020).

8. Про затвердження Методологічних положень зі статистики культури: Наказ Держкомстату України від 23.12.2011 № 371. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2011/371/371.htm (дата звернення: 14.12.2020).

9. Статистичний бюлетень «Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту України у 2015 році». Київ: Державна служба статистики України, 2016. 94 с.

10. Статистичний бюлетень «Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту України у 2016 році». Київ: Державна служба статистики України, 2017. 89 с.

11. Статистичний збірник «Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту України у 2017 році». Київ: Державна служба статистики України, 2018. 85 с.

12. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 482 с.

13. Статистичний щорічник України за 2019 рік. Київ: Державна служба статистики України, 2020. 465 с.

References

1. Gorina, G.O., 2015. *Kontseptualni zasady ta perspektyvy rozvytku turystychnoi industrii Ukrainy* [Conceptual framework and prospects of the Ukrainian tourism industry development]. *Trade and Market of Ukraine*, no. 38, pp. 45-53 (in Ukrainian).

2. Vyshnevska, H.H., 2013. *Potentsial kulturno-piznavalnoho turyzmu u zberezhenni kulturnoi spadshchyny Ukrainy* [Potential of cultural and cognitive tourism in the preservation of cultural heritage of Ukraine]. *Ukrainian culture: past, modern, ways of development*, issue 19 (2), pp. 192-196 (In Ukrainian).

3. Kliuchko, Yu.M., 2011. *Diialnist muzeiv u konteksti rozvytku kulturnoho turyzmu* [Activities of museums in the context of cultural tourism development]. *Proc. International Scientific Conference "Conceptual problems of development of Ukrainian culture in light of the preparation and holding of 2012 as the year of culture and the revival of museums in Ukraine"*. Kyiv. 73-76 (In Ukrainian).

4. Parfynenko, A., 2013. *Kulturnyi turyzm yak chynnyk sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorii* [Cultural tourism as a socio-economic factor for the development of the areas]. *Bulletin of Lviv University. The series is geographical*, issue 43, part 1, pp. 233-242.

5. Melko, L.F., 2013. *Etnohrafichnyi turyzm yak skladova kulturno-piznavalnoho turyzmu* [Ethnographic tourism as a component of cultural and cognitive tourism]. *Tourism in the context of modern measurement*, issue 1, pp. 61-65 (in Ukrainian).

6. Chernega, O.B., Gorina, G.O., Romanukha, O.M., Bohatyryova, G.A., Nikolenko, K.V., 2019. Comparative analysis of the regional markets of cultural and cognitive tourism development in Ukraine. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, issue 28 (1), pp. 29-38. doi: https://doi.org/10.15421/111904

7. The Verkhovna Rada of Ukraine, 2011. The Law of Ukraine "On culture". Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text (accessed 14 December 2020).

8. State Statistics Service of Ukraine, 2011. About the statement of Methodological provisions on culture statistics. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2011/371/371.htm (accessed 14 December 2020).

9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2016. *Statystychnyi biuleten "Zaklady kultury, mystetstva, fizkultury ta sportu Ukrainy u 2015 rotsi"* [Statistical yearbook "Institutions of culture, art, physical culture and sports of Ukraine in 2015"], Kyiv.

10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2017. *Statystychnyi biuleten "Zaklady kultury, mystetstva, fizkultury ta sportu Ukrainy u 2016 rotsi"* [Statistical yearbook "Institutions of culture, art, physical culture and sports of Ukraine in 2016"], Kyiv.

11. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2018. *Statystychnyi zbirnyk "Zaklady kultury, mystetstva, fizkultury ta sportu Ukrainy u 2017 rotsi"* [Statistical yearbook "Institutions of culture, art, physical culture and sports of Ukraine in 2017"], Kyiv.

12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2019. *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018], Kyiv.

13. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2020. *Statystychnyi shchorichnyk Ukraina za 2019 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2019], Kyiv.

ASSESSMENT OF THE CULTURAL COMPONENT OF THE TOURIST INFRASTRUCTURE OF THE DONETSK ECONOMIC REGION

Hanna Horina, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhailo Tugan-Baranovsky, Kryvyi Rig (Ukraine).

E-mail: gorina@donnuet.edu.ua

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-2

Key words: tourist infrastructure, tourism, culture, Donetsk economic region, institutions of culture and art.

The purpose of the article is to identify trends of the tourist infrastructure cultural component development of the Donetsk economic region on the basis of assessing the dynamics of cultural and artistic institutions development.

The legislative base of Ukraine for the study of the terminological apparatus has been worked out. Legally approved definitions of the terms "culture", "basic network of cultural institutions", "cultural institution" are given. The list of cultural institutions is determined in accordance with the methodological provisions on cultural statistics.

The assessment of the dynamics of the main culture and art institutions development in Ukraine and the Donetsk economic region (theaters, museums, libraries, concert organizations, club institutions) made it possible to identify key trends in their development, namely: 1) a slight decrease in the number of theaters, libraries and club institutions in Ukraine, which occurred against the backdrop of an opposite trend in the increase in the number of museums and concert organizations; 2) a moderate increase in the number of museums and a significant increase in the number of concert organizations in the Donetsk economic region; 3) a significant reduction in the number of club institutions, theaters and libraries in the Donetsk economic region.

The positive potential effects of the cultural institutions network development of the Donetsk economic region on the tourism industry and tourism infrastructure are highlighted. This effects go beyond the increase in demand for tourism services, namely: creating an image of the region through greater use of creative skills in marketing and improving the design of places; development of "soft infrastructure" which includes small creative enterprises, creative spaces, courses, events, cafes and restaurants that function as nodes in creative networks, allowing producers and consumers to interact; attracting creative talent by improving the quality of life and opportunities in both tourism and cultural industries; stimulating innovation by adding creative impulses and new technologies to tourism development; stimulating exports through products that link creative content, destination and culture; development of knowledge and skills as a result of contacts between creative professionals and specialists in the tourism industry.

To achieve the set tasks and goals, the following research methods were used in the work: systematic and comprehensive analysis (to highlight the development trends of the culture and art main institutions in Ukraine and the Donetsk economic region), calculation and analytical (for calculating of the dynamics indicators of the culture and art institutions of Ukraine and Donetsk economic region), graphical and tabular methods (for a visual representation of statistical material).

Одержано 10.09.2020.

УДК 338.48:63
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-3

MAŁGORZATA GÓRKA,
PhD, Carpathian State College in Krosno (Poland)

BOGUSŁAW ŚLUSARCZYK,
PhD, Prof. UR, Carpathian State College in Krosno (Poland)

ELŻBIETA BRĄGIEL,
B.Sc., Carpathian State College in Krosno (Poland)

AGNIESZKA TORBA,
Economists Research Group Carpathian State College in Krosno (Poland)

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN RURAL AREAS ON THE EXAMPLE OF AGROTOURISM

The paper presents issues related to the development of agritourism as a form of entrepreneurship in rural areas. The effects of its development can be analyzed in the context of not only social but also economic sciences. Agritourism is a popular form of tourism, as well as a type of activity in countryside. Its specificity is offering tourist services in a rural environment, which is closely related to agriculture. Sometimes it happens that tourist activity begins to dominate agricultural production, and in some cases even completely displaces it. In this situation, on the basis of the so-called agritourism farms, only specialized tourist services are being provided or the limits of tax-free agritourism activities are exceeded. Due to the fact that the limits are exceeded, the legal provisions on running a micro-enterprise should apply, as the farmer then becomes an entrepreneur. Agritourism is an important element of the economic activation of the rural population related to agriculture, therefore many different factors that affect its development can be listed. Important factor contributing to the development of agritourism in rural areas is the competitive prices of agritourism farms compared to other tourist facilities. This fact strongly encourages tourists to choose this form of tourism activity in rural areas. The factor which to a large extent speaks for the need to develop agritourism activity, just like any other non-agricultural activity, is the income situation of the population related to agriculture and high unemployment in rural areas. There are also other factors that may affect the development of this non-agricultural form. The environmental factors include: natural and landscape values, favorable geographical location, large labor force in the countryside, rich historical and cultural heritage, multi-directional and small farm area, traditional hospitality, strong motivation aimed at improving the standard of living.

Key words: entrepreneurship, agritourism, development, rural areas.

Досліджено проблеми агротуризму як форми підприємництва у сільській місцевості. Наслідки його розвитку можна аналізувати в контексті не тільки соціальних, але й економічних наук. Агротуризм є популярною формою туризму, а також видом підприємницької діяльності на селі. Його специфіка – пропонування туристичних послуг у сільській місцевості, яка тісно пов'язана із сільським господарством. Іноді трапляється так, що туристична діяльність починає домінувати у сільськогосподарському виробництві, а в деяких випадках навіть повністю витісняє його. У цій ситуації на базі так званих агротуристичних господарств надаються лише спеціалізовані туристичні послуги, що перевищують межі неоподатковуваної агротуристичної діяльності. Доведено, що оскільки ліміти перевищено, то мають застосовувати-

© M. Górka, B. Ślusarczyk, E. Brągiel, A. Torba, 2020

ся законодавчі положення щодо управління мікропідприємством, оскільки фермер тоді стає підприємцем. Агротуризм є важливим елементом економічної активізації сільського населення, пов'язаного із сільським господарством, тому можна перелічити багато різних факторів, що впливають на його розвиток. Важливим фактором, що сприяє розвитку агротуризму в сільській місцевості, є конкурентоспроможні ціни агротуристичних господарств порівняно з іншими туристичними об'єктами. Цей факт спонукає туристів обирати саме таку форму туристичної діяльності у сільській місцевості. Фактором, який значною мірою говорить про необхідність розвитку агротуристичної діяльності, як і будь-якої іншої несільськогосподарської діяльності, є ситуація з доходами населення, пов'язана із сільським господарством та високим рівнем безробіття у сільській місцевості. Існують також інші фактори, які можуть вплинути на розвиток цієї несільськогосподарської форми діяльності. До факторів навколишнього середовища належать: природні та ландшафтні цінності, сприятливе географічне розташування, значна вільна робоча сила у сільській місцевості, багата історична та культурна спадщина, різноспрямована та мала фермерська територія, традиційна гостинність, сильна мотивація, спрямована на підвищення рівня життя.

Ключові слова: підприємництво, агротуризм, розвиток, сільське господарство.

Introduction. Agritourism has become a permanent element of Polish countryside landscape and a very popular area of research. The effects of its development can be analysed in the context of not only social but also economic sciences. Agritourism is a popular form of tourism, as well as a type of activity in countryside. Its specificity is offering tourist services in a rural environment, which is closely related to agriculture. Sometimes it happens that tourist activity begins to dominate agricultural production, and in some cases even completely displaces it. In this situation, on the basis of the so-called agritourism farms, only specialized tourist services are being provided or the limits of tax-free agritourism activities are exceeded. Due to the fact that the limits are exceeded, the legal provisions on running a micro-enterprise should apply, as the farmer then becomes an entrepreneur.

Entrepreneurship in rural areas. Entrepreneurship is interdisciplinary and there is no universal definition that would define this term. This concept was defined by Cantillon in 1755 and later developed by J.B. Saya in the XIX century. Later, the concept of "entrepreneurship" began to be dealt with by the Austrian economist Joseph Shumpeter, and then by other scientists. The history of the concept is not important in the considerations of this paper, therefore we will focus on presenting the meaning and contemporary definitions of entrepreneurship.

In the literature, you can come across various definitions of the term entrepreneurship. Majewska (2006) believes that entrepreneurship can be understood as the behavior of the authorities and local population aimed at searching for new applications of the resources held. The aim of these activities is economic activation of the region and increasing its competitiveness. Rakowska (2010), in turn, says that entrepreneurship can be understood as:

– specific way of managing the organization;

– socio-economic phenomenon, analyzed by theoreticians of management sciences, sociologists, economists;

– feature of individuals, which is identified with having specific features, such as: initiative, determination, willingness to take risks;

– the nature of the economic activity on a micro and macro scale;

– the process of organizing and running a business, as well as taking risks associated with this activity;

– the field of didactics, i.e. teaching entrepreneurship as a way to cope with the economic reality.

Dębska and Ślusarczyk (2010) say that entrepreneurship is an innovation that consists in looking for differences and finding effective ways of operating on the market. These methods should result in higher management efficiency and higher utility. According to these authors, entrepreneurship is also a form of behavior of an individual in society, which thanks to

perseverance, initiative, boldness and the necessary caution and consistency in action gives him/her a chance for an independent material existence, including social, shaping at a higher than average level. Górka, Jurczak and Krzywonos (2018) believe that entrepreneurship can be considered in many aspects, but it is defined, however, as the attitude and type of organizational and managerial activities in an enterprise. These actions, in turn, are based on the motives of profit, innovation, risk and competitiveness, and decisions on own responsibility. Entrepreneurship is interpreted differently. Most often, it is identified with the characteristic of an entrepreneur, as well as a function that manifests itself in stimulating socio-economic development, which is based on taking advantage of opportunities that flow from both the market and institutional environment. Entrepreneurship is a concept that is constantly being modified. In general, this term is associated with a life attitude that is focused on achieving specific goals and looking for opportunities to achieve these goals. Many people also equate entrepreneurship with typically economic issues.

Entrepreneurship plays a very important role in the socio-economic changes in rural areas. It releases energy and enthusiasm among their inhabitants to take up difficult challenges, invest in new branches of the economy, not necessarily related to agribusiness and agriculture. Entrepreneurial people in the countryside often take risks and start their own economic activities. They invest their capital or external funds, e.g. from credits or loans, and start a family business, trying to effectively manage their company. Entrepreneurship in the countryside may concern farmers and agricultural production, both plant and animal husbandry. It may also be related to the entrepreneurial attitudes of rural residents, but related to various non-agricultural branches in the countryside, e.g. broadly understood services, trade or production. According to Kołodziejczyk (2010), the degree of development of non-agricultural activities in the countryside can be defined by the indicator of the share of the population employed in it. In rural areas, the share of people employed in agriculture is 60.9%, in non-agricultural production activities – 18.5%, and in services – 20.6%. Services are also the most dynamically developing economic activity in the countryside. Undertaking activities in the field of tourism is aimed at increasing the share of the tourism sector in generating national income and employment.

According to Roman and Niedziółek (2017), entrepreneurship in the countryside may concern farmers and agricultural production, both plant and animal husbandry. The aforementioned entrepreneurship may also be related to the entrepreneurial attitudes of rural residents, but related to various non-agricultural branches in the countryside, e.g. broadly understood services, trade or production. They claim that non-agricultural forms of entrepreneurship of rural residents are mainly related to running family businesses, most often including service and production businesses. You can include here all kinds of renovation and construction companies, grocery stores, transport companies and companies dealing in the hotel industry. Currently, in the case of the development of tourism in the countryside, agritourism activities are widespread and very important.

The importance of agritourism in the development of entrepreneurship in rural areas. Agritourism is not a new phenomenon. According to Koral (2016), this concept appeared in the last quarter of the 20th century. The term (*agritourism*) is a combination of two words: agro and tourism. The first of the elements is derived from the Greek term agros, which means farmland, and agronomos, referring to the manager of agricultural property. The second element of the word - tourism is a form of active rest outside the place of residence. It is inspired by cognitive, recreational and sports needs and includes all forms of voluntary change of the place of stay.

There are many definitions of agritourism in the literature. The definition formulated by Drzewiecki (1995) was one of the first. The author described agritourism as “a form of rest in rural areas of an agricultural nature, based on accommodation, usually also nutrition. It is a form of recreational activity related to the farm and its environment – natural, production and service”. This definition emphasizes that the stay on the farm is the basic feature of agritourism, and one of the most important purposes of tourist trips to the countryside is

the natural surroundings. Czerwiński (2007) believes that agritourism is "a kind of bridge connecting the city with the countryside". Roman and Niedziółka (2017), in turn, believe that this formulation includes not only social aspects, but also vacationers' contacts with local culture and traditions. It can also be seen here that the author puts emphasis on an additional economic benefit, which in addition to renting rooms is the sale of agricultural products.

Wasilewski (2013) says that agritourism is an element of rural tourism, which includes many types of recreational activities, such as nature tourism, health tourism, sightseeing tourism, cultural tourism and ethnic tourism. According to the author, the distinguishing and distinctive feature of agritourism is its location only in areas of an agricultural nature.

Wojciechowska (2009) believes that the concept of agritourism has been modified in recent years. Currently, this term can be defined as a form of rural tourism, which is a specific tourist enterprise on a farm – agritourism farm, organized by a farmer using not only the farm's own resources but also the tourist attractions of the area. According to the author, agritourism involves cooperation with the local community. It is intended for tourists who seek peace and are interested in the customs of the village.

Roman and Niedziółka (2017) say that an agritourism farm is actually part of a farm with an accommodation part. Agritourism is not only guest rooms for tourists. Here also includes food and various recreational services offered within the agritourism farm in the village and in the commune to which it belongs.

Agritourism has a huge impact on rural environments - it gives the possibility of their social and economic activation. The author claims that the benefits of agritourism for the countryside are primarily:

– reducing unemployment by creating new jobs directly or indirectly related to servicing agritourism;
– use of free resources;
– improvement of rural infrastructure - construction of sewage systems, water supply, roads, creation of sports fields, creation of bathing areas or sports equipment rentals;
– improvement of the income situation of inhabitants of villages;
– improvement of the agrarian structure of the village and the activation of its inhabitants;
– preservation of the cultural heritage of the countryside;
– revival of regional art, traditions and customs;
– the revival of disappearing professions, such as weaving, blacksmithing, wicker, or pottery;
– better adaptation of rural residents to conditions that are new to them;
– better adaptation of the rural population to play new roles in society;
– along with the development of agritourism, the standard of the rural population improves;
– integration of the rural environment and aestheticization of the region;
– possibility of pursuing the interests of rural residents;
– getting to know other cultures through contact with different people – an invaluable educational value;
– promotion of the region – by means of agritourism potential investors can be attracted, and thus – there is a possibility of creating new jobs and further development of the region;
– stopping mass emigration (migration) of people from the countryside to the city.

The economic benefits include additional income for business entities and the development of farms, entire villages and communes. He believes that agritourism drives the development of new outlets, such as blacksmithing, sculpture and trade. Agritourism activities create the need to create new jobs and drive the development of the socio-economic and technical infrastructure of the village (construction of a sewage treatment plant and new roads). Economic benefits also include the demand for new services and products, as well as the development of the local economic situation.

Sikora (1999) believes that there are also socio-psychological benefits related to the increased respect for the population living in countryside. These benefits are related to the interpenetration of urban culture with rural culture as well as communing with the traditional lifestyle of the rural population through a close relationship with the family farm. This homestead is defined as a system of relations between a farm and the family, in which the positions of individual family members are interrelated with their professional roles and in which the household is connected with the production farm as a workplace.

Conditions for the development of agritourism. Agritourism is an important element of the economic activation of the rural population related to agriculture, therefore many different factors that affect its development can be listed. According to Roman and Niedziółka (2017), an important factor contributing to the development of agritourism in rural areas is the competitive prices of agritourism farms compared to other tourist facilities. This fact strongly encourages tourists to choose this form of tourism activity in rural areas. The factor which to a large extent speaks for the need to develop agritourism activity, just like any other non-agricultural activity, is the income situation of the population related to agriculture and high unemployment in rural areas. There are also other factors that may affect the development of this non-agricultural form. The environmental factors include: natural and landscape values, favorable geographical location, large labor force in the countryside, rich historical and cultural heritage, multi-directional and small farm area, traditional hospitality, strong motivation aimed at improving the standard of living.

Skubiak (2015) claims that the entrepreneurship of the rural population is influenced by economic, socio-cultural, environmental-ecological, institutional and technical factors. In the author's opinion, economic and technical factors are the basis for rural development. It is these factors that determine endogenous local development, which is mainly based on small and medium-sized enterprises. Moreover, the author believes that the most important economic factors that determine local development are: local human capital, markets and infrastructure.

Roman and Niedziółka (2017) are of the opinion that also the cultural factors that influence entrepreneurship most often relate to the development of local or regional cultural and historical heritage, folklore, as well as the cultivation of various traditions in the countryside. Tourists relaxing in the countryside often visit architectural monuments, open-air museums, or museums, and participate in all kinds of cultural events that take place in rural areas, e.g. at harvest festivals, fetes or church fairs.

As reported by Roman and Niedziółka (2017), institutional factors that affect the development of entrepreneurship in rural areas mainly concern the activities of various entities and institutions that are involved in the socio-economic development of rural areas. The most important of them are:

– agricultural advisory centers;
– agricultural chambers;
– local action groups;
– regional and poviat branches of the Agency for Restructuring and Modernization of Agriculture;
– municipal self-governments;
– culture promotion organizations such as rural housewives' clubs, song and dance groups.

Among the entities that influence rural entrepreneurship in the field of tourism, agritourism associations, local and regional tourist organizations or branches of PTTK (Polish Tourist and Sightseeing Society) should be mentioned. Otłowska, Buks and Chmieliński (2006) believe that after Poland's accession to the European Union in 2004, there were new opportunities to obtain funds from various programs that influenced the development of entrepreneurship in rural areas and were co-financed from the budget of the European Community. Thus, in the years 2004-2006, various support programs were created, aimed at people living in the countryside under the national development plan. These programs were directed primarily to

rural residents in line with human activity. On the one hand, by selecting a target group, the state defined the area of influence of the structural policy instrument. Support was directed to this target group. On the other hand, the funds only went to those people who were active in obtaining these funds.

Roman and Niedziółka (2017) indicate that when Poland joined the European Union on May 1, 2004, the country could fully benefit from EU aid for the development of tourist and recreational services in rural areas, including agritourism. This applies to EU aid in 2004–2006 and the rural development program for 2007–2013. The beneficiaries, i.e. people benefiting from the program, could be farmers, municipalities, agritourism associations or any entities involved in the development of local tourism or cultural heritage. Currently, RDP 2014–2020 can provide support for the development of rural tourism, various forms of recreation and cultural and historical heritage. According to Niedziółka (2009), in order to obtain aid from the European Union for the development of agritourism services, it was necessary for farmers to participate in special training courses on the procedures for receiving EU support for agritourism. The training programs included issues related to:

– construction and renovation projects along with their costs;
– recreational and sports services;
– purchase of animals for recreational purposes;
– furnishing of guest rooms;
– purchase and adaptation of animals for therapeutic purposes, e.g. horses for hypotherapy;
– writing business plans and cost estimates of planned projects;
– activities of institutions and entities in the field of agritourism support in the region;
– the possibility of credit and loan support for initial own investments in the absence of equity.

Niedziółka (2015) states that agritourism is a very common type of entrepreneurship in rural areas, and the support described above from the European Union funds is undoubtedly one of the most important factors in the development of these services.

Summary and Conclusions. Agritourism is treated as an important manifestation of the activity and entrepreneurial behavior of farmers in Poland. There are many factors that influence the development of agritourism. In rural areas, such a factor is undoubtedly the attractiveness of the area in terms of nature, architecture, history and tourism.

References

1. Dębska J., Ślusarczyk B. (2010). Uwarunkowanie przedsiębiorczości we współczesnym procesie gospodarowania. *Zarządzanie przedsiębiorstwem i regionem wobec wyzwań europejskich*, (red.) Arent A. Politechnika Lubelska, Lublin, s. 33-48.

2. Drzewiecki M. (1995). Agroturystyka. Instytut Wydawniczy Świadectwo. Bydgoszcz, s. 22.

3. Eftekhari A.R., Hamdollah S.G. (2011). Rural Development with Emphasis on Entrepreneurship (Definitions, Viewpoints and Experiences), Samt Publication, Tehran.

4. Gołaszewska-Kaczan U. (2008). W czyim interesie działa przedsiębiorstwo? – przegląd wybranych teorii. Optimum. Studia Ekonomiczne, 1(37), s. 19-20.

5. Górka M., Jurczak D., Krzywonos M. (2018). Szanse i bariery rozwoju przedsiębiorczości usług turystycznych na obszarach wiejskich Podkarpacia [w:] Zarządzanie Organizacjami. Prace naukowo-dydaktyczne, zeszyt 70 (red.) Lenik P., Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie, s. 31-45.

6. Kołodziejczyk D. (2004). Pozarolnicza działalność gospodarcza w indywidualnych gospodarstwach rolnych w skali gmin. *Pozarolnicza działalność gospodarcza na obszarach wiejskich*, (red. nauk.) Pałka E., Studia Obszarów Wiejskich, t. 5. IGiPZ PAN, s. 23-33; Por. Pałka E. 2010. Kierunki rozwoju pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich. Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich, nr 1, s. 166.

7. Niedziółka A. (2009). Możliwości wsparcia przedsięwzięć agroturystycznych w województwie małopolskim z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich w latach 2007–2013. Wieś i Doradztwo. Pismo Małopolskiego Stowarzyszenia Doradztwa Rolniczego. 3-4 (59-60), s. 28-37.

8. Niedziółka A. (2015). Działalność marketingowa w agroturystyce jako determinanta rozwoju lokalnego. *Rozwój lokalny obszarów wiejskich w perspektywie społeczno-ekonomicznej* (red. nauk.) Kowalska M., Knapik W., Bogusz M., Kiełbasa B., Niedziółka A., Piotrowska A., Satoła Ł. Wydawnictwo Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie i Europejskie Centrum Badawcze Drobnych Gospodarstw Rolnych, Kraków, s. 122-140.

9. Otłowska A., Buks J., Chmieliński P. (2006). Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju. Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju polskiej gospodarki żywnościowej po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, Warszawa, nr 40, s. 7-50.

10.Roman M., Niedziółka A. (2017). Agroturystyka jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Wydawnictwo SGGW, s. 7-102.

11.Sikora J. (2012). Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Wydawnictwo C.H. Beck, s. 65-68.

12.Skubiak B. (2015). Czynniki i bariery rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Studia i Prace Wydziału Nauk i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, 2(42), s. 99-108.

13.Wasilewski A. 2013. Stan środowiska naturalnego, rolnictwo ekologiczne i agroturystyka we wsiach objętych ankietą IERIGŻ-PIB. Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej - Państwowego Instytutu Badawczego Warszawa, s. 32-41.

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN RURAL AREAS ON THE EXAMPLE OF AGROTOURISM

Małgorzata Górka, Carpathian State College in Krosno (Poland).
E-mail: malgorzata.gorka@kpu.krosno.pl
Bogusław Ślusarczyk, Carpathian State College in Krosno (Poland).
E-mail: boguslaw.slusarczyk @kpu.krosno.pl
Elżbieta Brągiel, Carpathian State College in Krosno (Poland).
E-mail: elzbieta.bragiel@kpu.krosno.pl
Agnieszka Torba, Economists Research Group Carpathian State College in Krosno (Poland).
E-mail: atorba@p.pl
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-3
Key words: entrepreneurship, agritourism, development, rural areas.

The paper presents issues related to the development of agritourism as a form of entrepreneurship in rural areas. The effects of its development can be analyzed in the context of not only social but also economic sciences. Agritourism is a popular form of tourism, as well as a type of activity in countryside. Its specificity is offering tourist services in a rural environment, which is closely related to agriculture. Sometimes it happens that tourist activity begins to dominate agricultural production, and in some cases even completely displaces it. In this situation, on the basis of the so-called agritourism farms, only specialized tourist services are being provided or the limits of tax-free agritourism activities are exceeded. Due to the fact that the limits are exceeded, the legal provisions on running a micro-enterprise should apply, as the farmer then becomes an entrepreneur. Agritourism is an important element of the economic activation of the rural population related to agriculture, therefore many different factors that affect its development can be listed. Important factor contributing to the development of agritourism in rural areas is the competitive prices of agritourism farms compared to other tourist facilities. This fact strongly encourages tourists to choose this form of tourism activity in rural areas. The factor which to a large extent speaks for

the need to develop agritourism activity, just like any other non-agricultural activity, is the income situation of the population related to agriculture and high unemployment in rural areas. There are also other factors that may affect the development of this non-agricultural form. The environmental factors include: natural and landscape values, favorable geographical location, large labor force in the countryside, rich historical and cultural heritage, multi-directional and small farm area, traditional hospitality, strong motivation aimed at improving the standard of living.

Одержано 28.08.2020.

УДК 658.8:336.71
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-4

В.В. КОВАЛЕНКО,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри банківської справи
Одеського національного
економічного університету

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Розглянуто теоретико-методичні засади щодо формування стратегії маркетингу банківських інновацій. Обґрунтовано, що перспективи диджиталізації економіки на сучасному ринку визначають необхідність розробки і просування підходів щодо маркетингу банківських інновацій, призначених для забезпечення фінансової стабільності банківського бізнесу та орієнтації маркетингової інноваційної діяльності банків не тільки на їх можливості, а й на потреби ринку. Визначено, що потреба у формуванні стратегії маркетингу банківських інновацій актуалізується на підставі прийняття таких концептуальних документів, як: «Цифрова адженда України 2020», «Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року» та «Стратегія розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року». Визначено фактори, які впливають на розвиток маркетингу банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності на мета-, макро- та мікрорівнях. Доведено, що для формування стратегії маркетингу банківських інновацій необхідно: визначити ключові характеристики маркетингу банківських інновацій; виокремити підсистеми процесу реалізації маркетингу банківських інновацій, а саме організаційну, функціональну та фінансову; охарактеризувати маркетинг банківських інновацій залежно від моделі комерціалізації; встановити взаємозв'язок обраної маркетингової стратегії з класифікаційною ознакою банківських інновацій; розробити цілісну структурно-логічну схему формування стратегії маркетингу банківських інновацій. Запропоновано структурно-логічну схему формування стратегії маркетингу банківських інновацій. Визначено, що стратегія маркетингу банківських інновацій – це сукупність упорядкованих дій, спрямованих на розвиток основних видів діяльності банку з метою подолання перепони асиметрії інформації під впливом регуляторних норм та рушійних сил конкурентного середовища для задоволення фінансових та економічних інтересів як самого банку, так і споживачів інноваційних банківських продуктів та послуг.

Ключові слова: маркетинг, інновації, маркетинг банківських інновацій, банки, стратегія, фактори впливу.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Перспективи диджиталізації економіки на сучасному ринку визначають необхідність розробки і просування підходів щодо маркетингу банківських інновацій, призначених для забезпечення фінансової стабільності банківського бізнесу та орієнтації маркетингової інноваційної діяльності банків не тільки на їх можливості, а й на потреби ринку.

Маркетинг банківських інновацій пов'язаний не тільки з просуванням на ринок банківських продуктів, а й з управлінням процесом їх створення з урахуванням вимог фінансового ринку, включаючи розробку стратегії і тактики проведення інноваційних процесів. Більшість банків розглядає стратегічне управління як безперервний еволюційний процес, в якому стратегічне планування і управління супроводжуються прогресивною цифровою трансформацією, де потрібні радикальні методи, які забезпечать перегляд традиційної парадигми ведення бізнесу, що, у свою чергу, потребує розробки теоретико-методичних засад формування стратегії маркетингу банківських інновацій.

© В.В. Коваленко, 2020

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетинг банківських інновацій є предметом дослідження зарубіжних і вітчизняних науковців. Серед вітчизняних науковців, які займаються дослідженням цієї проблеми, необхідно виокремити таких: Т. Васильєва, Д. Завадська, О. Золотарьова, І. Карчева, Л. Кльоба, Л. Кузнєцова, І. Лютий, В. Міщенко, А. Нікітін, Ю. Оніщенко, Л. Примостка, Л. Романенко, А. Шкляр.

На особливу увагу заслуговують праці зарубіжних класиків економічної думки з проблем розвитку банківського маркетингу: Н. Борден, М. Біллет, Х. Дериг, Д.Дж. Дойль, П. Друкер, К. Клейтон, Ф. Котлер, Е. Портер, П. Роуз.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій з цієї проблематики, наукові дослідження потребують подальшого розвитку. У дослідженнях вітчизняних учених практично відсутні розробки, що стосуються проблеми визначення структурних компонентів формування стратегії маркетингу банківських інновацій. Недостатньо уваги також приділено підходам до визначення сутності маркетингу банківських інновацій. Невирішеною залишається проблема визначення рівня впливу маркетингу банківських інновацій на конкурентні позиції та фінансову стабільність банків.

Метою статті є систематизація теоретичних напрацювань та визначення структурних компонентів формування стратегії маркетингу банківських інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток стратегії маркетингу банківських інновацій передбачає прийняття на рівні правління банку і втілення в життя інноваційних концепцій, вивчення ідей і втілення їх у життя, позиціювання на відповідному ринку, впровадження абсолютно нових продуктів або поліпшення якісних характеристик існуючих.

Потреба у формуванні стратегії маркетингу банківських інновацій актуалізується на підставі прийняття таких концептуальних документів:

1. *«Цифрова адженда України 2020».* Концептуальними засада цього документа є те, що цифровізація України – це інструмент розвитку, а не самоціль [1].

2. *Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року* [2]. У документі, до основних стратегічних напрямів віднесено: забезпечення фінансової стабільності та динамічного розвитку фінансового сектора; підвищення доступності та рівня користування фінансовими послугами; інноваційний розвиток (розвиток відкритої архітектури фінансового ринку та платформ регуляторів).

3. *Стратегія розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року*, де відзначено, що успішний розвиток національних економічних систем держав-лідерів останніми роками тісно пов'язаний з лідерством у дослідженнях і розробках, появою нових знань, розвитком високотехнологічного виробництва і створенням масових інноваційних продуктів [3].

Фактори, що впливають на розвиток маркетингу банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності, слід розглядати на мета-, макро- та мікрорівнях.

До факторів глобалізаційного характеру (метарівень) слід віднести: складність функціонування міжнародних банківських систем та використання нових фінансових інструментів, різноманітність операцій та швидкість переміщення фінансового капіталу, що збільшує кількість банківських ризиків, форми їх прояву та можливі наслідки; вимоги створення нових умов для функціонування банків через створення закордонної мережі підрозділів банків, впровадження єдиних глобальних стандартів обслуговування клієнтів; зменшення частки традиційного посередництва, переорієнтування грошових потоків на ринки цінних паперів, які завдяки новим технологіям також здатні забезпечити швидкий доступ до ліквідності, прозорість, безпеку в поєднанні з високою прибутковістю; модифікацію стратегій банків, що обумовлена орієнтацією на зміни в економічній ситуації у світі; зростання частки наукомістких галузей в економіці, яке призводить до того, що інвестування та кредитування має все більш низьку прибутковість і більш тривалий термін повернення та окупності; підвищення рівня інформаційного та комп'ютерного забезпе-

чення роботи банків, розширення асортименту та підвищення якості послуг, що надаються клієнтам, які є важливими факторами конкурентоспроможності на ринку [4, с. 173; 5, с. 73–79].

До факторів національного характеру (макрорівень) слід віднести: стан економіки, за якого інтелект та інноваційні рішення визначають темпи і перспективи економічного розвитку; розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та формування мережевої економіки, в якій особливого значення набуває сукупне виробництво знань шляхом спільних проєктів; інформаційну та фінансову обізнаність клієнтів; зміну попиту на банківські продукти через зменшення доходів домогосподарств [6, с. 266].

Внутрішньобанківські фактори (мікрорівень) характеризуються: потребою у поширенні нових комунікаційних та інформаційних технологій, глобальних телекомунікацій; досягнутим рівнем інноваційного потенціалу банку, який визначається здатністю генерувати, сприймати і реалізовувати інноваційні ідеї, використовуючи для цього наявні ресурси та організаційно-управлінські можливості банку; дійовою системою ризик-менеджменту, здатною об'єктивно оцінювати і мінімізувати інноваційні ризики разом з іншими ризиками банківської діяльності; станом інноваційної культури, яка має прояв у готовності банківських працівників до впровадження нововведень у всіх сферах банківського бізнесу і їх здатності створювати інноваційні ідеї; особливостями фінансової нестабільності банків [5, с. 14; 7, с. 150].

При формуванні стратегії маркетингу банківських інновацій слід враховувати такі аспекти, як загальна система управління банком та сформовані бізнес-моделі функціонування. Стратегію слід розглядати як процес визначення головних завдань у діяльності та відповідної розробки й реалізації сценаріїв розвитку й планів заходів, що сприяють виконанню місії банку та успішному досягненню встановлених цілей [8].

Такі дослідники, як Дж. Стрикленд, А. Томпсон, Р. Кох при формуванні стратегії банку враховують специфіку його діяльності та виокремлюють ієрархію рівнів банківської стратегії: інституціональний (регіональний, міжрегіональний, транснаціональний банк); корпоративний (універсальний, спеціалізований банк); бізнес-стратегії; конкурентні стратегії (стратегія лідерства у витратах, стратегія диференціації, стратегія фокусування, агресивного або поступового розвитку); функціональний (фінансова, маркетингова, інформаційна, управління персоналом); операційний (стратегії розвитку кожного з підрозділів банку). Автори вважають, що застосування різних рівнів ієрархії дозволить отримати синергетичний ефект від використання визначеної сукупності банківських стратегій [9; 10].

Новітні розробки Гарвардської школи бізнесу пропонують брати за основу саме стратегію впровадження інновацій, яка дозволяє практично уникати зіткнення з конкурентами і отримувати майже вдвічі більший прибуток від бізнес-проєктів [11, с. 32].

Узагальнивши вищевикладене, визначаємо, що для формування стратегії маркетингу банківських інновацій необхідно:

- визначити ключові характеристик маркетингу банківських інновацій;
- виокремити підсистеми процесу реалізації маркетингу банківських інновацій, а саме: організаційну, функціональну та фінансову;
- охарактеризувати маркетинг банківських інновацій залежно від моделі комерціалізації;
- встановити взаємозв'язок обраної маркетингової стратегії з класифікаційною ознакою банківських інновацій;
- розробити цілісну структурно-логічну схему формування стратегії маркетингу банківських інновацій.

Відповідно до першого положення, до ключових характеристик маркетингу банківських інновацій входить визначення мети, суб'єкта, об'єкта, принципів та функцій (рис. 1).

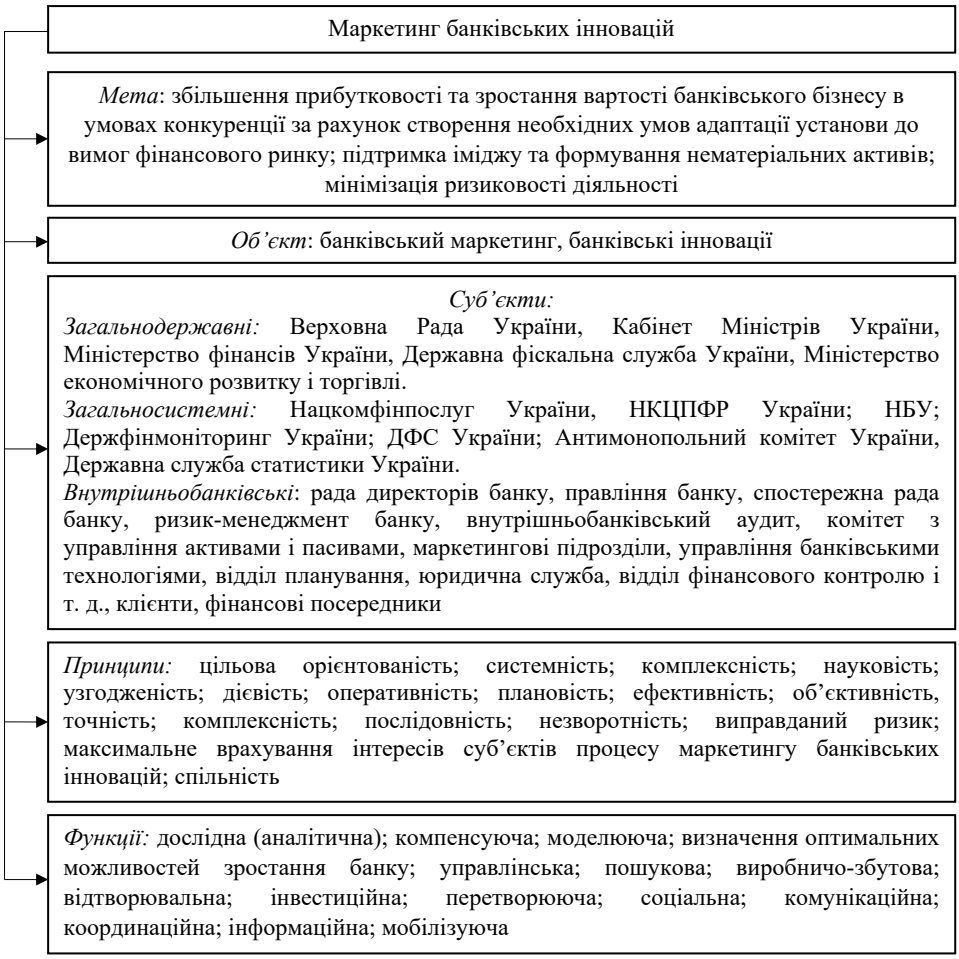

Рис. 1. Основні елементи маркетингу банківських інновацій

Реалізація системи маркетингу банківських інновацій на мікроекономічному рівні пов'язана з певними стримуючими факторами. Їх можна поділити таким чином:

– фінансово-економічні: надмірний ризик; занадто високі витрати; недостатність фінансування; занадто тривалий період окупності інновації;

– внутрішньобанківські: недостатньо високий інноваційний потенціал; брак кваліфікованого персоналу; недостатність технологічної, ринкової інформації; труднощі контролю над інноваційними витратами; недостатня внутрішня гнучкість; нерозвинутість можливостей кооперації;

– інші: брак технологічних можливостей; недоліки інфраструктури; відсутність потреби в інноваціях; незахищеність прав власності; законодавство, норми та стандарти, оподаткування; низький рівень сприйняття споживачами нових продуктів, послуг, процесів.

Виходячи з вищевикладеного, можна виокремити підсистеми процесу реалізації маркетингу банківських інновацій в умовах фінансової нестабільності, які дають змогу нівелювати негативні фінансово-економічні, внутрішньобанківські та інші фактори а саме:

Організаційна підсистема: розробка місії та визначення мети банку; стратегічний аналіз та діагностика кризових ситуацій; формування персоналу з маркетингових досліджень, розробки банківських інновацій та оцінки інноваційного ризику; розподіл завдань в системі управління маркетингом; визначення механізму контролю досягнення мети, виконання поставлених завдань; визначення повноважень та відповідальності персоналу служби маркетингу; створення умов для ефективної роботи співробітників служби маркетингу та ризик-менеджменту; організація ефективної взаємодії маркетингової служби з іншими підрозділами банку.

Функціональна підсистема: аналітична функція (вивчення ринку клієнтів, продуктової структури конкурентів); виробнича функція (організація впровадження нових продуктів (послуг), технологій, забезпечення якості і конкурентоспроможності продуктів); виробничо-збутова функція (функція продажів – розробка та здійснення асортиментної, цінової, збутової і комунікаційної політики); функція управління, комунікацій та контролю (планування та контроль на тактичному і стратегічному рівнях, інформаційне забезпечення маркетингу банківських інновацій).

Фінансова підсистема: формування бюджету маркетингу, що включає в себе постійні витрати на службу маркетингу, поточні витрати на проведення маркетингових досліджень, рекламну політику і змінні витрати (бюджет стимулювання); фінансування програм комунікацій, цінової політики, збуту, інформаційної системи маркетингу; оптимізація витрат на маркетинг та співвідношення їх з фінансовим результатом банку (порівняння надходжень від продажів та валового прибутку з поточними витратами; перерахунок витрат за функціями, пов'язаними з поточною маркетинговою діяльністю: дослідженнями, рекламою, плануванням та контролем; розрахунок функціональних витрат за окремими продуктами та послугами, збутовими територіями, ринковими сегментами).

Залежно від кон'юнктури ринку інновацій можна використовувати різні структури організації інноваційного процесу. Багато елементів, від яких залежить інновація, схильні до постійних змін. Вони потребують перегляду принципів організації економічних процесів: підвищення вимог до структурної мобільності банку і до кваліфікації персоналу, зміни асортименту банківських продуктів та послуг, проведення маркетингу, що в кінцевому підсумку сприяє забезпеченню фінансової стабільності.

Маркетинг банківських інновацій визначаємо як філософію, стратегію і тактику банків, базовану на виборі певного сегмента ринку з подальшою розробкою інновацій і комплексу маркетингу відповідно до певного сегмента, що дозволяє зосередити увагу і сконцентрувати маркетингові дослідження та банківські інновації на конкретному продуктовому сегменті ринку, приводить до реорганізації бізнес-процесів і створення нових інформаційно-технологічних ресурсів, які враховують тенденції розвитку цифрової економіки та приносять користь суспільству, результатом чого є фінансово стабільний розвиток банків. Це діяльність з управління процесами створення інноваційних технологій.

Маркетинг банківських інновацій відрізняє від стандартного маркетингу стратегічна орієнтованість, і він має міжсуб'єктний характер. При цьому можна виділити п'ять рівнів інновацій, а саме:

1) інновації першого рівня з точки зору комерціалізації – це результат фундаментальних досліджень, нових загальнонаукових ідей;

2) інновації другого рівня – це результат прикладних досліджень;

3) на третьому рівні перебувають технологія створення нового банківського продукту та організаційно-технологічна підготовка;

4) інновації четвертого рівня – це результат модифікації інновацій;

5) інновації п'ятого рівня – це інноваційні послуги.

Маркетинг знаходить застосування на кожному з рівнів, але його інструментарій може значно відрізнятися залежно від обраної моделі комерціалізації (рис. 2).

Рис. 2. Характеристика маркетингу банківських інновацій залежно від обраної моделі комерціалізації
(складено автором з використанням матеріалів [12, с. 135])

Як уже було зазначено, при формуванні стратегії маркетингу банківських інновацій слід враховувати загальну стратегію управління банками та проведення огляду існуючих маркетингових та інноваційних стратегій банків.

Маркетингові стратегії визначаються як такі, що залежать від цільової спрямованості (популяризація, просування та інтеграція); інтенсивності комерційного процесу та ефекту його впливу (пасивна, активна, інтерактивна); виду маркетингу (концентрований маркетинг, диференційований маркетинг, масовий або недиференційований маркетинг); впливають на споживача (презентаційна, психологічна) [13, с. 453; 14, с. 64].

При формуванні інноваційної стратегії слід виходити з напрямів, видів та обсягів інноваційної діяльності, яку прогнозує здійснити банк для досягнення стратегічних і тактичних цілей щодо зміцнення конкурентної позиції та забезпечення фінансової стабільності. Саме трактування інноваційної стратегії банків має свою еволюцію у поглядах науковців – від інноваційної стратегії, яка ґрунтується на визначенні набору правил для прийняття рішень, до цифрової інноваційної стратегії.

Сучасні підходи до визначення інноваційних стратегій можна класифікувати за такими ознаками:

– предметний зміст: стратегії у сфері досліджень та розробок, продуктової структури, ринку, організації (традиційна, сегментна, імітаційна, оборонна, залежна); продуктові, сервісні, технологічні, організаційно-управлінські, маркетингові;

– відповідно до поведінки в інноваційному середовищі: активно наступальна; помірно наступальна; вичікувальна;

– ступінь радикальності інновацій: орієнтовані на впровадження радикальних та інкрементальних інновацій;

– орієнтація на потреби клієнтів: стратегії розробки інновацій, які орієнтуються на існуючі клієнтські потреби; стратегія швидкого реагування; стратегії, спрямовані на пропозицію продуктів, що створюють нові потреби – стратегія пропозиції;

– джерело появи інноваційних ідей: вивчення потреб споживачів; пропозиції співробітників, спрямовані на поліпшення внутрішніх бізнес-процесів та / або на використання зовнішніх можливостей; досягнення у сфері технологій;

– залежно від організаційного втілення: стратегії можуть реалізовуватися або тільки власними силами фінансового інституту (методологія закритої інновації); стратегія використання зовнішніх зв'язків та можливостей на основі концепції відкритої інновації [8; 15; 16].

Для позиціювання банку доцільним є перехід від екстенсивної до інтенсивної бізнес-моделі розвитку. Він потребує трансформації каналів продажу банківських продуктів та послуг, реорганізації традиційних методів обслуговування клієнтів, відходячи від традиційного місця продажу (філії / відділення) до альтернативних, які базуються на використанні технологій дистанційного банківського обслуговування – віддаленого банкінгу, що вважається на сьогодні найпоширенішою інновацією і поступово стає основною формою діяльності банків.

Стратегія маркетингу банківських інновацій має включати в себе формування цілей, їх досягнення і рішення завдань банку за кожним окремим продуктом, за кожним сегментом ринку на певний період.

Провівши аналіз різних наукових поглядів на формування стратегії [13–16], доходимо висновку, що розробку стратегії маркетингу банківських інновацій необхідно проводити, поєднуючи власне маркетингову та інноваційну стратегії.

Узагальнивши вищевикладене, встановлюємо взаємозв'язок між обраною маркетинговою стратегією та класифікаційною ознакою банківських інновацій (рис. 3). На підставі проведеного дослідження запропоновано структурно-логічну схему формування стратегії маркетингу банківських інновацій (рис. 4).

Рис. 3. Взаємозв'язок обраної маркетингової стратегії з класифікаційною ознакою банківських інновацій
(систематизовано автором з використанням матеріалів [14, с. 64;17, с. 1])

Рис. 4. Структурно-логічна схема формування стратегії маркетингу банківських інновацій

Стратегія маркетингу банківський інновацій – це сукупність упорядкованих дій, націлених на розвиток основних видів діяльності банку, долаючи перепони асиметрії інформації, під впливом регуляторних норм та рушійних сил конкурентного середовища з метою задоволення фінансових та економічних інтересів як самого банку, так і споживачів інноваційних банківських продуктів та послуг.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок. У сучасних умовах розвитку банківського бізнесу, акцент робиться на розвиток соціального маркетингу банківських інновацій, який спрямований на задоволення потреб домогосподарств, що є достатньо обґрунтованим напрямом у сучасних кризових умовах функціонування банків.

При розробці банківських інноваційних продуктів та послуг, які реалізуються через певну стратегію маркетингу банківських інновацій та задоволення різних економічних потреб клієнтів, банки мають формувати тип власної фінансової поведінки на ринку, одним з яких в умовах кризи є інноваційна фінансова поведінка.

Під інноваційною фінансовою поведінкою банків слід розуміти зусилля банків, які базуються на застосуванні двоєдиного підходу до розвитку інноваційних процесів у фінансовій сфері.

Сутність першого підходу полягає у впровадженні нових банківських продуктів та послуг на ринок банківських послуг зокрема та на фінансовий ринок у цілому. Другий підхід передбачає застосування нового інноваційного поєднання прийомів, способів, методів та інструментів, які сприяють конструюванню різних інноваційних банківських продуктів для отримання банками додаткових конкурентних переваг, що у кінцевому підсумку впливає на рівень їхньої фінансової стабільності.

Позитивним щодо запровадження прогресивних цифрових інновацій у банківську діяльність є те, що цифровізація банківського бізнесу надає можливості масштабного охоплення клієнтів; підвищення репутації банків; надання банківських послуг з використанням електронних грошей та електронних гаманців. При цьому є і певні недоліки, а саме: відсутність психологічного контакту з клієнтом, що знижує сприйняття клієнтом віртуальної інформації; низький рівень контролю та нагляду за діяльністю цифрових банків; мінімальний захист інформації клієнтів від інтернет-злочинців; несвоєчасне оновлення інтернет-порталів та роботів-консультантів законодавчими та нормативними документами; невміння користуватися програмними продуктами банків клієнтами похилого віку, для яких важливим є емоційне супроводження консультації.

Таким чином, можна зробити висновок, що фінансова поведінка банків прямо пропорційно залежить від розробленої ними стратегії маркетингу банківських інновацій.

Список використаної літератури

1. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. *HITECH office. Грудень, 2016. 90 с.* URL: https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf (дата звернення 20.12.2020).

2. Стратегія розвитку фінансового ринку до 2025 року. *Національний банк України*. URL: https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy (дата звернення 20.12.2020).

3. Стратегія розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року: розпорядженням Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ (дата звернення 20.12.2020).

4. Звєряков М.І., Жданова Л.Л., Уперенко М.О. Теоретичні і методологічні основи дослідження економічних відносин в Україні в умовах інтеграції в глобальний процес розвитку: монографія. Одеса: Атлант, 2016. 389 с.

5. Звєряков М.І., Звєряков О.М. Антикризове управління фінансовою стійкістю банку в умовах економічних дисбалансів: монографія. Одеса: ОНЕУ, 2015. 418 с.

6. Звєряков М.І., Коваленко В.В., Сергєєва О.С. Управління фінансовою стійкістю банків: підручник. Київ: Центр учбової літератури. 2016. 520 с.

7. Коваленко В.В., Белова Ю.М. Забезпечення конкурентоспроможності банків України в умовах структурних дисбалансів економіки України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Вип. 20. Ч. 2. С. 149–152.

8. Минцберг Г. Куин Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс: пер.с англ. Санкт-Петербург: Питер. 2001. 567 с.

9. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: пер. с англ. / под ред. Сапова Г. Москва: Дело. 1993. 829 с.

10.Кох Л.В., Смольянинова Е.Н., Просалова В.С. Инновации в банковском бизнесе. Санкт-Петербург: Изд-во Политех. ун-та. 2009. 49 с.

11.Ким Чан В., Моборн Р. Стратегии голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков: пер. с англ. Москва: Манн, Иванов и Фарбер. 2019. 336 с.

12.Гутарева Ю.В. Умови комерціалізації інновацій та їх особливості. *Бізнес-Інформ*. 2018. № 6. С. 134–138.

13.Романенко О.О., Антонюк Д.С. Банківський маркетинг і маркетингова стратегія. *Молодий вчений*. 2016. № 11 (26). С. 6–10.

14.Шквиря Н.О. Маркетингова стратегія розвитку комерційних банків. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 2 (34). С. 62–65.

15.Банківський менеджмент: інноваційні концепції та моделі: монографія / за заг. та наук. ред. проф. Л.О. Примостки. Київ: КНЕУ. 2017. 380 с.

16.Кузнєцова Л.В., Шмуратко Я.А. Регулювання ринку похідних фінансових інструментів в умовах глобальної економічної нестабільності: монографія. Харків: Диса Плюс, 2018. 248 с.

17.Козьменко С.М., Васильєва Т.А., Леонов С.В. Маркетинг банківських інновацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 13–28.

References

1. HITECH office (2016). *Tsyfrova adzhenda Ukrayiny - 2020 (“Tsyfrovyy poryadok dennyy» - 2020). Kontseptual'ni zasady (versiya 1.0). Pershocherhovi sfery, initsiatyvy, proekty «tsyfrovizatsiyi» Ukrayiny do 2020 roku* [Digital Agenda of Ukraine - 2020 (“Digital Agenda” - 2020). Conceptual principles (version 1.0). Priority areas, initiatives, projects of “digitalization” of Ukraine until 2020]. Available at: https://ucci.org.ua/ uploads/ files/58e78ee3c3922.pdf (accessed 20 December 2020).

2. National Bank of Ukraine (2019). Strategy for the development of the financial market until 2025, available at: https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy (accessed 20 December 2020).

3. Cabinet of Ministers of Ukraine (2019). Strategy for the development of innovation for the period up to 2030, available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ (accessed 20 December 2020).

4. Zvyeryakov, M.I., Zhdanova, L.L., Uperenko, M.O. (2016). *Teoretychni i metodolohichni osnovy doslidzhennya ekonomichnykh vidnosyn v Ukrayini v umovakh intehratsiyi v hlobal'nyy protses rozvytku* [Theoretical and methodological bases of research of economic relations in Ukraine in the conditions of integration into the global process of development]. Odessa: Atlant, 2016. 389 p.

5. Zvyeryakov, M.I., Zvyeryakov, O.M. (2015). *Antykryzove upravlinnya finansovoyu stiykistyu banku v umovakh ekonomichnykh dysbalansiv* [Anti-crisis management of financial stability of the bank in the conditions of economic imbalances]. Odessa: ONEU, 418 p.

6. Zvyeryakov, M.I., Kovalenko, V.V., Serhyeyeva, O.S. (2016). *Upravlinnya finansovoyu stiykistyu bankiv* [Management of financial stability of banks]. Kiev: Center for Educational Literature, 520 p.

7. Kovalenko, V.V., Belova, Yu.M. (2016). *Zabezpechennya konkurentospromozhnosti bankiv Ukrayiny v umovakh strukturnykh dysbalansiv ekonomiky* [Providing the competitiveness of Ukrainian banks in the face of structural imbalances in Ukraine's economy]. *Ukrayiny Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu* [Scientific Bulletin of Kherson State University], vol. 20 (2), pp. 149-152.

8. Minzberg, G. Quinn, J., Goshal, S. (2001). *Strategicheskiy protsess* [Strategic process]. Saint Petersburg: Peter, 567 p.

9. Fisher, S., Dornbush, R., Shmalenzi, R. (1993). *Ekonomika* [Economics]. Moscow: Delo, 829 p.

10.Kokh, L.V., Smolyaninova, E.N., Prosalova, V.S. (2009). *Innovatsii v bankovskom biznese* [Banking innovations]. Saint Petersburg: Publishing house of the Polytechnic University, 49 p.

11.Kim Chan, V., Moborn, R. (2019). *Strategii golubogo okeana. Kak nayti ili sozdat' rynok svobodnoy ot drugikh igrokov* [Strategies of the blue ocean. How to find or create a market free of other players]. Moscow: Mann, Ivanov and Farber, 336 p.

12.Gutareva, Yu.V. (2018). *Umovy komertsializatsiyi innovatsiy ta yikh osoblyvosti* [Mind the commercialization of innovations and specialties]. *Biznes-Inform* [Business-Inform], no. 6, pp. 134-138.

13.Romanenko, O.O, Antonyuk, D.S. (2016). *Bankivs'kyy marketynh i marketynhova stratehiya* [Banking marketing and marketing strategy]. *Molodyy vchenyy* [A young scientist], no. 11 (26), pp. 6-10.

14.Shkvyrya, N.O. (2016). *Marketynhova stratehiya rozvytku komertsiynykh bankiv* [Marketing strategy for the development of commercial banks]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu* [Bulletin of Berdyansk University of Management and Business], no. 2 (34), pp. 62-65.

15.Prymostky, L.O. (2017). *Bankivs'kyy menedzhment: innovatsiyni kontseptsiyi ta modeli* [Banking management: innovative concepts and models]. Kiev: KNEU. 380 p.

16.Kuznetsova, L.V., Shmuratko, Ya.A. (2018). *Rehulyuvannya rynku pokhidnykh finansovykh instrumentiv v umovakh hlobal'noyi ekonomichnoyi nestabil'nosti* [Regulation of the market of derivative financial instruments in the conditions of global economic instability]. Kharkiv: Disa Plus, 248 p.

17. Koz′menko, S.M., Vasyl′yeva, T.A., Leonov, S.V. (2011). *Marketynh bankivs'kykh inno*vatsiy [Marketing of banking innovations]. *Marketynh i menedzhment innovatsiy* [Marketing and innovation management], no. 1, pp. 13-28.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF FORMATION OF MARKETING STRATEGY OF BANKING INNOVATIONS

Victoria V. Kovalenko, Odesa National Economic University, Odesa (Ukraine).
E-mail: kovalenko-6868@ukr.net

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-4

Key words: marketing, innovations, marketing of banking innovations, banks, strategy, factors of influence.

In the article, the author considers theoretical and methodical bases to formation of strategy of marketing of bank innovations. It is substantiated that the prospects of digitalization of the economy in the modern market determine the need to develop and promote approaches to marketing banking innovations designed to ensure financial stability of the banking business and focus marketing innovation on not only their capabilities but also market needs. It is determined that the need to form a marketing strategy for banking innovations is actualized on the basis of the adoption of such conceptual documents as: "Digital Agenda of Ukraine 2020", "Strategy for Development of the Financial Sector of Ukraine until 2025" and "Strategy for Innovation Development until 2030". The factors influencing the

development of marketing of banking innovations in the conditions of financial instability at the meta-, macro- and micro-levels are determined. The author defines the marketing of banking innovations as a philosophy, strategy and tactics of banks based on the choice of a particular market segment followed by the development of innovations and marketing in accordance with this segment, which allows you to focus and focus marketing research and banking innovations to reorganize business processes and create new information technology resources that take into account the trends of the digital economy and benefit society, resulting in financially stable development of banks. This is the activity of managing the processes of creating innovative technologies. It is proved that for the formation of the strategy of marketing of banking innovations it is necessary to: determine the key characteristics of the marketing of banking innovations; to single out the subsystems of the marketing implementation process of banking innovations, namely: organizational, functional and financial; characterize the marketing of banking innovations depending on the model of commercialization; to establish the relationship of the chosen marketing strategy with the classification feature of banking innovations; formation of a holistic structural and logical scheme of formation of marketing strategy of banking innovations. The structural and logical scheme of formation of marketing strategy of banking innovations is offered. It is determined that the marketing strategy of banking innovation is a set of orderly actions aimed at developing the main activities of the bank, overcoming obstacles to information asymmetry, under the influence of regulations and drivers of the competitive environment to meet the financial and economic interests of both the bank and consumers of innovation. banking products and services.ъ

Одержано 10.09.2020.

УДК 658:613.2
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-5

А.С. КОНОВАЛЕНКО,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Таврійського державного
агротехнологічного університету
імені Д. Моторного (м. Мелітополь)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ДІТЕЙ ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Змістову основу поведінки споживачів становить процес прийняття рішення щодо купівлі та фактори, які його визначають. Завданнями дослідження моделі споживчої поведінки дітей шкільного віку є визначення факторів, зокрема зовнішніх, внутрішніх та ситуативних, які впливають на процес прийняття рішення про придбання та споживання продуктів харчування; визначення мотиваційного поля, яке обумовлює поведінку дитини як суб'єкта маркетингу; дослідження особливостей етапів процесу прийняття дитиною рішень про купівлю та споживання у контексті їх повсякденної діяльності, визначення причинно-наслідкових зв'язків зміни моделі споживчої поведінки дитини у процесі її дорослішання, що вказує на споживчу соціалізацію; визначення можливостей та обґрунтування гіпотези щодо потенціалу здійснення керованого впливу з боку інших суб'єктів маркетингу на поведінку споживача з огляду на забезпечення необхідного рівня безпеки харчування дітей.

У статті розглянуто методичні підходи до дослідження споживчої поведінки дітей шкільного віку з огляду на специфіку їх споживчої соціалізації та обмеження щодо опитування неповнолітніх. Розроблено концепцію збору первинної інформації, структурні частини анкети для опитування дітей шкільного віку. Окреслено процедуру підготовчого етапу опитування, яка передбачає дотримання вимог базових документів, що визначають взаємні права та зобов'язання дослідників та респондентів; тестування анкети; визначення стратифікованої вибірки, яка має ознаки генеральної сукупності респондентів та ознаки репрезентативності; специфіку перевірки та відбору анкет у ході проведення онлайн-опитування.

Запропонований методичний підхід дозволяє досягти комплексу переваг самостійного дистанційного заповнення анкет респондентами, які за власним бажанням взяли участь в опитуванні, а саме: отримати переваги збору первинної інформації: цілеспрямованість, конкретність, відповідність методології збору, надійність; мінімізувати недоліки польового дослідження: тривалість збору, високі витрати, потреба у висококваліфікованих інтерв'юерах. Застосування зазначених методичних підходів дозволить отримати необхідну для суб'єктів господарювання інформацію, яка стане основою для розробки маркетингової стратегії діяльності у дитячому сегменті ринку.

Ключові слова: маркетинг, маркетингове дослідження, поведінка споживача, споживач, діти шкільного віку, суб'єкт маркетингу, анкетування.

Постановка проблеми. Споживча поведінка дітей шкільного віку на ринку продуктів та послуг харчування характеризується відсутністю у дітей сталої моделі, досвіду, переконань. Фактично відбувається процес споживчої соціалізації дітей з моменту отримання ними права укладати дрібні побутові угоди, починаючи із 6-річного віку. Отримавши споживчі права, діти поступово набувають досвіду участі в економічних відносинах, формується їхня модель поведінки як споживачів. На процес прийняття дитиною рішення про придбання тих чи інших продуктів харчування впливає значна кількість факторів, зокрема зовнішніх, внутрішніх та ситуативних. Існує необхідність формування методичних підходів до дослідження споживчої поведінки дітей з метою отримання

© А.С. Коноваленко, 2020

об'єктивної, повної, достовірної інформації для її подальшого використання суб'єктами маркетингу. Беручи до уваги обмеження на здійснення персональних контактів з респондентами, обумовлені карантинними заходами в період пандемії Covid-19, доцільно використовувати можливості онлайн-опитувань, що, з огляду на неповноліття респондентів, потребує обґрунтування відповідних методичних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концептуальні основи та практичні аспекти маркетингу дитячих товарів розкрито у працях відомих зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема Д. Аакера, С. Кумбера, Ж.-Н. Капферера, М. Ліндстрома, С. Пашутіна, Р. Колядюка, М. Римаренка, О.О. Шубіна, Б.А. Райзберга, Е.В. Попова, Є. Райхліної, Г.Л. Багієва, Г. Черчилля та ін. Маркетингові аспекти розвитку ринку дитячого харчування розкрито у дослідженнях Д.Г. Легези. Проблеми ринкової поведінки споживачів, формування споживчих мотивацій є предметом вивчення у численних наукових працях іноземних та вітчизняних вчених. До них можна віднести дослідження М.А. Окландера, Л.О. Старостіної, Н.Р. Балук, М.О. Городецької, Я.В. Зоська, Г.В. Ложкіна, А.О. Максименко, М.В. Мастинця та ін. Здобутки науковців сформували загальні теоретичні підходи до проведення маркетингових досліджень, однак визначення методичних підходів до з'ясування специфіки моделі споживчої поведінки дітей шкільного віку з огляду на процес їх споживчої соціалізації потребує подальших досліджень та наукового обґрунтування.

Метою статті є визначення методичних підходів до проведення маркетингового дослідження споживчої поведінки дітей шкільного віку на ринку продуктів та послуг харчування шляхом збору, отримання первинних даних.

Результати дослідження. Поведінка споживача розглядається як поведінка особи, яка вирішує проблему купівлі товарів для задоволення особистих потреб, а також соціальні та розумові процеси, які передують процесу купівлі, та настають після нього. М.А. Окландер зазначає, що змістову основу поведінки споживачів становить процес прийняття рішень щодо купівлі та фактори, які його визначають [1]. Модель поведінки споживача залежить й від того, яку роль виконує дитина у процесі придбання та споживання продуктів харчування.

За результатами аналізу споживчого статусу дитини на ринку продуктів харчування для дітей доведено, що діти віком 6–18 років до настання повноліття виступають як споживачі на ринку продуктів та послуг харчування [2, с. 189]. Під поняттям «споживач» розуміють суб'єкта, який має певні потреби та бажає задовольняти їх у той чи інший спосіб. Такий підхід дає змогу стверджувати, що дитина є суб'єктом маркетингу (споживачем), тому що дитина має низку потреб та має змогу задовольнити їх у різний спосіб, у тому числі обираючи та купуючи продукти харчування на ринку.

Маркетингове дослідження передбачає досягнення низки завдань: розвідувальних (збір інформації, необхідної для точного визначення проблеми та її вирішення), описових (опис аспектів реальної маркетингової ситуації), казуальних (обґрунтування гіпотез, тобто причинно-наслідкових зв'язків між двома подіями) [3, с. 257]. Завданнями дослідження моделі споживчої поведінки дітей шкільного віку на ринку продуктів та послуг харчування є:

– визначення факторів, які впливають на процес прийняття рішення про придбання та споживання продуктів харчування, у тому числі зовнішніх, внутрішніх та ситуативних;

– визначення мотиваційного поля, яке обумовлює поведінку дитини як суб'єкта маркетингу;

– дослідження особливостей етапів процесу прийняття дитиною рішень про купівлю та споживання у контексті її повсякденної діяльності, визначення причинно-наслідкових зв'язків зміни моделі споживчої поведінки дитини у процесі її дорослішання, що вказує на споживчу соціалізацію;

– визначення можливостей та обґрунтування гіпотези щодо потенціалу здійснення керованого впливу з боку інших суб'єктів маркетингу на поведінку споживача з огляду на забезпечення необхідного рівня безпеки харчування дітей.

Концепція збору інформації передбачає проведення вибіркового разового опитування школярів шляхом самостійного заповнення респондентами відповідних форм анкет. Такий метод збору інформації дозволяє уникнути здійснення зовнішнього впливу на респондента, що підвищує рівень об'єктивності отриманих даних. Одним з ускладнень дистанційного опитування шляхом заповнення форм опитувального листа є необхідність ретельного тестування анкет, що було передбачено на стадії підготовки опитувальних листів. Структурно анкета для опитування дітей шкільного віку має містити вступну, реквізитну та основну частини (табл. 1).

Таблиця 1

Структурні частини анкети для опитування дітей шкільного віку

Частина	Зміст
Вступна частина	Містить стислий опис мети дослідження та мотивації до заповнення анкети
Реквізитна частина	Містить ідентифікаційні дані, що встановлює система автоматично за результатами заповнення анкети (час, дата, місце тестування) та питання, що стосуються характеристик респондента (вік, стать, місце проживання, кількість дітей у родині, захоплення тощо)
Основна частина	Містить закриті, відкриті та напіввідкриті типи питань: альтернативні питання; питання з вибірковою відповіддю; шкала Лайкерта; шкала важливості; оціночна шкала; семантичний диференціал; неструктуровані відкриті питання; завершення речення; питання у вигляді таблиці

Джерело: укладено автором.

Питання анкети мають бути логічно пов'язані між собою, послідовно вибудовані від простих до більш складних питань у середині анкети та до простіших питань наприкінці за принципом воронки. Питання доцільно групувати за проблематикою, що допоможе респонденту будувати логіку відповідей.

З метою підвищення ступеня довіри та підтримки зацікавленості респондента доцільно формулювати питання анкети таким чином, щоб у респондента не виникало побоювання, можливості трактувати питання неоднозначно, щоб респонденти відчували впевненість, заповнюючи комунікаційний блок анкети. Ідентифікаційні дані слід зазначати у підсумковій частині анкети, коли у респондента вже сформовано довіру та не виникає побоювань щодо анонімності та конфіденційності отриманої інформації. В анкеті для опитування дітей доцільно використовувати буферні питання, які дозволяють пом'якшити перехід від одного розділу анкети до іншого та сприяють більш відкритій відповіді на «незручні» запитання.

На підготовчому етапі проведення опитування необхідно дотримуватися вимог базових документів, які визначають взаємні права та зобов'язання дослідників та респондентів, а саме: Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень ICC/ESOMAR (ухвалений Міжнародною торговою палатою і Європейським співтовариством з вивчення громадської думки і маркетингу) та Стандарти якості маркетингових досліджень [4]. Відповідно до зазначених положень маркетингове дослідження не має супроводжуватися просуванням будь-якого продукту або послуги, необхідно забезпечити дотримання принципу анонімності респондентів, доцільно здійснити психолого-педагогічну оцінку анкети тощо. Психолого-педагогічне рецензування анкети спрямоване на уникнення можливого надання шкоди респондентам, у тому числі психологічного характеру. У ході планування дослідження враховано, що опитування неповнолітніх дітей має відбуватися за згодою їхніх батьків або інших відповідальних осіб.

На етапі тестування анкету надано для заповнення дітям різних статево-вікових категорій з метою коригування формулювань питань та варіантів відповідей у разі виявлення неоднозначності трактувань або нерозуміння питань тощо. За результатами тестування анкета підлягає коригуванню.

Репрезентативна вибірка для проведення опитування обрана як об'єкт дослідження та сформована як частина генеральної сукупності. Репрезентативність дає можливість узагальнювати результати дослідження та використовувати як характеристику всієї генеральної сукупності. Статистичні характеристики генеральної сукупності дітей шкільного віку за даними щодо кількості постійного населення на 1 січня 2018 р. наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Статистичні характеристики генеральної сукупності дітей шкільного віку в Україні, 2018 р.

Повних років на 01.01.2018	Рік народження	Загальна чисельність, осіб	у тому числі хлопців		у тому числі дівчат		Співвідношення дівчата / хлопці
			осіб	%	осіб	%	
7	2011	465514	239702	51,49	225812	48,51	0,94
8	2010	479558	247559	51,62	231999	48,38	0,94
9	2009	477474	246176	51,56	231298	48,44	0,94
10	2008	441059	226564	51,37	214495	48,63	0,95
11	2007	430887	220909	51,27	209978	48,73	0,95
12	2006	398720	205307	51,49	193413	48,51	0,94
13	2005	399954	205406	51,36	194548	48,64	0,95
14	2004	381926	196012	51,32	185914	48,68	0,95
15	2003	365209	188228	51,54	176981	48,46	0,94
16	2002	351393	180824	51,46	170569	48,54	0,94
17	2001	362205	186186	51,40	176019	48,60	0,95
Загалом	–	4553899	2342873	51,45	2211026	48,55	

Джерело: розраховано автором на підставі статистичних даних http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2018/zb_dy_2017.pdf

У ході онлайн-опитування будуть отримані лише повністю заповнені анкети, а частково заповнені анкети не будуть зараховані. Тому мінімальний обсяг вибірки за розміром збігатиметься з фактичним обсягом вибірки. За розрахунками фактичний розмір вибірки становить 384 особи (табл. 3).

Таблиця 3

Параметри формування вибірки

Найменування показника	Значення
Довірча ймовірність (надійність), %	95
Довірчий інтервал (похибка), %	5
Генеральна сукупність (загальна чисельність респондентів), осіб	4 553 899
Мінімальний / фактичний обсяг вибірки, осіб	384

Джерело: розрахунки автора

На достовірність отриманих результатів значно впливає метод формування вибірки, якісні та кількісні показники вибірки, що обумовлює необхідність при формуванні вибірки враховувати основні характеристики генеральної сукупності, релевантні цілям та завданням дослідження [5]. Існує необхідність визначити набір ознак, за

якими буде здійснено відбір та контроль репрезентативності, визначення необхідного обсягу вибірки, виду відбору тощо. З метою отримання реальних даних щодо генеральної сукупності вибіркова сукупність має становити за низкою параметрів модель об'єкта і відображати основні якісні та кількісні характеристики генеральної сукупності, тобто бути репрезентативною. Забезпечення належної репрезентативності вибірки сприятиме ефективності дослідження та служитиме підгрунтям для прийняття рішень за результатами дослідження. Репрезентативність забезпечується дизайном вибірки, який визначається характеристиками генеральної сукупності та обумовлений метою дослідження, та визначенням її мінімального обсягу, який при обраному дизайні забезпечить прийнятну точність результатів.

Для досягнення мети дослідження сформовано стратифіковану випадкову вибірку, що є різновидом випадкової вибірки, при формуванні якої генеральна сукупність розподілена на кілька шарів. Випадкова вибірка формується шляхом пропорційного відбору елементів з кожного з шарів. Стратифікована квотна вибірка дозволяє отримати більш точні дані, аніж проста випадкова. Для формування випадкової стратифікованої вибірки обрано ознаки стратифікації, які мають значення для цілей маркетингового дослідження, здійснено поділ бази на необхідну кількість шарів. Репрезентативність визначається структурою вибірки за такими обраними ознаками: стать, вік, рід діяльності тощо. У цьому випадку стратифікацію здійснено на основі віку та статі респондентів (табл. 4).

Таблиця 4

Параметри стратифікованої квотної вибірки

Повних років	Розрахункова чисельність репрезентативної вибірки, осіб		Частка у загальній чисельності, %	у тому числі хлопців		у тому числі дівчат		Співвідношення дівчата / хлопці
	За розрахунком	Округлене		осіб	%	осіб	%	
7	39,2	40	10,2	21	51,5	19	48,5	0,94
8	40,3	40	10,5	21	51,6	19	48,4	0,94
9	40,3	40	10,5	21	51,6	19	48,4	0,94
10	37,2	37	9,7	19	51,3	18	48,7	0,95
11	36,5	36	9,5	18	51,3	18	48,7	0,95
12	33,8	34	8,8	18	51,5	16	48,5	0,94
13	33,8	34	8,8	17	51,4	17	48,6	0,95
14	32,3	32	8,4	16	51,3	16	48,7	0,95
15	30,7	31	8	16	51,5	15	48,5	0,94
16	29,6	30	7,7	15	51,4	15	48,6	0,94
17	30,3	30	7,9	15	51,4	15	48,6	0,95
Загалом	384	384	100	198	51,5	186	48,5	–

Джерело: розраховано автором.

Географія дослідження охоплює 25 територіально-адміністративних одиниць України: 24 області (Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська області), та м. Київ. Не беруть участі в опитування жителі тимчасово окупованих територій АР Крим, Донецької та Луганської областей.

У ході збору первинної інформації за обраною методикою дослідження можна досягти комплексу переваг самостійного дистанційного заповнення анкет респондентами, які за власним бажанням взяли участь в опитуванні:

– отримати переваги збору первинної інформації: цілеспрямованість, конкретність, відповідність методології збору, надійність;

– мінімізувати недоліки польового дослідження: тривалість збору, високі витрати, потреба у висококваліфікованих інтерв'юерах.

Обробка даних передбачає перевірку якості заповнення опитувальних форм, відповідність респондентів встановленим квотним обмеженням. За результатами отримання заповнених анкет необхідно здійснити апостеріорний відбір для коригування вибірки відповідно до встановлених квот.

Висновки. За результатами проведеного дослідження визначено методичний підхід до проведення збору первинної інформації в ході дослідження споживчої поведінки дітей шкільного віку. Проведення подальших досліджень спрямоване на обробку отриманих у ході опитування даних, визначення специфіки споживчої поведінки дітей та розробки відповідних маркетингових стратегій. Застосування запропонованої методи проведення дослідження дозволить суб'єктам господарювання отримати первинні дані для планування маркетингової діяльності в дитячому сегменті.

Запропонований методичний підхід дозволяє досягти комплексу переваг самостійного дистанційного заповнення анкет респондентами, які за власним бажанням взяли участь в опитуванні, а саме: отримати переваги збору первинної інформації: цілеспрямованість, конкретність, відповідність методології збору, надійність; мінімізувати недоліки польового дослідження: тривалість збору, високі витрати, потреба у висококваліфікованих інтерв'юерах. Застосування зазначених методичних підходів дозволить отримати необхідну для суб'єктів господарювання інформацію, яка стане основою для розробки маркетингової стратегії діяльності в дитячому сегменті ринку.

Список використаної літератури

1. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.

2. Коноваленко А.С. Визначення споживчого статусу дитини у маркетингу продуктів харчування. *Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції*: матеріали міжнародного науково-практичного форуму (21–22 червня 2019 р.). Мелітополь: ФОП Однорог Т.В., 2019. Ч. 2. С. 188–190.

3. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа інформаційного забезпечення діяльності підприємств. *Теорія та практика менеджменту*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Т. 33 / відп. ред. проф. Л.М. Черчик. Луцьк, 2016. 257–258 с.

4. Старостіна А.О. Методологія і практика маркетингових досліджень в Україні: дис. … д-ра екон. наук: 08.06.02. Київ, 1999. 375 с.

5. Darya G. Legeza, Thomas A. Brunner, Yukilay K. Kerimova, Tatyana V. Kulish, Anastasia S. Konovalenko. A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering. *Innovative Marketing.* 2019. Vol. 15. Issue 1, pp. 54–65. URL: http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.05

References

1. Oklander, M.A. and Zharska, I.O. (2014). *PovedInka spozhivacha* [Consumer behavior]. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literaturi, 208 p. [in Ukrainian].

2. Konovalenko, A.S. (2019). Determining the consumer status of the child in food marketing. *Suchasni naukovi doslidzhennia na shliakhu do yevrointehratsii: materialy mizhnarodnoho naukovo-praktychnoho forumu* [Modern scientific research on the way to

European integration: materials of the international scientific-practical forum]. Melitopol, pp. 188-190. (In Ukrainian).

3. Kulish, T.V. (2016). Marketing research as a basis for information support of enterprises. *Teoriia ta praktyka menedzhmentu : materialy Mizhnar. nauk.prakt. konf.* [Theory and practice of management: materials International. scientific practice conf]. Lutsk, pp. 257-258. (In Ukrainian).

4. Starostina, A.O. (1999). Methodology and Practice of Marketing Research in Ukraine. *Abstract of Ph.D. dissertation, Entrepreneurship, management, marketing*, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 375 p.

5. Darya G. Legeza, Thomas A. Brunner, Yukilay K. Kerimova, Tatyana V. Kulish, Anastasia S. Konovalenko (2019). A model of consumer buying behavior in relation to eco-intelligent products in catering, *Innovative Marketing*, vol. 15, issue 1, pp. 54-65. Available at: http://dx.doi.org/10.21511/im.15(1).2019.05

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE STUDY OF CONSUMER BEHAVIOR OF SCHOOL-AGE CHILDREN

Anastasiia S. Konovalenko, Tavriya State Agrotechnological University named after D. Motorny, Melitopol (Ukraine).

E-mail: avmvpmailru@gmail.com

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-5

Key words: marketing, marketing research, consumer behavior, consumer, school-age children, marketing subject, questionnaire.

The substantive basis of consumer behavior is the purchase decision-making process and the factors that determine it. The objectives of the study of the model of consumer behavior of school-age children are to determine the factors that influence the decision-making process on the purchase and consumption of food, including external, internal and situational; definition of the motivational field, which determines the behavior of the child as a subject of marketing; study of the peculiarities of the stages of the child's decision-making process on purchase and consumption in the context of their daily activities, determining the causal links of changes in the model of consumer behavior of the child in the process of adulthood, indicating consumer socialization; identifying opportunities and substantiating the hypothesis of the potential for controlled influence by other marketers on consumer behavior in view of ensuring the required level of child safety.

The article considers methodical approaches to the study of consumer behavior of school-age children taking into account the specifics of their consumer socialization and restrictions on the survey of minors. The concept of collecting primary information, structural parts of the questionnaire for interviewing school-age children have been developed. The procedure of the preparatory stage of the survey is indicated, which provides for compliance with the requirements of the basic documents defining the mutual rights and obligations of researchers and respondents; questionnaire testing; determination of a stratified sample, which has the characteristics of the general population of respondents and the characteristics of representativeness; the specifics of checking and selecting questionnaires during the online survey.

The proposed methodological approach allows to achieve a set of advantages of independent remote filling of questionnaires by respondents who voluntarily took part in the survey, namely: to get the benefits of collecting primary information: purposefulness, specificity, compliance with the collection methodology, reliability; minimize the disadvantages of field research: the duration of the collection, high costs, the need for highly qualified interviewers. The application of these methodological approaches will provide the necessary information for businesses, which will be the basis for developing a marketing strategy for children in the market segment.

Одержано 28.08.2020.

УДК 334.012.2(477)
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-6

О.М. ЛЕВЧЕНКО,
доктор економічних наук, професор,
проректор з наукової роботи
Центральноукраїнського національного
технічного університету (м. Кропивницький)

ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ СТИМУЛЮВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЯК ЕЛЕМЕНТА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Метою статті є вивчення тенденцій та визначення шляхів створення більш ефективного та стійкого розвитку сектора малого та середнього підприємництва в Україні. Як методи дослідження обрано статистичну обробку інформації за суб'єктами малого та середнього підприємництва за період 2015–2019 рр., досліджено динаміку кількості зайнятих, обсягів реалізації відповідно до суб'єктів господарювання. Визначено фактори зміни статистичних показників у кількості суб'єктів малого та середнього бізнесу в період 2015–2019 рр. Порівняльний аналіз кількісних показників офіційної статистики країн, представлених Організацією економічного співробітництва, доводить, що внесок в економіку України сектора малих і середніх підприємств (МСП) залишається відносно низьким порівняно з розвинутими країнами та деякими країнами з економіками, що розвиваються. Разом з тим було з'ясовано, що характерною особливістю МСП в Україні є невелика кількість мікро- та малих підприємств і низька зайнятість у секторі малого бізнесу. На основі вивчення думок міжнародних експертів зроблено висновок, що в цей час існує величезний недостатньо використаний потенціал у діяльності українського сектора МСП. Визначено низку сфер, у яких подальше вдосконалення могло б суттєво стимулювати розвиток МСП. А саме: цільова та спеціалізована державна підтримка МСП; розробка програм з інноваційного розвитку, експорту та інвестицій для МСП; національна кампанія з підвищення обізнаності про підприємництво; оптимізація податкової системи для офіційного бізнесу; підтримка заходів щодо розширення спектра альтернативного фінансування МСП. Отже, об'єктом подальших досліджень може стати аналіз можливостей розвитку МСП залежно від галузі функціонування та регіону.

Ключові слова: мале та середнє підприємництво, державне регулювання, зайнятість населення, політика зайнятості, тенденції розвитку.

Вступ. Оскільки сьогодні уряд прагне до ефективної зайнятості, створення робочих місць продовжує залишатися пріоритетним напрямом економічної політики. Важливість вивчення результатів діяльності малого та середнього підприємництва (МСП) обумовлена кількома причинами. По-перше, МСП мають великий вплив як на валовий внутрішній продукт (ВВП), так і на безробіття. По-друге, в сучасних умовах швидких змін у світовій економіці взаємозалежність національних економік (прямий ефект глобалізації) та прогнозоване важке відновлення після світової економічної кризи, викликаної карантинними обмеженнями, визначили, що роль МСП значно зросла, виходячи з їхніх можливостей адаптуватися до викликів мінливого середовища. По-третє, МСП являють собою рамки вільної підприємницької ініціативи та підприємництва, життєво важливі елементи, що визначають конкурентоспроможну економіку. Хоча з різною інтенсивністю (від однієї економіки до іншої, від однієї географічної зони до іншої або від однієї підприємницької культури до іншої) було встановлено, що МСП відіграють важливу роль у процесі сприяння технічному прогресу в суспільстві та інновацій в економічній діяльності [1, с. 7].

З точки зору емпіричної оцінки у більшості досліджень розглядаються результати діяльності МСП на мікроекономічному (організаційному) рівні, що поясню-

© О.М. Левченко, 2020

ється взаємозв'язком результатів діяльності МСП із факторами їх внутрішнього середовища або поєднанням внутрішніх та зовнішніх факторів. Незважаючи на те, що ці дослідження можуть бути корисними для підприємців у їхніх зусиллях знайти найбільш відповідні шляхи підвищення ефективності організації в контексті обмежених ресурсів, вони не допомагають суттєво зрозуміти конкретні механізми та визначальний фактор діяльності сектора МСП у певній країні та врахувати тенденцій в цілому.

Новизна та оригінальність цього дослідження полягає у розгляді результатів діяльності МСП з нової точки зору, з використанням економетричної бази. Більше того, дані, що стосуються різних періодів, забезпечують емпіричну основу для національної економіки щодо розвитку МСП, яка буде більш точно сформульована для конкретних потреб у сфері зайнятості.

Метою дослідження є визначення ролі державного регулювання та формування шляхів створення більш ефективного та стійкого розвитку сектора малого та середнього підприємництва в Україні.

Як методи дослідження обрано статистичну обробку інформації за суб'єктами МСП за період 2015–2019 рр., використання формально-юридичного методу для аналізу змісту правових норм, які регулюють діяльність МСП, методи аналізу динаміки кількості зайнятих, обсягів реалізації в підприємництві залежно від організаційної форми.

Результати дослідження. МСП є життєво важливим для більшості країн світу, особливо для країн, що розвиваються. Світовий банк зазначає, що офіційні МСП забезпечують до 60% загальної зайнятості та приносять до 40% національного доходу (ВВП) в економіках, що розвиваються [1, с. 5].

Теоретичні дослідження ролі малого бізнесу у світовому економічному розвитку були суперечливими та неоднозначними. Раніше стверджувалося, що малі підприємства перешкоджають економічному зростанню, відволікаючи дефіцитні ресурси від своїх більших партнерів. Згодом почало з'являтися все більше досліджень, що свідчать про те, що економічна діяльність перейшла від великих фірм до малих, переважно молодих [9]. Більшість сучасних вчених погоджуються, що малий бізнес є двигуном економічного розвитку країн [10]. Однією з головних переваг малого бізнесу є його здатність швидко реагувати на економічний тиск та задовольняти потреби місцевих громад.

На сьогодні не існує загальновизнаного визначення МСП. Наприклад, згідно з даними Міжнародної організації праці побутує понад 50 дефініцій МСП у 75 країнах із значною неоднозначністю у використанні термінології [1]. Відсутність універсального визначення МСП є головною проблемою в аналізі даних МСП між країнами. Одна з перших спроб визначити МСП була у звіті Болтона 1971 р. [11], який пропонував використовувати два підходи до визначення МСП: кількісний та якісний. Незважаючи на те, що це найпоширеніший критерій при визначенні, кількість працюючих має багато відмінностей в еквівалентних джерелах статистичних даних звітності МСП. У переважній кількості джерел зазначено, що МСП мають діапазон від 0 до 250 працівників [11]. Серед усіх визначень МСП визначення Європейського Союзу найчастіше використовується в дослідженнях цієї сфери діяльності. Європейська комісія формулює такі критерії для визначення малого підприємства: кількість працівників, річний оборот та річний баланс (Європейська комісія, 2005).

З 2012 р. у Господарському Кодексі України (стаття 55) визначення мікро-, малого та середнього підприємництва наведено у повній відповідності до норм ЄС [2]. Також згідно з ч. 2 ст. 2 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» встановлено критерії для класифікації підприємств за їх величиною – мікро-, малі, середні та великі – для цілей складання фінансової звітності.

Порівняльні характеристики визначення мікро-, малих, середніх підприємств наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Критерії визначення розміру МСП

Країна	Тип	Критерії
ЄС	Середні підприємства	<250 працівників та річний оборот ≤50 млн євро або загальний баланс <43 млн євро
	Малі підприємства	<50 працівників та річний оборот ≤10 млн євро або загальний баланс <10 млн євро
	Мікропідприємства	<10 працівників та річний оборот ≤2 млн євро або загальний баланс <2 млн євро
Україна	Середні підприємства	<250 працівників, чистий доход від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) <40 млн євро, балансова вартість активів < 20 млн євро
	Малі підприємства	<50 працівників, чистий доход від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) <8 млн євро, балансова вартість активів <4 млн євро
	Мікропідприємства	<10 працівників, чистий доход від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) <700 тис. євро, балансова вартість активів <350 тис. євро

Відповідно до «EU Recommendation 2003/361» однією з основних цілей Рекомендацій МСП є забезпечення державною політикою країн ЄС надання заходів підтримки тим суб'єктам, які насправді її потребують. А отже, дефініція МСП у ЄС застосовується до всіх програм та заходів, які розробляє та застосовує Європейська Комісія і, відповідно, національні структури кожної країни [3].

Також необхідно зазначити, що EU Recommendation 2003/361 у розділі «Definition of micro, small and medium-sized enterprises adopted by the Commission» в ст. 1 «Підприємство», визначено: «Підприємством вважається будь-який суб'єкт господарювання, який здійснює господарську діяльність, незалежно від його юридичної форми. Сюди входять, зокрема, самозайняті особи та сімейні підприємства, які займаються ремеслом чи іншою діяльністю, а також товариства або асоціації, що регулярно займаються економічною діяльністю». Таким чином, «підприємством» у ЄС та багатьох інших міжнародних організаціях є «будь-який економічний суб'єкт, який здійснює економічну діяльність», а отже, дефініція підприємства передає лише сутність діяльності, та не звертає увагу на організаційно-правову форму [1; 3].

У 2013 р. Європейським парламентом та Радою ЄС прийнято Директиву про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язану звітність певних типів підприємств 2013/34/ЄС, яка встановила нові умови складання, подання та оприлюднення фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності, а також новий порядок визнання та оцінки певних видів активів та зобов'язань, доходів та витрат [4].

Спираючись на результати оцінки SBA за 2016 р., Кабінет Міністрів України у травні 2017 р. прийняв Стратегію розвитку МСП до 2020 р., а потім план дій щодо реалізації Стратегії розвитку МСП на період до 2020 р. Міністерство з розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства (МДЕТА) відповідає за реалізацію Стратегії, тоді як Бюро розвитку МСП (SMEDO) та Координаційна рада були створені з метою сприяння координації політики. Щоб забезпечити належне впровадження Стратегії розвитку МСП, МДЕТА звернулася за підтримкою до OECD щодо зміцнення свого інституційного та моніторингового потенціалу [5].

Цей стратегічний напрям передбачає дії щодо поліпшення доступу МСП до фінансування, в тому числі шляхом посилення фінансування комерційними банками та небанківськими установами, заохочення використання векселів та запровадження механізму факторингу. Український фінансовий сектор обтяжений великою кількістю непрацюючих позик, а також безгосподарним управлінням основними державними банками та слабким фінансовим становищем Фонду гарантування вкладів. Однак висока вартість фінансування обмежує можливість запозичення, зокрема для довгострокових інвестицій [10].

Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD) повідомляє, що понад 95% підприємств у регіоні OECD є МСП. Ці підприємства становлять майже 60% зайнятості в приватному секторі, роблять великий внесок в інновації та підтримують регіональний розвиток та соціальну згуртованість.

Основною відмінністю незалежних підприємств від підприємств, що належать до групи підприємств, є спосіб прийняття рішень, зокрема при вирішенні стратегічних питань. Тому сукупність підприємств можна поділити на три групи:

1. Підприємства, де керівник також є власником або членом сім'ї власників і вирішує коротко- та довгострокові питання в інтересах свого підприємства.

2. Малі та середні підприємства, де керівник приймає короткострокові стратегічні рішення та готує довготермінові рішення для обговорення з радою власників. Якщо рада власників складається з приватних інвесторів, вони приймають рішення у своїх інтересах, що, як правило, полягає у максимізації їхнього прибутку, а отже, і прибутку підприємства.

3. Такі сімейні підприємства можуть також мати іноземних менеджерів зверху, однак принаймні один член сім'ї власника повинен брати активну участь у вищому управлінні.

Оскільки МСП обмежене певним розміром, легко отримати загальний огляд. Таким чином, можна припустити, що власники підприємств типу 2 певного розміру добре поінформовані про внутрішню частину свого підприємства, а проблема головного агента невелика. На відміну від цього, власники великих підприємств не мають настільки хороших знань про своє підприємство і, отже, мають у своїх рішеннях більше покладатися на інформацію керівництва. Більше того, частки приватних осіб стають порівняно меншими, чим більшим є підприємство. Вага рішення кожного власника стає меншою, і тому стимул таких власників бути поінформованими про своє підприємство зменшується.

В Україні у 2019 р. частка МСП, що працюють у бізнес-секторі, включаючи мікропідприємства, становила 99,8%. Мікропідприємства представляли 95,3% усіх суб'єктів господарювання, малі підприємства – 3,8, середні – 0,7%, великі – 0,2%. МСП становили 64,6% від загальної зайнятості бізнесу в Україні та генерували 52,8% доданої вартості в бізнес-секторі.

Зміну кількості суб'єктів малого та великого бізнесу за 2015–2019 рр. наведено в табл. 2 [8].

Таблиця 2

Кількість суб'єктів малого та великого бізнесу за 2015–2019 рр.

Суб'єкт	2015	2016	2017	2018	2019
МСП	423	383	399	446	518
Великий бізнес	1973895	1865147	1804660	1839147	1941107

Частку зайнятих відповідно до суб'єктів господарювання наведено на рис. 1, на рис. 2 проаналізовано темпи приросту кількості зайнятих за 2015–2019 рр.

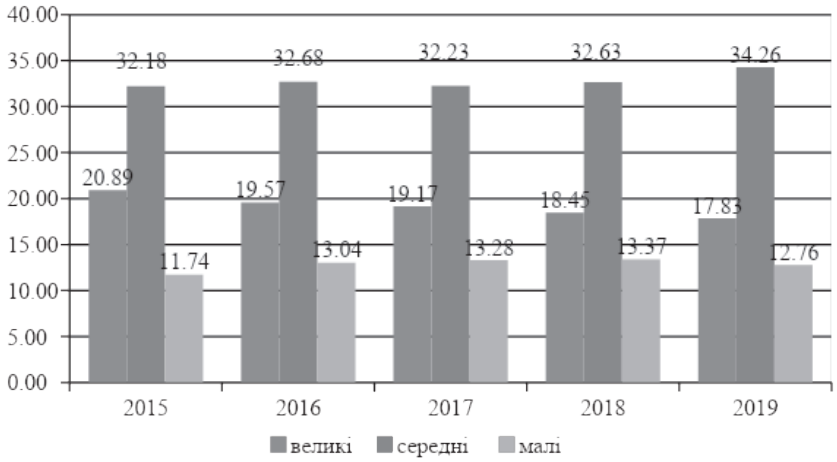

Рис. 1. Частка зайнятих у бізнесі за 2015–2019 рр., %

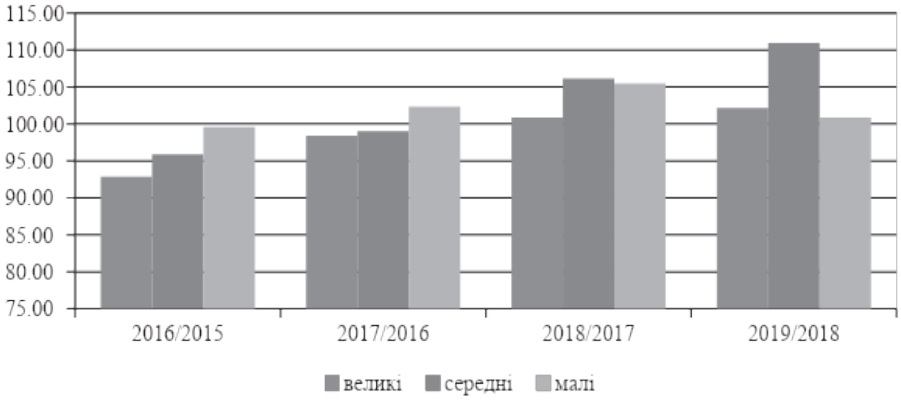

Рис. 2. Темпи приросту кількості зайнятих, %

Загальна кількість створених робочих місць у 2015 р. у середньому бізнесі становила 32,18%, великому бізнесі – 20,89%, частка робочих місць, створених малими підприємствами, склала 11,74% від загальної кількості зайнятих у МСП. Протягом проаналізованого періоду спостерігається зростання частки зайнятих у великих підприємствах. Так, у 2019 р. вона склала 34,26% зменшення зайнятих у сфері середнього бізнесу (на 2019 р. – 17,83%), стосовно малого бізнесу, то 2018 р. спостерігалося зростання частки до 13,37%, а вже у 2019 р. – зменшення до 12,76% [8]. Ці зміни пов'язані з воєнним конфліктом, якісною реформою податкового законодавства в Україні, переглядом спрощеної системи оподаткування та звітності, з введенням ЄСВ суми єдиного податку та встановленням необхідності для усіх ФОП сплачувати ЄСВ окремо до єдиного податку.

Отже, соціально-економічне значення МСП полягає у створенні робочих місць в Україні, а отже, потребує підтримки з боку держави.

На рис. 3 наведено обсяги реалізації за видами суб'єктів господарювання. Аналіз показав, що середні та малі підприємства, порівняно з великим бізнесом, забезпечують більший обсяг реалізації, на 50–60%. Так, у 2019 р. обсяги реалізації великого бізнесу склали 140 млрд дол., середнього бізнесу – 160 та малого бізнесу – 45 млрд дол. [8].

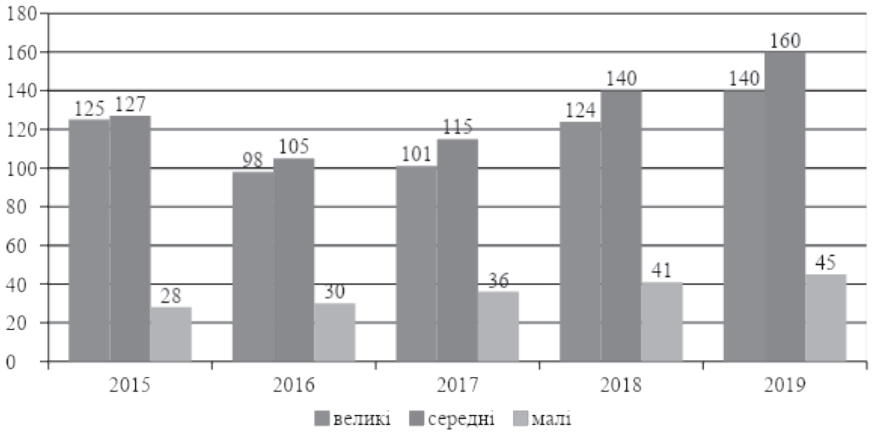

Рис. 3. Обсяг реалізації за видами суб'єктів господарювання, млрд дол.

Отже, обсяги реалізації МСП в Україні приблизно однакові з обсягами реалізації великого бізнесу.

Слід зазначити, що в Україні за останні роки відбулися суттєві покращання в низці аспектів рамкових умов, що впливають на розвиток МСП. Сюди входить збільшення відкритості для торгівлі з моменту початку реалізації Угоди про асоціацію України та ЄС, запровадження значних програм для розвитку конкуренції та приватизації, значне зменшення адміністративного та регуляторного навантаження на бізнес та запровадження державної антикорупційної ініціативи. Наприклад, час, необхідний для започаткування бізнесу, був зведений до часу провідних країн світу.

Важливо продовжувати розробляти програми реформ у цих сферах та забезпечувати їх ефективне впровадження на місцях. Міжнародні експерти сходяться на думці, що в Україні існує величезний недостатньо використаний потенціал МСП та підприємницької діяльності загалом. Про це свідчать суттєві слабкі сторони щодо інших розвинутих країн та країн, що розвиваються, щодо кількості МСП на душу населення, рівня зайнятості в малому бізнесі, рівня відкриття нових підприємств та рівня інвестицій та інновацій з боку МСП. Подолання цих недоліків матиме значний вплив щодо розвитку української економіки, що стосується формування нових робочих місць та створення доходів, збільшення інвестицій, конкуренції та продуктивності праці та диверсифікації економічної бази від її поточної залежності від товарного експорту [5; 6].

Одним із завдань, яке потрібно вирішити, є залежність багатьох українських домогосподарств від великого неформального сектора. Великий масштаб неформальності відображає низку інституційних слабкостей, і зменшення масштабів неформальної економіки зумовлюватиме застосування не лише систематичного підходу до управління, але й заходів щодо усунення його причин.

В Україні ефективність інноваційної діяльності МСП, що вимірюється коефіцієнтом інновацій продукту / процесу та швидкістю маркетингових / організаційних інновацій, а також новизна продукції та послуг, що надаються українськими підприємствами своїм споживачам, також порівняно низька. Поліпшення інноваційної діяльності МСП є одним з найважливіших пріоритетів поточної політики України, що є вирішальним для майбутньої конкурентоспроможності. Розвиток більш значного сектора високих темпів зростання в Україні є ще одним ключовим пріоритетом політики. Уряд має посилити роботу, спрямовану на усунення існуючих циклічних обмежень та структурних бар'єрів.

Для вирішення вищезазначених завдань пропонуються такі ключові рекомендації щодо політики розвитку сектора:

– збільшити кількість МСП та їхню зайнятість, комбінуючи великі заходи, спрямовані на підвищення рівня підприємництва серед населення та більш цілеспрямовану та спеціалізовану підтримку підприємців, орієнтованих на зростання;

– сприяти зростанню виробничих МСП, серед іншого посилюючи увагу до інноваційних, експортних та інвестиційних програмах МСП та встановлюючи цілі для участі виробничих МСП у цих програмах;

– сприяти позитивному ставленню до підприємництва шляхом проведення національних кампаній для підвищення обізнаності про підприємництво за участю засобів масової інформації та всебічній інтеграції навчання підприємницькій діяльності у всій освітній системі;

– сприяти перенесенню ділової діяльності з неформальної в офіційну економіку шляхом усунення непотрібних бар'єрів для офіційного підприємництва в системі оподаткування;

– вживати заходів, що дозволяють МСП отримати доступ до більш широкого кола фінансових інструментів, а також сприяють формуванню та розвитку цивілізованих приватних ринків капіталу та колективних інвестицій.

Висновок. Таким чином, повернення у 2019 р. МСП на позиції 2010 р. в обсягах реалізації та зменшення інтенсивності змін, порівняно із середнім бізнесом, який не повернувся ще на рівень 2010 р., вимагає використання для подальшого розвитку всіх можливих інструментів державної підтримки для конкурентної боротьбі, наявність конкуренції серед відповідних груп суб'єктів підприємницької діяльності є міжвидовою конкуренцією. Вибір інструментів конкурентної позиції має зводитися до впровадження фіскалізації для боротьби з тіньовою економікою. Існуючі зони між складовими підприємницького сектора «малий – середній» та «середній – великий» в межах державної політики мають чи можуть мати потенційно проблемні питання регулятивної складової цієї політики, а отже, необхідно посилювати концентрацію цієї політики на специфічних ознаках та об'єктах відповідних зон та впроваджувати регуляцію на всі сектори, зменшувати ризик невдоволення. Ключовим інструментом у покращанні бізнес-клімату має стати метод дерегуляції, тобто відмови від надмірного державного регулювання, а показником успішності цього інструменту – розрахунок зменшення витрат МСП відповідно до виконаних регулювань. Також слід зазначити, що можна виділити кілька напрямів, у яких подальше вдосконалення може суттєво стимулювати розвиток МСП. Вони включають в себе відкриття економіки для більш активної діяльності приватного сектора шляхом подальшого зменшення державного контролю, сприяння надходженню прямих іноземних інвестицій (ПІІ), зміцнення професійних та підприємницьких навичок, збільшення інвестицій у дослідження та розвиток, комерціалізацію державних досліджень, зміцнення верховенства права, включаючи захист власності підприємців та права зовнішніх інвесторів у МСП, збільшення банківського кредитування МСП. Подальші зусилля мають бути спрямовані на реалізацію комплексу заходів щодо цільової та спеціалізованої державної підтримки МСП, орієнтованих на зростання; посилення уваги до програм інновацій, експорту та інвестицій для виробничих МСП; національну кампанію з підвищення обізнаності про підприємництво; усунення бар'єрів для формального підприємництва за допомогою оптимізації податків; покращання доступу МСП до фінансування шляхом розширення кола фінансових інструментів.

Список використаної літератури

1. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (Text with EEA relevance) (notified under document number C(2003) 1422). *Official Journal of the European Union*. 124. 20/05/2003. P. 0036–0041.

2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text

3. European Commission – User guide to the SME Definition. European Union, 2020. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/conferences/state-aid/sme/smedefinitionguide_en.pdf

4. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (щодо удосконалення деяких положень)». URL: https://ips.ligazakon.net/document/gh1x268a?an=4

5. SBS Expert Meeting «Towards better Structural Business and SME Statistics», OECD, Statistics Directorate, 3–4 November 2005.

6. The Mediterranean Middle East and North Africa 2018. Interim Assessment of Key SME Reforms / OECD, European Union and European Training Foundation. 2018. 168 p.

7. Statistical criteria for the classification of large, medium, and small micro-enterprises (2017) [CN], NBC, 1st March 2018, viewed 13th June 2019. URL: http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201801/t20180103_1569357.html

8. Державна служба статистики України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

9. Audretsch, David & Thurik, Roy. A model of the entrepreneurial economy. International Journal of Entrepreneurship Education. 2004. URL: https://personal.eur.nl/thurik/Research/Articles/A%20Model%20of%20the%20Entrepreneurial%20Economy.pdf

10.Ratten V. Future Research Directions for Collective Entrepreneurship in DevelopingCountries: A Small and Medium-Sized Enterprise Perspective. I*nternational Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 2014. 22(2). P. 266–274.

11.Carter S. and Jones-Evans D. Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy. 2nd ed. Harlow: Pearson Education, 2006.

References

1. *Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises* (Text with EEA relevance) (notified under document number C(2003) 1422). *Official Journal of the European Union,* 124, 20/05/2003, pp. 0036-0041.

2. *Gospodars'kyj kodeks Ukrai'ny vid 16.01.2003 No 436-IV* [Economic Code of Ukraine of 16.01.2003 No 436-IV]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text

3. *European Commission - User guide to the SME Definition*. European Union-2020. Print ISBN 978-92-79-69909-2. Available at: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/conferences/state-aid/sme/smedefini-tionguide_en.pdf.

4. *Pojasnjuval'na zapyska do proektu Zakonu Ukrai'ny «Pro vnesennja zmin do Zakonu Ukrai'ny "Pro buhgalters'kyj oblik ta finansovu zvitnist' v Ukrai'ni" (shhodo udoskonalennja dejakyh polozhen')* [Explanatory note to the draft Law of Ukraine "On Amendments to the Law of Ukraine" On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" (to improve some provisions)"]. Available at: https://ips.ligazakon.net/document/gh1x268a?an=4

5. *SBS Expert Meeting "Towards better Structural Business and SME Statistics",* OECD, Statistics Directorate, 3-4 November, 2005.

6. *The Mediterranean Middle East and North Africa 2018*. Interim Assessment of Key SME Reforms. OECD, European Union and European Training Foundation, 2018, 168 p.

7. *Statistical criteria for the classification of large, medium, and small micro-enterprises* (2017) [CN], NBC, 1st March 2018, viewed 13th June 2019 http://www.stats.gov.cn/tjsj/tjbz/201801/t20180103_1569357.html

8. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny* [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/

9. Audretsch, David & Thurik, Roy. (2004). A model of the entrepreneurial economy. International Journal of Entrepreneurship Education. 2004. Available at: https://personal.eur.nl/thurik/Research/Articles/A%20Model%20of%20the%20Entrepreneurial%20Economy.pdf.

10.Ratten, V. Future Research Directions for Collective Entrepreneurship in DevelopingCountries: A Small and Medium-Sized Enterprise Perspective. International Journal ofEntrepreneurship and Small Business, 2014, 22(2), 266-274.

11.Carter S. and Jones-Evans D. Enterprise and Small Business: Principles, Practice andPolicy. 2nd ed. Harlow: Pearson Education, 2006.

FORMATION OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS DEVELOPMENT POLICY IN UKRAINE AS AN ELEMENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

O. Levchenko, Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi (Ukraine).

E-mail: om_levchenko@ukr.net

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-6

Key words: entrepreneurship, small and medium business, state regulation, employment, employment policy, development trends.

The purpose of this article is to study trends and identify ways to create a more efficient and sustainable development of the small and medium business sector in Ukraine. The statistical processing of information on small and medium enterprises for the period 2015–2019 was chosen as research methods, the dynamics of the number of employees, sales volumes in accordance with business entities were studied. Determinants of changes in statistical indicators in the number of small and medium-sized businesses in the period 2015–2019. A comparative analysis of quantitative indicators of official statistics of countries presented by the Organization for Economic Cooperation shows that the contribution to the economy of small and medium enterprises (SMEs) remains relatively low compared to developed countries and some countries with developing economies. At the same time, it was found that a characteristic feature of SMEs in Ukraine is the small number of micro and small enterprises and low employment in the small business sector. Based on the study of the opinions of international experts, it was concluded that there is currently a huge underutilized potential in the activities of the Ukrainian SME sector. A number of areas have been identified in which further improvement could significantly stimulate the development of SMEs. Namely: targeted and specialized state support for SMEs; development of programs for innovative development, export and investment for SMEs; national campaign to raise awareness of entrepreneurship; optimization of the tax system for official business; support for measures to expand the range of alternative financing for SMEs. Therefore, the object of further research may be the analysis of SME development opportunities depending on the field of operation and the region.

Одержано 3.09.2020.

УДК 339.727.22(477)
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-7

E.M. LYMONOVA,
PhD, Associate Professor
Alfred Nobel University, Dnipro

A.S. MAHDICH,
PhD, Associate Professor
Alfred Nobel University, Dnipro

INNOVATION DEVELOPMENT AND INVESTMENTS IN UKRAINE

In current research, we have highlighted issues of the link between recently elaborated Bill on improvement of regulatory environment for investments and innovations in Ukraine. The aim of current paper is to identify weak areas of the development of Ukraine which can affect innovative development.

Key words: innovations, R&D, investments, regulatory environment, economic development.

Інновації стали дуже важливим фактором технологічного лідерства, економічного розвитку та конкурентоспроможності як на національному, так і на регіональному рівні. Впровадження інновацій приводить до нового або вдосконаленого продукту. Підприємства, що впроваджують інновації, мають більший обсяг виробництва та доходу. Перехід до ринкової економіки порушив питання важливості інновацій та розвитку інноваційного потенціалу країни. Україна все ще значно відстає від багатьох країн світу з точки зору інноваційного розвитку. Тому важливо визначити сфери, які можуть сприяти інноваційному розвитку країни.

У запропонованих дослідженнях проаналізовано проблеми зв'язку між нещодавно розробленим законопроектом про вдосконалення регуляторного середовища для інвестицій та інновацій в Україні. Метою статті є виявлення слабких сфер розвитку України, які можуть негативно впливати на інноваційний розвиток.

Інноваційний розвиток України аналізується з точки зору кількох міжнародних рейтингів, виявляються основні сектори інвестицій як важливий фактор інновацій, а також оцінюються нещодавно здійснені кроки щодо вдосконалення регуляторного середовища для інвестицій.

Нове, вдосконалене регуляторне середовище сприятиме формуванню кращого інвестиційного клімату, збільшить приплив інвестицій, поліпшить географію інвестицій, що, у свою чергу, сприятиме економічному зростанню завдяки розвитку ринку праці, вищій ринковій конкуренції та кращій співпраці між зацікавленими сторонами та урядом. Однак слід зазначити, що згідно з новим законопроектом досі не існує взаємозв'язку між новими інвестиційними можливостями та інноваціями. Неясно, як розподілятимуться інвестиції між галузями та чи буде продовжуватися тенденція інвестування у вже розвинуті галузі, чи інвестори намагатимуться знайти інші ніші для інвестування, включаючи НДДКР. Для посилення та сприяння інноваційному розвитку життєво важливо також розробити Закон про заохочення інвестувати у пріоритетні галузі досліджень та розробок. Важливо вказати пріоритетні напрями НДДКР, визначити цільові регіони для інвестицій у НДДКР та зазначити, що інвестиції у сектор НДДКР будуть супроводжуватися економічними вигодами.

Ключові слова: інновації, НДДКР, інвестиції, регуляторне середовище, економічний розвиток.

Problem statement in general and its connection with important scientific or practical tasks. Innovations have become a very important factor of technological leadership and economic development and competitiveness at both national and regional, enterprise levels. Innovations introduction results in a new or improved product. Thus, enterprises that implement innovations have a higher level of production and income. The

© E.M. Lymonova, A.S. Mahdich, 2020

transition to a market economy has raised the importance of innovation and the development of innovation potential of the country. Ukraine is still considerably lagging from many countries of the world in terms of innovation development. Thus, it is important to identify areas which can contribute to innovation development of the country.

Literature review on the factors of innovation development. As innovations are proved already by broad literature to be an important factor of economic development of the countries, we have reviewed literature on the factors which contribute to innovation development internationally and in Ukraine in particular. When researching determinants and priority factors of innovation for the development of nations A. Barrichello et al [1] have concluded that quality of scientific research institutions and patent cooperation treaty (PCT) patent applications should be equally prioritized for the countries' development. I. Yulenkova [18] has highlighted that for regional innovation development it is important to develop favorable law and financial environment. A. Stavytskyy et al [9] have indicated that for innovative development it is also important to develop cooperation between higher education institutions, scientific institutions, business representatives and state bodies.

A. Kniazevych et al [4] have emphasized that one of the major factors which directly influences the dynamics and pace of the innovation development in Ukraine, is innovation infrastructure. When analyzing innovation capacity of Ukraine, A. Rusnak et al [7] have concluded that innovative capacity of Ukraine is low. Human capital, education and science are assessed as relatively high. However, traditionally low ranks have political stability, regulatory environment and institutional factors.

Significant role for innovation development according to literature play investments. Developed funding and investments programs are significant factors of innovation development. Without a well funding, it is not possible for technology transfer to contribute to economic development. When conducting an empirical analysis of innovation and economic growth in CEE countries, A. Pece [6] has found out that there is positive relation between economic growth and innovations. Foreign direct investments have a main impact on economic growth through knowledge transfer and improvement of technological processes.

V. F. Dalla Corte et al [2] have emphasized that investment in research and development significantly increases the likelihood that a company innovates. At the time, according to the authors, the influence of the firm size and time in the market was not confirmed. Even small and new companies have the potential to innovate, especially when investing in R&D. Thus, investing in R&D can contribute to innovation processes.

N. Germanjuk [3] has researched the relationship between innovations and investments and concluded that there is a deficit of state support in the investment and innovation sector in Ukraine, as well as difficulties in attracting finance. The latter author relates to the high political instability, the lack of favorable legislative environment, low compensation for the work of inventors. However, as mentioned by the author, there is tendency to increase venture companies, providing investment in local funds. Author has emphasized that innovation development in Ukraine can be enhanced by creating incentives for attracting investment, investing in human capital, raising wages for researchers; growth of inflow of foreign investments; providing tangible state support to enterprises and more favorable credit terms for them, ensuring transparency of legislation.

Previously unsolved parts of the general problem to which the article is devoted. In current research, we have highlighted issues of the link between recently elaborated Bill on improvement of regulatory environment for investments and innovations in Ukraine**.**

Aim of the paper. The aim of current paper is to identify weak areas of the development of Ukraine which can affect innovative development.

Main material of the research. In current paper, we have considered Ukraine and its innovation development in terms of several international rankings, indicated main sectors for investments as important factor of innovations, as well as indicated recently implemented steps to improve regulatory environment for investments.

Ukraine in international ratings. According to the Doing Business 2019 ranking, Ukraine rose by +5 points and ranked 71 among 190 countries [17]. The country showed the largest

growth in such categories as *taxation* (growth by 110 positions, 54th rank), *international trade* (+70 positions, 78th rank) and *investor protection* (+56 positions, 72nd rank).

It should be noted that the rating agency Moody's Investors Service upgraded the sovereign rating of Ukraine. It changed from Caa2 to Caa1, which means a change in the prognosis from "positive" to "stable" [5].

On April 12, 2019, Standard & Poor's reaffirmed Ukraine's long-term and short-term sovereign credit rating in foreign and national currencies at B / B. The forecast is stable [8].

Ukraine ranked 83rd out of 140 in the Global Competitiveness Index [15]. In the ranking of 140 countries Ukraine ranks 110th in terms of *state institutions*, 57th in terms of *infrastructure development*, 77th in terms of *adaptation of modern technologies*, as well as *macroeconomic stability* –131st, *healthcare* – 94th, *education* – 46th, *goods market* – 73rd, *labor market* – 66th, *financial system* – 117th, *market size* – 47th, *business dynamics* – 86th, *ability to innovate* – 58th.

According to the Global Innovation Index 2020 [16], Ukraine ranked 45th out of 131 countries involved in the analysis. Among seven pillar of innovation development Ukraine has better values on the *business sophistication (54)*, *human capital and research (39), knowledge and technology outputs (25)* and *creative outputs (44)*. Significantly lower rank Ukraine received on *institutions (93)*, *infrastructure (94)* and *market sophistication (99).*

If considering in more detail subindicators, Ukraine ranked 123 in terms of *political and operational stability*, 93 on *government efficiency*, 109 on rule of law, 117 on *ease of resolving insolvency* (*institutions* pillar), 121 on *investment*, *88 on indicator of domestic credit to private sector*. It should be noted that Ukraine also has low rank on important indicator of the level of development of online services, in particular, the country ranked 93 on indicator of *government's online service.*

Thus, based on above mentioned results of international rankings, the main factors which can constrain innovation development in Ukraine are low development of political and business environment, as well as credit-investment issues. It should be noted that these issues are very closely related with poor regulatory environment in the country, especially regarding investments. Thus, it is important to create favorable local and national conditions for attracting investments which in turn can promote innovation development.

Investment activity in Ukraine. According to the State Statistics Service of Ukraine, the inflow of direct investment in Ukraine in January–June 2019 amounted 1259.5 million US dollars [10]. The volume of foreign direct investment to the economy of Ukraine as of July 1, 2019 amounted USD 33,724.4 million USA dollars [10]. In the first half of 2019, the increase in foreign investment to the economy of Ukraine amounted 839.6 million US dollars [10]. It should be noted that investments are directed to already developed economic sectors. As of July 1, 2019, the most significant amounts of direct investment revenues were directed to industrial enterprises – 33.3% and institutions and organizations engaged in wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles – 16.6% [10].

The main investor countries are Cyprus – 29.4%, the Netherlands – 22.0%, the United Kingdom – 6.1%, Germany – 5.2%, Switzerland – 4.9%, Austria – 3.4% and the Virgin Islands. Islands (Brit.) – 3.1%.

Law developments in the field of investments of Ukraine. It should be noted that some steps to develop better investment climate in Ukraine were carried out several years ago. In particular, in order to simplify the procedure for attracting foreign investment and prevent corruption on May, 31, 2016 was adopted the Law of Ukraine № 1390-VIII "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine to abolish the obligation of state registration of foreign investment" [11].

On May 23, 2017, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted the Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning the Elimination of Barriers to Attracting Foreign Investments" [12]. The law regulates the basic aspects of obtaining a work permit for foreigners and a temporary residence permit which simplifies the involvement of foreign managers and foreign skilled workers which is necessary in the early stages of development of a subsidiary in Ukraine. Also, the Law gives the right to obtain a temporary residence permit in Ukraine to foreign investors who have a significant share in Ukrainian enterprises, but are not employed at the enterprise.

On May 25, there was signed an Agreement on Investment Promotion and Protection between Ukraine and the OPEC International Development Fund [13]. The agreement provides favorable regime for investment management.

Recently, there has been implemented another important step towards better investment climate in Ukraine. On July, 1, 2020 there has been developed Bill № 3760 "On state support of investment projects with significant investments" [14], under which so called "Investment Nanny" program will be introduced. According to the Bill investors will be able to invest in more beneficial conditions. The Bill is about support for Ukrainian and foreign investors, whose investments exceed 30 million euros and who create more than 150 jobs with an average salary 15% higher than in the region where such an investment will be made. These investors will receive a direct agreement with the government. In addition, these investors will receive an investment manager (investment nanny) who will accompany them from the beginning of the project up to its completion. Investors will also receive up to 30% of the value of investments with different incentives, for example, with fiscal incentives. In addition, investors will receive a ten-year perspective and a guarantee of stability.

New, improved regulatory environment will contribute to more favorable investment climate, will increase investments inflow, geography of investments which in turn will enhance economic growth due to job market development, higher market competition and better cooperation between stakeholders and government. However, it should be noted that according to the new Bill there is still no relationship between new investment opportunities and innovations. It is not clear how investments will be distributed among the industries and whether tendency to invest in already developed industries will be continued or investors will try to find other niches to invest, including R&D. In order to enhance and promote innovation development it is vital to elaborate also the Law on incentives to invest in prioritized R&D areas. It is important to indicate priority areas of R&D, identify target regions for R&D investments and indicate that investments in R&D sector will be accompanied by economic benefits.

When considering investment opportunities in the country in the area of innovations, an investor considers first of all the following factors: economic and political stability; law regulation; labor force skills; intellectual property system; market size; market growth; network, electricity infrastructure; real estate market; air transport facilities; cost of labor force. However, not all these factors are equally important. Economic and political stability as well as law regulation are still most important.

In the Fig. 1 below we have presented the links between regulatory environment and economic growth.

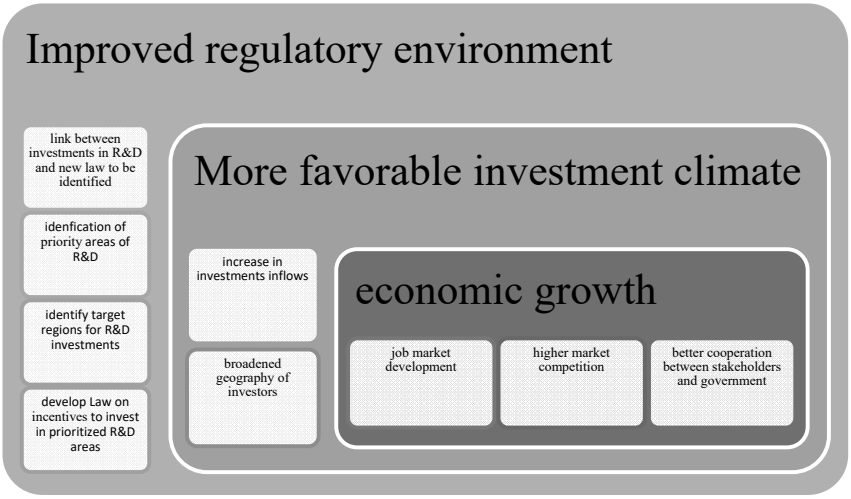

Fig. 1. The outcomes of improved regulatory environment
Source: own compilation

Conclusions. Current paper aimed to identify weak areas of the development of Ukraine which can affect innovative development. We have identified that based international rankings Ukraine still needs better regulatory environment. Recently new Bill has been developed, however, there is still no relationship between new investment opportunities and innovations. Thus, new Laws should be developed to indicate incentives to invest in prioritized R&D areas. Fruitful area to further research is regulatory environment of other countries which can help to identify good examples of the improving of investment climate and innovation development at the same time.

Bibliography

1. Barrichello A., Santos E.G. dos, Morano R.S. Determinant and priority factors of innovation for the development of nations. *Innovation & Management Review.* 2020. № 3 (17). P. 307–320.

2. Dalla Corte V.F., Dabdab Waquil P., Stiegert K. Wheat Industry: Which Factors Influence Innovation? *Journal of technology management & innovation*. 2015. № 3 (10). P. 11–17.

3. Germanjuk N. Investments in the development of innovative management in the company. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. № 4 (4). P. 87–92.

4. Kniazevych A. innovation infrastructure of ukraine: assessment of the effectiveness of the action and ways of improvement. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. № 1 (4). P. 208–218.

5. Moodys Moodys upgrades Ukraine's ratings to B3. URL: http://www.moodys.com:18000/research/Moodys-upgrades-Ukraines-ratings-to-B3-stable-outlook--PR_425857 (access date: 15.12.2020).

6. Pece A.M., Simona O.E.O., Salisteanu F. Innovation and Economic Growth: An Empirical Analysis for CEE Countries. *Procedia Economics and Finance.* 2015. № 26. P. 461–467.

7. Rusnak A., Prokhorchuk S., Private Higher Educational Institution "International University of Business and Law", Ukraine innovative capacity of Ukraine's economy in the international context. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. № 3 (4). P. 264–270.

8. S&P Global Ukraine «B/B» Ratings Affirmed; Outlook Stable. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/S%26P%20-%20Update_Ukraine_Sep-11-2020.PDF

9. Stavytskyy A. Testing the fruitfulness of the institutional environment for the development of innovative-entrepreneurial universities in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2019. № 4 (17). P. 274–288.

10. Ukrstat Direct investments (share capital). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/nadh_pi/arh_nadh_pi_u.html (access date: 15.12.2020).

11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування обов'язковості державної реєстрації іноземних інвестицій: Закон України. *Відомості Верховної Ради*. 2016. № 28. Ст. 531. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/1390-19 (access date 15.12.2020).

12. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо усунення бар'єрів для залучення іноземних інвестицій. *Відомості Верховної Ради.* 2017. № 30. Ст. 323. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2058-19 (access date: 15.12.2020).

13. Угода про заохочення та захист інвестицій між Україною та Фондом міжнародного розвитку ОПЕК. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/893_001-17 (access date: 15.12.2020).

14. Проект Закону про державну підтримку інвестиційних проектів зі значними інвестиціями. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69308 (access date: 15.12.2020).

15. WEF Global Competitiveness Index 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

16. WIPO Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2020/index.html (access date: 15.12.2020).

17. World Bank Doing Business 2019. URL: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf

18. Yulenkova I.B. Factors in Innovative Development of a Region. *Regionology*. 2019. № 4 (27). P. 661–677.

References

1. Barrichello, A., Santos, E.G. dos, Morano, R.S. (2020). Determinant and priority factors of innovation for the development of nations. *Innovation & Management Review.* No. 3 (17), pp. 307-320.

2. Dalla Corte, V. F., Dabdab Waquil, P., Stiegert, K. (2015). Wheat Industry: Which Factors Influence Innovation? *Journal of technology management & innovation.* No. 3 (10), pp. 11-17.

3. Germanjuk, N. (2018). Investments in the development of innovative management in the company. *Baltic Journal of Economic Studies.* No. 4 (4), pp. 87-92.

4. Kniazevych, A. (2018). Innovation infrastructure of Ukraine: assessment of the effectiveness of the action and ways of improvement. *Baltic Journal of Economic Studies.* No. 1 (4), pp. 208-218.

5. MoodysMoodys upgrades Ukraine's ratings to B3. Available at: http://www.moodys.com:18000/research/Moodys-upgrades-Ukraines-ratings-to-B3-stable-outlook-PR_425857 (accessed 12 October 2020).

6. Pece, A.M., Simona, O.E.O., Salisteanu F. (2015). Innovation and Economic Growth. *An Empirical Analysis for CEE Countries, Procedia Economics and Finance*. No. 26, pp. 461-467.

7. Rusnak, A., Prokhorchuk, S. (2018). Innovative capacity of Ukraine's economy in the international context. *Baltic Journal of Economic Studies.* No. 3 (4). pp. 264-270.

8. S&P Global Ukraine "B/B" Ratings Affirmed; Outlook Stable. Available at: https://mof.gov.ua/storage/files/S%26P%20-%20Update_Ukraine_Sep-11-2020.PDF (accessed 12 October 2020).

9. Stavytskyy, A. (2019). Testing the fruitfulness of the institutional environment for the development of innovative-entrepreneurial universities in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management.* No. 4 (17), pp. 274-288.

10. Ukrstat: Direct investments (share capital). Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/inv_zd/nadh_pi/arh_nadh_pi_u.html (accessed 15 October 2020).

11. Verkhovna Rada of Ukraine: Law of Ukraine № 1390-VIII "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine to abolish the obligation of state registration of foreign investment". Available at: https://zakon.rada.gov.ua/go/1390-19 (accessed 18 October 2020).

12. Verkhovna Rada of Ukraine: Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning the Elimination of Barriers to Attracting Foreign Investments". Available at: https://zakon.rada.gov.ua/go/2058-19 (accessed 18 October 2020).

13. Verkhovna Rada of Ukraine: Agreement on Investment Promotion and Protection between Ukraine and the OPEC International Development Fund. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/go/893_001-17 (accessed 18 October 2020).

14. Verkhovna Rada of Ukraine: Draft Law on State Support of Investment Projects with Significant Investments. Available at: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69308 (accessed 18 October 2020).

15. WEF Global Competitiveness Index 2019. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (accessed 18 October 2020).

16. WIPO Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? Available at: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2020/index.html (accessed 18 October 2020).

17. World Bank: Doing Business 2019. Available at: https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf (accessed 18 October 2020).

18. Yulenkova, I.B. (2019). Factors in Innovative Development of a Region. Regionology, No. 4 (27), pp. 661-677.

INNOVATION DEVELOPMENT AND INVESTMENTS IN UKRAINE

Elvina M. Lymonova, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).
E-mail: dh.ier@duan.edu.ua
Alisa Mahdich, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).
E-mail: engprog@duan.edu.ua
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-7
Key words: innovations, R&D, investments, regulatory environment, economic development.

Innovations have become a very important factor of technological leadership and economic development and competitiveness at both national and regional, enterprise levels. Innovations introduction results in a new or improved product. Thus, enterprises that implement innovations have a higher level of production and income. The transition to a market economy has raised the importance of innovation and the development of innovation potential of the country. Ukraine is still considerably lagging from many countries of the world in terms of innovation development. Thus, it is important to identify areas which can contribute to innovation development of the country.

In current research, we have highlighted issues of the link between recently elaborated Bill on improvement of regulatory environment for investments and innovations in Ukraine.

The aim of current paper is to identify weak areas of the development of Ukraine which can affect innovative development.

In current paper, we have considered Ukraine and its innovation development in terms of several international rankings, indicated main sectors for investments as important factor of innovations, as well as indicated recently implemented steps to improve regulatory environment for investments.

New, improved regulatory environment will contribute to more favorable investment climate, will increase investments inflow, geography of investments which in turn will enhance economic growth due to job market development, higher market competition and better cooperation between stakeholders and government. However, it should be noted that according to the new Bill there is still no relationship between new investment opportunities and innovations. It is not clear how investments will be distributed among the industries and whether tendency to invest in already developed industries will be continued or investors will try to find other niches to invest, including R&D. In order to enhance and promote innovation development it is vital to elaborate also the Law on incentives to invest in prioritized R&D areas. It is important to indicate priority areas of R&D, identify target regions for R&D investments and indicate that investments in R&D sector will be accompanied by economic benefits.

Одержано 28.08.2020.

УДК 658.007(477)
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-8

О.М. ЛИТВИНЕНКО,
кандидат економічних наук, доцент кафедри інноваційного менеджменту та фінансової аналітики Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

К.В. ПРИХОДЬКО,
студентка Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ПРОБЛЕМИ ПІДБОРУ ТА УТРИМАННЯ ПОКОЛІННЯ Z У РЕАЛІЯХ КАДРОВОГО ГОЛОДУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто поняття кадрового голоду в Україні, проблеми підбору та утримання співробітників, що належать до покоління Z. Проаналізовано динаміку переїзду молодих людей за кордон на навчання та для пошуку роботи. Визначено, як проблема кадрового голоду пов'язана з теорією поколінь, за Н. Хоувом і В. Штраусом, та особливостями підбору молодих спеціалістів нового покоління. Розглянуто динаміку базових цінностей попередніх поколінь – бебі-бумери, X та Y. Проблемою є те, що роботодавці, які найчастіше належать до покоління бебі-бумерів, X, або (рідше) Y, намагаються залучити представників покоління Z до роботи у своїх компаніях за тими ж правилами, що й попередні покоління.

Проведено декілька опитувань за темами: «Важливі складові при виборі роботи» та «Важливі складові при пошуку роботи». Також досліджено інноваційні технології сучасного рекрутингу, що орієнтовані на нові джерела пошуку перспективних кадрів та адаптацію на робочому місці. Відповідно до результатів досліджень виділено тренди, що окреслюються на сучасному ринку праці завдяки компаніям, зацікавленим у залученні представників покоління Z.

Доведено, що проблему підбору і утримання покоління Z можна вирішити за допомогою розроблених рекомендацій на основі досвіду закордонних компаній. На базі аналізу сучасної практики заавансованих закордонних компаній щодо пошуку та залучення наймолодшого покоління запропоновано шляхи адаптації інноваційних технологій сучасного рекрутингу до вітчизняних умов. Якщо сучасні українські роботодавці хочуть конкурувати за молодих спеціалістів у контексті сучасного глобалізованого бізнесу, вони мають змінити своє ставлення до підбору та утримання покоління Z. Має відбутися зміна підходу до розвитку і оцінки персоналу, більша персоналізації навчання та перехід до постійного навчання, як того потребує сучасний бізнес-світ.

Ключові слова: покоління Z, підбір персоналу, утримання персоналу, рекрутинг, кадровий голод.

Актуальність теми. З кожним роком усе більше випускників шкіл їдуть на навчання за кордон. За приблизними підрахунками експертів [1], число українських студентів у ЄС складає від 60 до 70 тис. й тільки у Польщі – понад 30 тис.

Згідно з даними [1] українці становлять 55% усіх закордонних студентів цієї країни. За результатами проведених опитувань, лише 9% з них планує повернутися на Батьківщину, 28 – залишитись у Польщі, 29% – переїхати до іншої країни ЄС.

Звичайно, більшість із цих студентів залишаться працювати за кордоном, а українська економіка, як наслідок, втратить кваліфіковану робочу силу, що негативно вплине на ВВП, надходження податків до бюджету, та розвиток економіки в цілому.

Варто також пам'ятати, що Україна вже інвестувала чималі кошти у розвиток цих молодих людей – з місцевих бюджетів фінансуються їхнє навчання у школах та здійснювалися інші витрати. З економічної точки зору, якщо припустити, що ці сту-

© О.А. Задоя, А.В. Терещук, 2019

денти навчалися б в Україні, це додатково принесло б системі вищої освіти понад 1 млрд грн (приблизно 67 000 студентів, що сплачували б середню ціну в 15 тис. грн на рік за навчання) [2].

Дуже велика кількість досвідчених професіоналів залишає Україну та мігрує за кордон жити та працювати. В Україні вже не один рік існує кадровий голод, нещодавно це зазначив президент України [3]. ***Кадровий голод*** – це нестача кваліфікованих кадрів. Та це й не дивно, бо зарубіжні компанії швидко розвиваються та залишаються у тренді в змінах у сфері підбору, мотивації й управління персоналом. Під впливом цих тенденцій існує ризик, що українські компанії найближчим часом залишаться без кваліфікованих кадрів, і кадровий голод буде прогресувати надалі. Отже, ринок має швидко змінитися, і сфера підбору персоналу теж.

Метою статті є аналіз проблеми кадрового голоду в Україні та розробка рекомендацій щодо ефективного залучення та утримання покоління Z на робочих місцях в українських компаніях.

Проблемою є те, що роботодавці, які найчастіше належать до покоління бебі-бумерів, X, або (рідше) Y, намагаються залучити представників покоління Z до роботи у своїх компаніях за тими ж правилами, що й попередні покоління. Але покоління Y та Z – це дуже різні люди, що мають інші цінності, абсолютно відмітні уявлення про світ, звички та здійснюють вибір місця роботи не так, як це робили бебі-бумери чи покоління X.

Світ змінився, тому якщо сучасні українські роботодавці хочуть шукати та правильно підбирати нові таланти, утримувати представників покоління Z на роботі у себе в компанії, вони мають змінити ставлення до підбору та адаптації таких кадрів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теорія поколінь є дуже добре розробленою науковою концепцією, їй присвячено значну кількість досліджень, тому ми будемо спиратися на загальновизнану класифікацію, яку запропонували Н. Хоув та В. Штраус [4]. На рис. 1 чітко визначено часові рамки переходу від одного покоління до іншого.

Для покоління бебі-бумерів цінностями є: праця, досягнення, міцне здоров'я, сімейні цінності, робота.

Цінності цих поколінь дуже відрізняються.

Рис. 1. Теорія поколінь, за Н. Хоувом та В. Штраусом
Джерело: [4].

Цінності покоління X: самостійність, постійне навчання, зміни, вибір, надія на себе, рівноправність, свобода, люблять бути лідерами.

Цінності покоління Y: оптимізм, жити сьогоднішнім днем, громадянська свідомість, досягнення, наївність, професіоналізм у техніці, комунікабельність, впевненість у собі, різноманітність, підпорядкування, мораль, негайна винагорода.

Цінності покоління Z: споживачі, грамотні, здатні до контролю, хочуть отримати знання, реалісти, відданість, дотримання правил, закон і порядок, жертовність, честь, терпіння, економність, підприємницькі якості, дивляться у майбутнє.

З іншого боку, згідно з теорією мотивації А. Маслоу [5; с. 25], кожна людина має такі основні потреби, що є універсальними для будь-якого покоління:

– фізіологічні;
– у гарантуванні безпеки;
– у спілкуванні й контактах з іншими людьми;
– у суспільному визнанні своєї значущості (отриманні високого соціального статусу);
– у самореалізації.

Але, спираючись на дуже популярний мем з Інтернету [6], можна припустити, що якщо б Абрахам Маслоу проводив свої дослідження для поколінь Y та Z, то, напевне, додав би до базових потреб ще дві: рівень заряду батареї смартфона та наявність підключення до Wi-Fi.

Виклад основного матеріалу дослідження. Авторами було проведено опитування 50 молодих людей покоління Z. В опитуванні брали участь як хлопці, так і дівчата. Згідно з результатами опитування, представники покоління Z не готові працювати на певному робочому місці (у компанії), якщо (рис. 2):

– керівництво є авторитарним (40%);
– не має можливості працювати віддалено (35%);
– не має можливостей для розвитку та навчання (12%);
– відсутня адаптація персоналу на робочому місці (8%);
– не використовується сучасна техніка (5%).

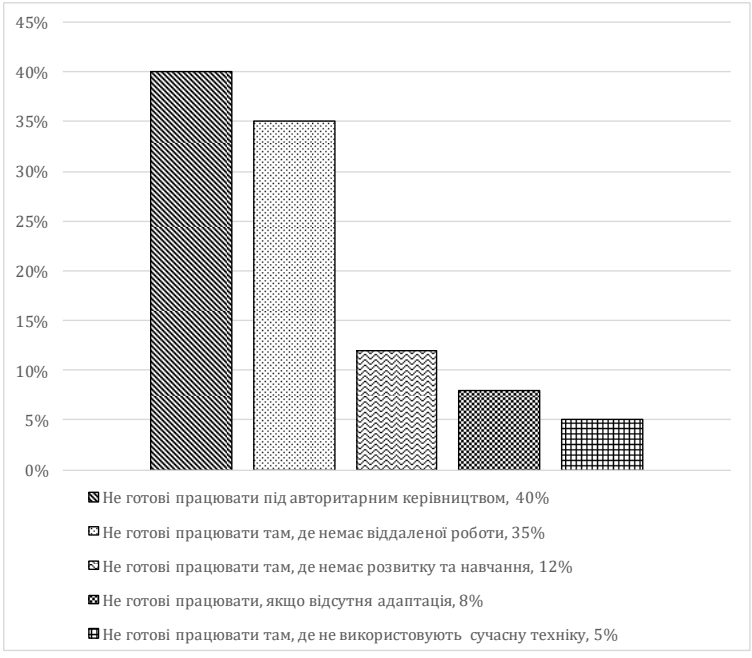

Рис. 2. Важливі складові при виборі роботи для покоління Z
Джерело: опитування, проведене авторами.

Відповідно до результатів цього дослідження та враховуючи думку багатьох експертів, можна виділити кілька трендів, що окреслюються на сучасному ринку праці завдяки компаніям, зацікавленим у залученні представників покоління Z.

Першою тенденцією є гуманізація бізнес-процесів.

Кожна компанія, яка хоче залучити до роботи молодого спеціаліста покоління Z, має розглядати працівника перш за все як людину – особистість, а не робота, який просто виконує свою програму.

Можливість віддаленої роботи є перевагою для будь-якої компанії, що здатна забезпечити такий формат. Гуманізація робочого процесу також має значення. Якщо працівник постійно затримуються на роботі, має погані умови праці, психологічні у тому числі, він не може працювати добре, до кожного має бути особистісний підхід.

Наступний тренд, що реалізується на ринку праці у зв'язку з необхідністю залучення покоління Z, стосується зміни процесу навчання працівників. Має відбутися зміна підходу до розвитку й оцінки персоналу. Більше персоналізації навчання та перехід до постійного навчання, як того потребує сучасний бізнес-світ.

Також має відбутися розвиток лідерства у компанії. Сьогодні лідер має досить швидко приймати виклики з боку зовнішнього середовища та швидко на них реагувати, враховуючи бізнес-цілі організації. Трансформаційний лідер має змінюватися та пристосовуватися до нового середовища, швидко приймати рішення в умовах невизначеності.

Ще одним трендом є використання хмарних технологій та інструментів спільної (командної) праці для забезпечення принципу алокальності, тобто оптимального поєднання трудових ресурсів, що мають необхідні, кваліфікації, вміння та навички. Що стосується використання хмарних технологій, то на цьому етапі їх потрібно використовувати лише як трамплін і більше віддавати перевагу персоналізації [7, с. 38].

При розробці плану залучення та пошуку молодих спеціалістів компанія має бути ближче до потрібної цільової аудиторії. Велику увагу потрібно приділяти пошуку кандидатів з поколінь міленіалів та Z. Їхні інтереси швидко змінюються, вони починають використовувати нові соціальні мережі та месенджери.

Важливими для покоління Z аспектами пошуку роботи згідно з опитуванням, проведеним авторами є такі (рис. 3).

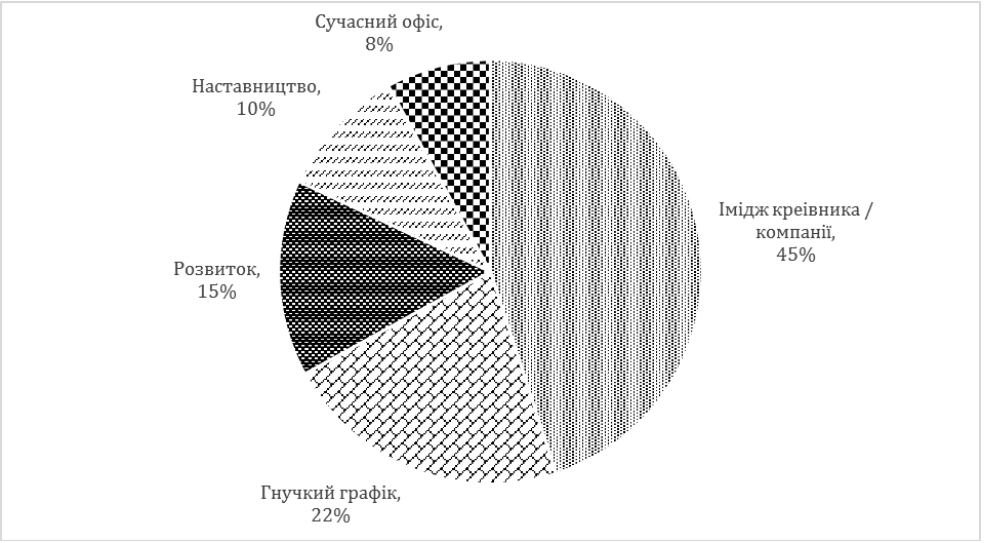

Рис. 3. Важливі складові у пошуку роботи для покоління Z
Джерело: опитування, проведене авторами.

Імідж компанії і керівника має велике значення для покоління Z. Компанія, яка хоче залучити покоління Z, заробляти більше прибутку, працювати ефективно, має розвивати свій бренд.

У сучасному світі все частіше певну компанію асоціюють з її засновником, директором або керівником. Тому важливим аспектом є імідж її керівника.

Імідж керівника компанії – це певний образ у свідомості людей, який відповідає цінностям, нормам поведінки, манерам та етикету цієї групи, а також відповідність очікувань працівників до керівника. Інколи люди асоціюють слово «імідж» тільки з точки зору зовнішнього вигляду. Але це хибна асоціація, бо імідж включає в себе і стиль керівництва, комунікацій з іншими, ведення переговорів, вміння піднести себе та вести за собою людей.

Купуючи новий iPhone, ми отримуємо не тільки гаджет, ми також купуємо належність до Apple та Стіва Джобса, іміджу компанії, який він створив. Люди хочуть бути успішними та багатими, тому асоціюють себе зі Стівом Джобсом.

Тому сучасні молоді спеціалісти хочуть асоціювати себе з компанією та бути на одній хвилі з керівником.

Пошук працівників завжди був справою не з легких, а зараз, як уже зазначалося, все ускладнюється ще й тим, що молоді спеціалісти масово покидають країну і виїжджають за кордон на навчання та роботу.

Тому рекрутери українських компаній суттєво конкурують один з одним за залучення покоління Z. І, відповідно, вони мають знаходити нові методи пошуку та залучення молодих спеціалістів. Компанії, що бажають запросити на роботу представників покоління Z, мають змінюватися й бути на одній хвилі з ними, бо покоління Z – це ті люди, які виросли у вік смартфонів та потужних інформаційних технологій.

На базі аналізу сучасної практики заавансованих закордонних компаній щодо пошуку та залучення наймолодшого покоління, спробуємо адаптувати до вітчизняних умов такі інноваційні технології сучасного рекрутингу:

Створення креативних оголошень

Те, як написаний текст вакансії та які слова використовуються, має велике значення. Потрібно розуміти, якого спрямування цільову аудиторію потрібно знайти, скласти портрет кандидата на цю посаду. Зробити SWOT-аналіз компанії та виявити, чим саме можна зацікавити цих молодих людей.

Використання таргетингу для онлайн-рекрутингу

Коли складено портрет кандидата, вже має бути уявлення про те, які соціальні мережі він відвідує. Як показують експертні дослідження, найбільш популярними соцмережами серед покоління Z є: Instagram, YouTube, ShapChat.

Саме в цих соціальних мережах потрібно розповсюджувати та регулювати рекламу вакансії. Використовуючи унікальні канали для пошуку, компанія швидко та якісно зможе привернути до себе майбутніх співробітників.

Проведення онлайн-співбесід

Технології у сучасному світі дозволяють проводити співбесіди в режимі онлайн, що сприяє економії часу і рекрутера, і майбутнього співробітника. На жаль, не всі компанії користуються цим методом. Але зараз, особливо враховуючи наслідки пандемії та різноманітні карантини, – це краща альтернатива. Перспективний кандидат може мешкати в іншому місті або навіть навчатися в іншій країні, але він може бути найкращим з усіх і потрібен компанії, тому проведення онлайн-співбесіди буде сприяти його залученню. Також, проводячи онлайн-співбесіду, рекрутер має можливість підключити популярні сьогодні програми штучного інтелекту, які аналізують мову, несвідомі рухи та міміку кандидата. Такі програми здатні прогнозувати майбутні успіхи на роботі, визначати його чесність та ідентифікувати мотиви поведінки.

Гіг-економіка для термінового пошуку тимчасового співробітника

Цей метод набирає обертів досить швидко. Наприклад, якщо компанія має декілька незакритих проектів та «горять» дедлайни, досить зручно шукати потрібних спів-

робітників на фріланс-мережах. У такому випадку можлива короткочасна термінова співпраця без оформлення людини на певне робоче місце у компанії. Зрозуміло, що існують певні складнощі з тим, щоб відслідковувати ефективність роботи фрілансера, але також є спеціальні програми, якими можна користуватися для цього.

Пасивні кандидати – прихований скарб

У роки, коли соціальних мереж не існувало, або вони тільки починали з'являтися, неможливо було контактувати з дуже талановитими співробітниками, якщо вони не шукали роботу в цей час. Навпаки, у теперішній час це зробити дуже просто – рекрутер має лише відправити інвайт-лист у LinkedIn. У результаті компанія може швидко заповнити будь-яку вакансію, тому що рекрутер може у такий спосіб відшукати працівника з будь-якої сфери, навіть якщо людина не шукає роботу в цей момент – компанія вже має його на увазі на майбутнє, тому що рекрутер встановив відповідний інвайт.

Рекомендації співробітників

Рекомендації щодо найкращих кандидатів на відкриті вакансії від існуючих співробітників – надійний метод знайти кандидата дуже швидко, не використовуючи зайвого часу. Досить вірогідно, що така людина буде також більш лояльною та пристосованою до роботи у компанії із самого початку, тому що має спільні цінності з існуючим співробітником, який її порекомендував для заповнення вакансії. У деяких компаніях співробітникам навіть пропонують бонус за рекомендацію цінного кандидата.

Користування швидкими повідомленнями в месенджерах

У наш час людина з покоління Z і месенджер є одним цілим. Тому писати повідомлення до популярних месенджерів є, мабуть, найшвидшим методом знайти працівника, що належить до цього покоління, тому що вони завжди перебувають онлайн і, за статистикою, відкривають 98% повідомлень. Крім того, користуючись месенджером, рекрутер має змогу підтримувати зв'язок з кандидатом протягом усього процесу найму.

Пошук перспективних працівників через групи та чати в соціальних мережах

Якщо компанія постійно перебуває в пошуку співробітників з числа міленіалів та покоління Z, рекрутер має бути підключеним до груп та телеграм-каналів з пошуку роботи. У таких чатах люди швидко реагують на вакансії та публікують свої резюме.

При розробці інноваційного плану рекрутингу в сучасному світі компанія має враховувати нові канали пошуку та бути ближче до потрібної цільової аудиторії. Велику увагу потрібно приділяти пошуку кандидатів з поколінь міленіалів та Z. Вони швидко змінюються та починають використовувати нові соціальні мережі та месенджери. Вони проводять багато часу в Інтернеті та завжди ходять зі смартфоном у руках. Це головний атрибут їхнього життя.

Вітчизняним компаніям можна рекомендувати такі специфічні методи, що спрямовані на залучення представників покоління Z:

Створення стажувань для студентів

Кожний студент має бажання спробувати себе в тій спеціальності, на яку вивчився в університеті. Тому для компанії, яка хоче залучити молодь, гарною ідеєю було б створення постійно діючої системи стажування (інтернатури).

Зазвичай такі неоплачувані або частково оплачувані стажування тривають 3–5 місяців.

Створення курсів на базі компанії

Також компанії створюють власні курси, на які потрапити можна лише через відбір на основі виконання творчого/технічного завдання.

Організації профільних лекцій

Компанія має організовувати лекції з важливих тем, що пов'язані з її діяльністю, й розповідати про тренди у бізнес-сфері якогось зі своїх напрямів діяльності.

Хакатони

Хакатони, що є дуже популярними серед молоді, виглядають як олімпіади з певних напрямів, але складні завдання на них вирішуються колективно. На хакатонах зазвичай можна зустріти дуже багато молодих і талановитих спеціалістів-початківців, які перебувають в активному пошуку компанії своєї мрії.

Професійні meet-ups

Професійні зустрічі, на яких досвідчені фахівці (*senior*) діляться досвідом з менш досвідченими спеціалістами (*junior*). На таких зустрічах можна знайти тих, хто готовий постійно вчитися новому та вдосконалювати свої навички.

Моніторинг випускників профільних приватних курсів

Різні приватні курси набирають бажаючих освоїти спеціальність з нуля. Серед таких бажаючих люди, які не мають профільної освіти, але мають змогу вивчити програму за 5 місяців і стати Trainee.

Серед випускників таких курсів є багато талановитих людей.

Участь у ярмарках вакансій та пошук серед студентів профільних ЗВО

Раз або два рази на рік вітчизняні ЗВО надають представникам бізнесу можливості для проведення ярмарок вакансій, у яких може взяти участь будь-яка компанія, якщо серед спеціальностей окремого ЗВО є ті, фахівці з яких потрібні цій компанії.

На цих заходах компанія має нагоду розповісти про себе, а студенти мають нагоду отримати більше інформації про компанію та поставити свої запитання.

За рекомендацією від досвідченого працівника

Рекрутери іноді шукають молодих і талановитих спеціалістів серед друзів або знайомих інших працівників. За рекомендацію звичайно працівник отримує невеликий бонус, приблизно 10% від зарплати найманого спеціаліста.

GitHub, Stackoverflow; ArtStation, Dribble

Це найбільш популярні професійні сайти, на яких молоді та досвідчені спеціалісти викладають свій код / портфоліо – залежно від спеціальності – у відкритий доступ.

Окрім цих підходів, як уже зазначалося, залучення представників покоління Z можливе за рахунок чатів за напрямом діяльності компанії у Telegram, публікацій інформації про вакансії на сайті компанії або на її сторінках в Instagram / Facebook / Twitter, а також розміщення буклетів та постерів компанії у ЗВО.

Невід'ємною частиною утримання молодих спеціалісті, що належать до покоління Z, є їхня адаптація. Проблемою є те, що сучасні вітчизняні роботодавці приділяють цьому мало часу або зовсім нехтують цим.

Адаптація працівників – одна з найважливіших частин управління персоналом. Якщо адаптація проходить успішно, співробітник вливається до колективу та приносить користь компанії. Якщо ні – приблизно 50% співробітників змінюють місце роботи протягом півроку з моменту працевлаштування. Для представників покоління Z, на думку авторів, цей відсоток є значно вищим.

На сучасному етапі розвитку бізнесу, щоб конкурувати з іншими компаніями за кращих працівників, потрібно мати значні переваги та індивідуальний підхід до кожного працівника. Для цього потрібно створити план адаптації та план онбордингу – процесу підтримки працівника, що робить свої перші кроки у компанії.

На думку авторів, успішний план адаптації маж містити такі елементи, спрямовані на утримання перспективного працівника:

Підготовлене робоче місце

В ідеалі до виходу на роботу нового робітника потрібно підготувати робоче місце, а саме – зручне крісло, стіл, техніку, канцелярію та чашку з логотипом компанії. Попіклуватися про те, щоб IT-відділ встановив програмне забезпечення. Також було б доцільно додати «плюшек», наприклад: цукерки, квіти.

Ознайомлення зі структурою та культурою компанії

У перший день роботи HR-менеджер має познайомити новачка з командою, провести екскурсію офісом та зробити презентацію зі структурою та корпоративною політикою компанії, розповісти про переваги працевлаштування у компанії.

Перший незабутній день

Слід запропонувати новому колезі зробити невелику презентацію про себе. Ввічливе ставлення та приємна атмосфера запам'ятовуються надовго. Це той магічний гачок, який кожен раз буде нагадувати, що людина не помилилась, обираючи саме цю компанію.

Моральна підтримка

Для нового співробітника дуже важливо знати, що він не сам і в нього є підтримка з боку колег. Потрібно кожен день запитувати про його настрій, як йому робота на новому місці, чи подобається працювати в компанії.

Призначення ментора

Необхідною складовою адаптації є ментор, який допомагатиме з робочими питаннями та контролюватиме професіональний розвиток, створюватиме персональний план розвитку. Ментор – це перший вчитель та важлива підтримка на роботі, той, хто вміє допомогти у важку хвилину, коли «дедлайни» вже «горять».

Складений план онбордингу та індивідуальний підхід

Для кожного працівника потрібно створювати окремий онбординг, тобто детальний план дій при входженні у курс справ на робочому місці, адаптації до корпоративної культури компанії, встановлення першочергових завдань цілей для індивідуального розвитку.

Моніторинг прогресу та миттєва реакція на проблеми, що виникають

Потрібно відзначати прогрес працівника для того, щоб мотивувати його виконувати власні службові обов'язки все краще й краще. Також важливо не ігнорувати проблеми, пов'язані як особисто зі співробітником, так і його трудовою діяльністю.

При розробці плану адаптації потрібно враховувати специфіку роботи, досвід роботи, індивідуальні якості працівника. Велику увагу потрібно приділяти випускникам ЗВО і тим, для кого сфера роботи є новою. Вони більше за всіх потребують допомоги в питаннях роботи та мають отримувати моральну підтримку. Вони мають велике моральне навантаження через те, що повинні запам'ятати велику кількість матеріалу одразу. Працівники – головна цінність компанії, адже від них залежить її успіх та процвітання.

Пошук молодих талантів – нелегка, але цікава справа, адже вони є запорукою процвітання компанії.

Українським компаніям, звичайно, є куди прагнути та до чого рости. Якщо підходи, що окреслені у цій роботі, будуть впроваджені у вітчизняних компаніях, то потенційні працівники, які належать до покоління Z, будуть із задоволенням працювати в Україні. Відповідно, вітчизняні компанії зможуть залучити молодих спеціалістів до своєї команди, і країна позбудеться кадрового голоду.

Таким чином, підбиваючи підсумки аналізу проблеми підбору та утримання покоління Z у реаліях кадрового голоду в Україні, можна зазначити:

– проблема кадрового голоду в Україні значною мірою пов'язана з архаїчністю рекрутингової політики вітчизняних компаній, а також з невідповідністю систем цінностей покоління до цінностей, що підтримуються сучасними вітчизняними підприємствами;

– зміна поколінь, що призводить до трансформації ціннісних пріоритетів, зумовила зсув до превалювання нематеріальних цінностей під час вибору майбутнього місця роботи;

– вирішення проблеми кадрового голоду можливе через зосередження уваги кадрових служб підприємства на поколінні Z з відповідними змінами у політиці залучення перспективних кадрів.

Список використаної літератури

1. Українські студенти їдуть навчатися у Польщу. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/27079605.html

2. Українське студентство за кордоном: дані до 2017/18 навчального року. URL: https://cedos.org.ua/uk/articles/ukrainske-studentstvo-za-kordonom-dani-do-201718-navchalnoho-roku

3. В Україні існує кадровий голод, і цю проблему мають вирішувати держава та вища освіта. URL: https://www.president.gov.ua/news/v-ukrayini-isnuye-kadrovij-golod-i-cyu-problemu-mayut-virish-61429

4. Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2001. № 5 (55). С. 7–14.

5. Кныш О.В. Мотивация личности. Теория Маслоу. Самиздат, 2019. 25 с.

6. Фокус на баланс поколений. URL:https://coachingineducation.ru/umestnyj-kouching-v-shkole-neopredelennosti-fokus-na-balans-pokolenij-ili-budushhee-v-nastoyashhem/

7. Стіллман Д. Покоління Z на роботі. Як його зрозуміти і знайти з ним спільну мову. МІФ, 2017. 38 с.

8. How to hire. URL: https://medium.com/eshares-blog/how-to-hire-34f4ded5f176

9. Everything you need to know about recruiting generation Z. URL: https://yello.co/blog/recruiting-generation-z/

10. What to look for when hiring generation Z in the workplace. URL: https://baradainc.com/hiring-gen-z-in-the-workplace/

11. 5 Reasons why should hire generation Z candidates now. URL: https://www.digitalhrtech.com/reasons-why-hire-gen-z-candidates/

References

1. Ukrainian students go to study in Poland. Available at: https://www.radiosvoboda.org/a/27079605.html

2. Ukrainian students abroad: data for the 2017/18 academic year. Available at: https://cedos.org.ua/uk/articles/ukrainske-studentstvo-za-kordonom-dani-do-201718-navchalnoho-roku

3. There is a staff shortage in Ukraine, and this problem must be addressed by the state and higher education. Available at: https://www.president.gov.ua/news/v-ukrayini-isnuye-kadrovij-golod-i-cyu-problemu-mayut-virish-61429

4. Levada Yu.A. Generations of the 20th century: research opportunities. *Public Opinion Monitoring: Economic and Social Change*. 2001, no. 5 (55), pp. 7-14.

5. Knysh O.V. Motivation personality Theory of Masloy, 2019. 25 p.

6. Focus on the balance of generations. Available at: https://coachingineducation.ru/umestnyj-kouching-v-shkole-neopredelennosti-fokus-na-balans-pokolenij-ili-budushhee-v-nastoyashhem/

7. Stillman D. Generation Z at work. MIF, 2017. 38 p.

8. How to hire. Available at: https://medium.com/eshares-blog/how-to-hire-34f4ded5f176

9. Everything you need to know about recruiting generation Z. Available at: https://yello.co/blog/recruiting-generation-z/

10.What to look for when hiring generation Z in the workplace. Available at: https://baradainc.com/hiring-gen-z-in-the-workplace/

11.5 Reasons why should hire generation Z candidates now. Available at: https://www.digitalhrtech.com/reasons-why-hire-gen-z-candidates/

PROBLEMS OF SELECTION AND MAINTENANCE OF GENERATION Z IN THE REALITIES OF PERSONNEL HUNGER IN UKRAINE

Olena M. Lytvynenko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).
E-mail**:** elena_litvinenko@duan.edu.ua
Kateryna V. Prykhodko, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).
E-mail: prykhodko.katy@gmail.com
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-8
Key words: generation Z, recruitment, adaptation of employees, modern recruiting, shortage of personnel.

The article considers the concept of staff shortage in Ukraine, the problems of selection and retention of employees belonging to generation Z. The dynamics of young people moving abroad to study and find work there is analysed. It is established how the problem of staff shortage is related to the theory of generations according to N. Howe and W. Strauss and the peculiarities of the selection of young professionals of the new generation. The dynamics of the basic values of previous generations – baby boomers, X and Y – is considered. by the same rules as previous generations.

Several surveys were conducted on the topics: "Important components when choosing a job" and "important components when looking for a job". Innovative technologies of modern recruitment, which are focused on new sources of finding promising staff and adaptation in the workplace, are also studied. According to the results of the research, trends have been identified that affect the modern labour market due to companies that are interested in attracting representatives of Generation Z

When developing a plan to attract and find young professionals, the company should be closer to the desired target audience. Much attention should be paid to finding candidates from the generations of millennials and Z. Their interests are changing rapidly, they are beginning to use new social networks and messengers.

An integral part of the content of young professionals belonging to Generation Z is their adaptation. The problem is that modern domestic employers spend little or no time on it.

Adaptation of employees is one of the most important parts of personnel management. If the adaptation is successful, the employee joins the team and benefits the company. If not - about 50% of employees change jobs within six months of employment. For representatives of Generation Z, according to the authors, this percentage is much higher.

It is proved that the problem of selection and maintenance of generation Z can be solved with the help of developed recommendations based on the experience of foreign companies. Based on the analysis of the current practice of advanced foreign companies in finding and attracting the youngest generation, ways to adapt innovative technologies of modern recruitment to domestic conditions are proposed. If modern Ukrainian employers want to compete for young professionals in the context of modern globalized business, they must change their attitude to the selection and maintenance of Generation Z. There must be a change in approach to staff development and evaluation. More personalization of learning and the transition to lifelong learning, as needed in today's business world.

Одержано 10.09.2020.

УДК 336.76
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-9

В.В. ОСТАПЕНКО,
кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Національного університету
«Запорізька політехніка»

ЛІНІЇ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ ЗОЛОТОГО, КАМ'ЯНОГО, ЗАЛІЗНОГО ВІКІВ ТА ДОБИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Викладено підходи до вирішення соціально-економічних проблем сучасності як шляхом побудови ліній попиту і пропозиції, характерних для прийдешньої ери інтелектуального капіталу, так і реконструкції та прийняття до відома присутніх у повсякденності ліній попиту і пропозиції, характерних для золотого і кам'яного віку людства. У 1995 р. в економіці США вкладення в дослідження і розвиток вперше перевищили вкладення в матеріальні основні фонди. Виходячи з цього можна сказати, що напередодні XXI ст. стало проявлятися домінування економіки інтелектуального капіталу над економікою залізного віку. Бажання продовжити використання характерних лише для економіки залізного віку підходів до попиту і пропозиції, відомих як закон попиту і пропозиції, в реаліях доби інтелектуального капіталу стає все частіше економічно недоцільним і дуже небезпечним. Пропонується розширений погляд на розташування ліній попиту і пропозиції. Показано, що існуючий закон попиту і пропозиції залізного віку становить окремий випадок більш загальних закономірностей. Дано рекомендації щодо прогнозування розвитку цивілізації через реалізацію різних варіантів ліній пропозиції і попиту.

Ключові слова: попит, пропозиція, закон попиту і пропозиції, ціна, золотий вік, кам'яний вік, залізний вік, доба інтелектуального капіталу.

Постановка проблеми. 7 із 40 глав класичного 900-сторінкового навчального посібника Economics [17] С. Фішера, Р. Дорнбуша та Р. Шмалензі містять у своїй назві слова попит або пропозиція (17,5%). У 700-сторінковій книзі П. Хейне «Економічний образ мислення» [12], яка критично розглядає підходи традиційних підручників Economics, у своїй назві слова попит або пропозицію містять 6 з 23 глав (25%). Виданий у 1985 р. 100-тисячним накладом (останні роки існування СРСР) 400-сторінковий навчально-методичний посібник для вищих партійних шкіл «Політична економія» [13] із 47 глав не містить жодної глави зі згадуванням слів попит або пропозиція у назві. Аналогічно відомий серед фахівців 640-сторінковий навчальний посібник Е.Я. Брегеля «Політична економія капіталізму» [3] – 0 глав з 22.

І ті, й інші автори – це чудові економісти. Але виходить так, що економічний спосіб мислення авторів навчальних посібників з політичної економії і авторів Economics істотно відрізняється. Чому ж вони так по-різному бачать *економіку* в її первинному розумінні (економіка (від грец. Oikonomikë) означає мистецтво ведення господарства). Можна стверджувати, що вони дійсно ведуть господарство на різних принципах, причому і ті, й інші вважають своє мистецтво кращим. Заради справедливості відразу ж необхідно відзначити, що величезні економічні перемоги і невдачі були і в капіталізму, і в соціалізму, а занепад світової системи соціалізму не означає, що, наприклад, у 2050 р. провідною економічно країною світу не може стати соціалістичний Китай.

Те, що відбувається у настільки різному розумінні *економіки*, пов'язано з її баченням відповідними економістами. Хтось бере за фігуру одне, а за фон інше, другий може проводити виділення фігури і фону інакше – це характерно для образного людського мислення, що оперує гештальтами. Інакше кажучи, економіка може залежно від людського мислення в певний момент сприйматися по-різному. Одні вважають, що

© В.В. Остапенко, 2020

ресурси обмежені, інші – що їх вистачить на всіх. Для одних попит і пропозиція – це основа основ. Для інших – це десь на задньому плані і взагалі не варто особливої уваги. Причому і ті, й інші можуть бути по-своєму праві – багато що залежить від позиції спостерігача.

Тому дивитися на попит і пропозицію як на пересічні лінії, що йдуть назустріч одна одній, – це лише один можливий погляд на проблему.

Пропонується спробувати поглянути на попит і пропозицію ширше – як на ідею. Як ця ідея проявляє себе у матеріальному світі і як би вона виглядала у різні епохи людства:

– золотий вік («рай»);
– кам'яний вік («пекло»);
– залізний вік («сучасна цивілізація, що йде в минуле»);
– ера інтелектуального капіталу («прийдешній перехідний період»).

Такий підхід дасть можливість краще зрозуміти суть попиту і пропозиції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перегляд видань останніх років показав наявність у них ліній попиту і пропозиції, характерних для залізного віку [1, с. 36; 7, с. 150; 9, с. 142], так само, як і у Вікіпедії [4], звідки і наведено рис. 1.

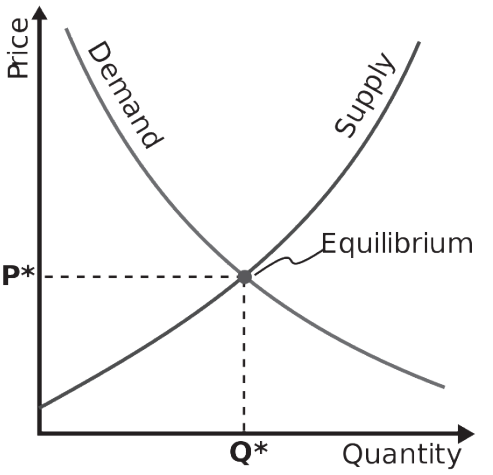

Рис. 1. Лінії попиту та пропозиції з Вікіпедії

Тобто практично йде уніфіковане ринкове розуміння попиту і пропозиції, як у науковій, так і в навчальній літературі. Продавець і покупець розміщуються по різні боки прилавка, кожен зі своїм інтересом. Хоча спочатку людина вище, інакше кажучи, вона від початку первинна перед інструментами, які вона використовує, у тому числі й економічними. Людина формується тільки людиною, і якщо штучними засобами піднімати цінність людини, то ними ж підніметься і ціна людини, що забезпечує відтворення роду, в тому числі і людського роду в цілому, і ціну людей, необхідних для цього відтворення. Змішання людини з використовуваними нею інструментами, а потім і зовсім підміна живого життя мертвими упредметненими інструментами, що застосовуються людьми, використовується набагато раніше, ніж з часів афінських софістів і продовжує час від часу набувати епідемічних масштабів. Ймовірно, у викладанні соціальних наук у цивілізованих сучасних суспільствах деталі так чи інакше закривають собою сутність речей. Людині властиве за своєю природою пізнання самої себе, вихід за егоїстичні межі. Отже, закінчиться колись і фетиш ринкової економіки. І тут хочеться процитувати нечисленних сучасних економістів і соціологів, які не сумніваються в тому, що час ринкової економіки добігає кінця, а стародавній індійський епос: «Невимірюване лише може вимірювати, а безмежне позначати межі».

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Такий архіважливий проект, як виживання та розвиток людської цивілізації передбачає, що частина ресурсів людства буде спрямована на дослідження альтернативних варіантів шляхів формування майбутнього.

Людством на макрорівні вироблено всього три принципово різних інструменти управління як впливу на людей [10] – це культура, ієрархія та ринок. Кожен з цих інструментів виступає основним на своєму етапі циклів історичного розвитку, а решта підлаштовуються, використовуються паралельно. Зараз основним інструментом управління вважається ринок, до заслуг якого слід віднести сприяння проходженню бурхливої промислової і науково-технічної революцій, які завершують епоху залізного віку людської цивілізації. Доба інтелектуально капіталу – це вихід за межі залізного віку. Ринкова економіка починає сильно змінюватися (багато компаній, що входять до першої сотні єдинорогів (капіталізація компанії понад мільярд доларів) не великі за чисельністю працюючих – від 11 до 500 співробітників), і постає питання, який інструмент управління цивілізацією на макрорівні змінить ринок – ієрархія або культура.

Залежно від того, культура або ієрархія змінять ринок на місці основного інструмента управління, можлива реалізація двох сценаріїв:

– перший – є шанси і підстави сподіватися на те, що наступним у розвитку цивілізації буде сценарій епохи інтелектуального капіталу, любові та культури [11], який знаменує настання нового золотого віку;

– другий – вкрай руйнівний новий кам'яний вік.

Однак незалежно від сценарію правильним буде врахувати можливості, що відображаються на рисунках різних ситуацій з попитом і пропозицією, не обмежуючись традиційним ринковим підходом.

Краще при виборі сценарію мати цілісний проект подальшого розвитку з лініями попиту-пропозиції, які доповнюють уже існуючі.

Постановка завдання. 1. Побудувати лінії попиту і пропозиції для золотого віку, кам'яного віку та ери інтелектуального капіталу. 2. Навести зручний для практичного застосування комплексний підхід до попиту та пропозиції.

Результати. Що важливіше: багатство або любов? Чи не буде відповідь на це запитання управляти нашою поведінкою? А якщо буде, то чи буде це залишатися «ринковою економікою»?

Як мінімум 2000 років, з часів появи християнства, західний світ прагне прийти до царства небесного. При цьому Е. Фромм пише у книзі «Мистецтво любити» [18]: «Об'єктивне спостереження за нашим західним життям поза сумнівом, що любов – братська любов, материнська любов і еротична любов, це відносно рідкісне явище, і їх місце зайняте деякою кількістю різних форм псевдолюбові, які, на ділі, є численними формами розпаду любові». У чому ж причина?

Золотий вік

У Вікіпедії [5] зазначено, що золотий вік – уявлення, яке у міфології багатьох народів світу означає блаженний («райський») стан людства, що живе у гармонії з природою. В античній міфології це час батька Зевса Кроноса (Хроноса). Люди у ті часи жили, за словами Гесіода, «зі спокійною та ясною душею, горя не знаючи, не знаючи праць». Події, про які йде мова, відбуваються до початку існування сучасного роду людей, що настав за часів Зевса і богів-олімпійців.

Багато істориків переконані в реальному існуванні золотого віку в минулому. Подібно до того, як, крім Генріха Шлімана, мало хто вірив у реальність описів Гомера, за якими Шліман знайшов Трою, так і зараз для цивілізованих людей опис золотого віку видається міфом. Хоча, сучасники називали Гомера та Гесіода істориками, а не поетами.

Уявімо собі лінії попиту і пропозиції у золотому віці (або «раю»). Про гроші, звісно, і помину немає. Немає навіть думки про гроші. Усі, все і завжди отримують прямо тут і зараз; приблизно так, як ми дихаємо повітрям – скільки і коли хочемо. Замість грошей у нашому розумінні – ціннісна шкала з любові і щастя (до речі, окремі базові рисунки підручника Economics [17] у цьому випадку змінюються дуже істотно).

Лінії попиту та пропозиції у такому суспільстві збігаються. Це накладені одна на іншу лінії, але оскільки грошей у нашому розумінні не існує і вся вісь ординат зводиться до точки (нуль), то лінії попиту і пропозиції, що проходять по осі абсцис, – це і є закон попиту, і пропозиції золотого віку. Графічно на рис. 2 наведено таку лінію. Загалом це не зовсім лінії. Філософськи тут точка – весь Всесвіт, а Всесвіт – точка. У нашому розумінні людина в золотий вік завжди отримує і бере стільки, скільки їй потрібно у певний момент. Це цілком фізично і економічно реально, хоча і так само складно для розуміння, як сказане у Біблії [2]: «Хто не любить, той не пізнав Бога, тому що Бог є любов!».

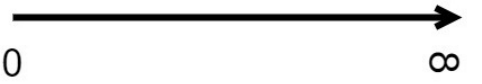

Рис. 2. Лінії попиту та пропозиції в золотому віці

Кам'яний вік

Коли син Кроноса Зевс виріс і змужнів, він почав війну з батьком, яка потрясла Всесвіт дощенту. Кронос був повалений Зевсом і поміщений у Тартар, разом з титанами, які стали на його захист [8]. Почався час нових богів і нових людей, людей не подібних богам, а зовсім беззахисних.

Це описано в міфі про Прометея [14]: «Прометей (грец. Προμηθεύς, букв. – дбайливець) – один з титанів у давньогрецькій міфології, захисник людей від свавілля богів-олімпійців. Прометей викрав для людей вогонь. За викрадення вогню Зевс наказав Гефесту прикувати Прометея до скелі Кавказьких гір. Прикутий Прометей був приречений на безперервні муки – знову і знову прилітав орел та викльовував його печінку, яка у нього, безсмертного, знову відростала. Ці муки тривали протягом всієї героїчної епохи, за різними античними джерелами – від декількох століть до 30 тисяч років, поки Геракл не вбив орла і не звільнив Прометея. Сталося це незадовго до Троянської війни. Геракл, за К.Г. Юнгом, уособлює архетип передвічного немовляти, що ламає архаїку кам'яного віку і випускає людей у металургійні епохи бронзи і заліза.

Очевидно, що боги-олімпійці опустили статус людей. Ці нові, напівголодні, закутані в шкури вбитих ними звірів люди, ховаються у своїх печерах, використовуючи камені як знаряддя праці, і намагаються якось вижити. Достатку немає, спільного теж не стало, для кожного все його. Обмінюватися ніхто і нічим не хоче. Діє «закон сили» – забрати самому, або у тебе віднімуть.

Як же виглядають лінії попиту і пропозиції кам'яного віку і де їх можна бачити у наш час. На рис. 3 пропозиція – це вісь ординат, а попит – це що завгодно, за будь-яку ціну. На все відповідь буде – немає.

Рис. 3. Лінії попиту та пропозиції в кам'яному віці.

У сучасному світі це, наприклад, технології, які заборонені до продажу, накладення ембарго тощо.

Залізний вік

Кам'яний вік породив героїчну епоху (Геракл та інші герої), зламав архаїчну відособленість і створив нову ситуацію, названу ринком. Культура та ієрархія – це два колишніх щодо ринку гештальти.

Сучасну Західну цивілізацію звинувачують у тому, що люди в ній ніби не живі. Справа в тому, що хто не любив, той і не жив. І навіть Едуард VIII – король Великобританії відрікся від престолу, щоб одружитися, на що уряд не давав згоди. Він заявив: «Я знайшов неможливим ... виконувати обов'язки короля без допомоги і підтримки жінки, яку я люблю» [6]. Ринковий торг панує в залізному віці. І по-своєму мають рацію автори навчальних посібників, які заклали його в основи економіки.

У літературі іноді зустрічається критика ліній попиту та пропозиції, аж до того, що вони в реальному житті не дуже застосовуються. Але міркування залишаються традиційно в поняттях конкуренції.

Закони попиту та пропозиції прописані так:

– зі зниженням ціни блага споживачі збільшують обсяг купівель, а з підвищенням ціни – зменшують;

– з підвищенням ціни величина пропозиції зростає, а зі зниженням – скорочується.

Зазвичай не пишуть, що ці лінії – математичні очікування якогось абстрактного сукупного представника продавців та якогось абстрактного сукупного покупця товару. Реальні покупці і продавці здійснюють купівлі не тільки у точці перетину ліній попиту і пропозиції, і буде цікаво розписати, що вони при цьому відчували б, якби знали про становище ліній математичного очікування попиту та пропозиції (рис. 4).

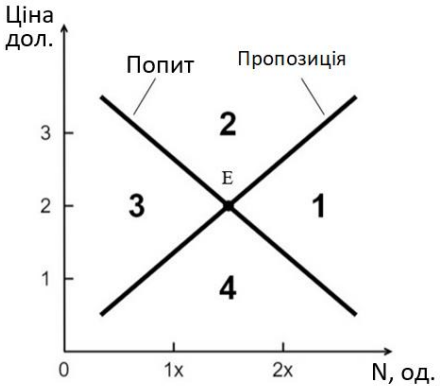

Рис. 4. Лінії попиту та пропозиції залізного віку

Почуття, що відчуваються продавцями та покупцями за квадрантами (плюс – добре, мінус – погано):

1) «–» – «–» – покупець переплатив, продавець продешевив;

2) «–» – «+» – покупець переплатив, продавець у вигоді;

3) «+» – «+» – покупець у вигоді, продавець у вигоді;

4) «+» – «–» – покупець у вигоді, продавець продешевив.

Тільки третій квадрант дає взаємні плюси. Ринок залізного віку не дає достатку – він обмежений точкою рівноваги Е, і за відносної збалансованості цей ринок фактично малий порівняно з потенціалом.

А що буде, якщо розширити перспективи, використовувати наявний потенціал і вийти за ринкові обмеження залізного віку?

Доба інтелектуального капіталу

Homo Sapiens («людина мисляча») став Людиною завдяки використанню інтелекту [16]. Джерелами багатства завжди були знання. Не дуже помітно, але так звані ресурси та робота з їх перетворення з'являються і зникають завдяки новим знанням.

Потрясіння від нових знань були завжди. Батько сучасної економіки Адам Сміт у 1776 р. у книзі «Дослідження про природу і причини багатства народів» [15] писав «про шпильку, яка потрясла світ». А саме про те, що до поділу праці на операції робітник міг зробити одну чи п'ять англійських шпильок за день, а після поділу праці на операції – 4 800 шпильок. У результаті такої економічної інновації ринок був розбалансований, а карта Земної кулі позеленіла, символізуючи собою панування промислової Великобританії. І епоху інтелектуального капіталу швидко з'являються нові виробники «шпильок». І при цьому знову буде вирішуватися питання, що буде з цивілізацією далі.

Мало хто знає, що винахід Елі Уітні (батько американського промислового способу виробництва) бавовноочисної машини продовжив термін рабовласництва у США на 70 років. Коли Е. Уітні влаштував для групи друзів демонстрацію першої моделі машини, рабів уже почали масово відпускати на свободу, оскільки їхня праця майже не окупалася. Винайшовши бавовноочисну машину, за годину Уітні виконав на машині денну норму кількох робітників. Таким чином, знання продовжили рабство у США.

Багато хто зараз відзначає, що йде народження чогось нового – постіндустріального суспільства. Економіка ери інтелектуального капіталу починає заперечувати економіці залізного віку. Цінність товару все частіше не визначається його вартістю. Знання в епоху інформації стали як сировиною, так і продуктом розвитку суспільства. У результаті того, що товари ери інтелектуального капіталу стають майже нематеріальними (і це не тільки програмне забезпечення), можна сказати, що їх криві пропозиції «пірнають» під криві попиту і пропозиції залізного віку (рис. 5).

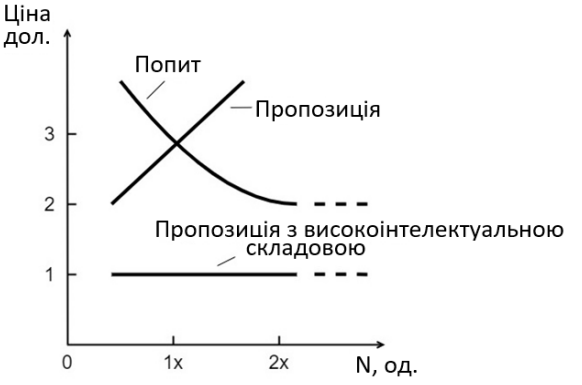

Рис. 5. Лінії пропозиції в добу інтелектуального капіталу «пірнають» під лінії попиту і пропозиції залізного віку

Уявімо собі, що лінії, які перетинаються на рис. 5, – це попит і пропозиція на двигуни внутрішнього згоряння для автомобілів, що продаються за рівноважною ціною 2,8 тис. дол. за одиницю. На ринок виходить компанія інтелектуального капіталу, що продає за 1 тис. дол. двигуни такої ж потужності, але які працюють на принципі формули Ейнштейна $E = m \cdot c^2$. Цим двигунам досить дати крихітну піщинку раз на 5 років, і вони будуть працювати. Зрозуміло, що попит на такі двигуни величезний – і може статися, наприклад, так, що їх продадуть 2 мільярди штук у перший же рік. Коштують

ці двигуни компанії-виробнику абстрактно близько 0 доларів, а працює у цій компанії 20 працівників – вони ж і власники.

Таким чином, отримуємо 20 осіб з капіталом 100 млрд дол. у кожного. Серед покупців були люди, які робили двигуни внутрішнього згоряння, що добували нафту, з якої робився бензин, працівники бензоколонок і виробники обладнання для виробництва всього цього – вони втратять роботу.

Продовжимо аналогію. Уявімо собі, що в нас з'явилися 500 таких компаній, які оновили весь асортимент світового ринку. При цьому ми отримаємо 10 тисяч мільярдерів і 5 мільярдів безробітних. 5 мільярдів людей без грошей не будуть визнані ринком за споживачів. Чи вразить це весь світ і занурить його у Велику депресію – найбільшу з усіх, що відбувалися донині? Звісно! І незабаром ми побачимо лінії попиту і пропозиції, характерні для кам'яного віку. Настане другий – руйнівний варіант сценарію розвитку цивілізації.

З іншого боку, припустимо, компанія продає свої нові двигуни за ціною, близькою до нуля – це не вилучить гроші з ринку і навіть зробить їх більш доступними. 500 компаній, які поводяться таким чином, можливо, наблизять цивілізацію при правильному поводженні до нового золотого віку. Замість того, щоб купити дешево і продати дорого, приходить розуміння, що виграти від продажу мають усі. Конкуренція замінюється співпрацею – це буде перший варіант сценарію, варіант – коли настає ера культури, любові і справжнього інтелектуального капіталу.

Такий варіант розвитку людської цивілізації видається цілком доцільним для дослідження. Оцінювати попит і пропозицію тільки з позицій ринкової економіки стає недоцільно і дуже небезпечно! Можливо, жити в золотому віці виявиться цікавіше, ніж у залізному, а тим більше не хотілося б потрапити в кам'яну епоху.

Висновки

1. У підходах до попиту і пропозиції, крім ринкової моделі, є інші варіанти. Так само можливі інші моделі: достаток і любов (золотий вік) і жорстке протистояння між людьми (кам'яний вік).

2. Після виходу за межі ринкової економіки вірогідні сценарії як золотого віку, так і кам'яної епохи.

3. Коли вирішення проблеми заходить у глухий кут, необхідно повернутися до витоків її виникнення. Цілісний погляд на попит і пропозицію дозволить краще справлятися з управлінням і трансформацією будь-якої економіки.

4. Людина первинна перед інструментами, які вона використовує, у тому числі економічними. Комплексний підхід до попиту і пропозиції дозволить постіндустріальному суспільству м'якше подолати накопичену напруженість і краще вирішувати проблеми на шляху розвитку цивілізації.

Список використаної літератури

1. Агєєв Є.Я., Шахматова Т.В., Піча С.В. Ціноутворення: теорія та практикум: навч. посіб. Львів: Новий-Світ 2000, 2018. 374 с.

2. Библия: Книги Священного писания. Финляндия, 1992. 292 с.

3. Брегель Э.Я. Политическая экономия капитализма: учеб. пособие. Москва: Международные отношения, 1966. 640 с.

4. Закон спроса и предложения. URL: https://ru.wikipedia.org / wiki/%D0**%**97%D0%B0%D0%BA%D0%BE% (дата зіернення 21.02.2020).

5. Золотой век. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki /%D0%97%D0%BE%D0%BB %D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B9_%D0%B2%D0%B5%D0%BA (дата звернення 22.02.2020).

6. Эдуард VIII. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D 0%B4%D1%83%D0%B0%D1%80%D0%B4_VIII (дата звернення 23.02.2020).

7. Економічна теорія: політична економія: підручник / за заг. ред. С.І. Юрія. Київ: Кондор, 2009. 604 с.
8. Кронос. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%81 (дата звернення 23.02.2020).
9. Кушнир В.С., Мазнєв Г.Є., Рижков В.Г. Основи теорії економіки: навч. посіб. Київ: Кондор, 2018. – 229 с.
10. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: учебник: пер. с англ. Москва: Дело, 2002. 702 с.
11. Остапенко В.В. Економіка майбутнього – економіка інтелектуального капіталу, культури та любові. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2017. Вип. 3. С. 3–7.
12. Хейне П. Экономический образ мышления: пер. с англ. Москва: Дело, 1992. 704 с.
13. Политическая экономия: учеб-метод. пособие / редкол.: Г.Я. Кузнецов и др. Москва: Мысль,1985. 412 с.
14. Прометей. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0% (дата звернення 24.02.2020).
15. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва: АСТ, 2019. 1072 с.
16. Стюарт Т. Богатство от ума: деловой бестселлер / пер. с англ. В. Ноздриной. Минск: Парадокс, 1998. 352 с.
17. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: пер. с англ. 2-е изд. Москва: Дело ЛТД, 1993. 864 с.
18. Фромм Э. Душа человека. Москва: Республика, 1992. 430 с.

References

1. Ahyeyev Ye.Ya., Shakhmatova T.V., Picha S.V. (2018). *Tsinoutvorennya: teoriya ta praktykum: navchal'nyy posibnyk* [Pricing: theory and workshop: a textbook]. Lviv, Novyy-Svit, 2000 Publ., 374 p.
2. *Bibliya: Knyhy Svyashchennoho pysannya* (1992) [Bible. Scripture Books]. Finlyandiya, 292 p.
3. Brehel′ E.Ya. (1966). *Politicheskaya ekonomiya kapitalizma* [The Political Economy of Capitalism]. Moscow, Mezhdunarodnyye otnosheniya Publ., 640 p.
4. *Zakon sprosa i predlozheniya* [The law of supply and demand] Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%/ (Accessed 21 February 2020).
5. *Zolotoy vek* [The golden age] Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B9_%D0%B2%D0%B5%D0%BA/ (Accessed 22 February 2020).
6. *Eduard VIII* [Edward VIII] Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%B4%D1%83%D0%B0%D1%80%D0%B4_VIII/ (Accessed 23 February 2020).
7. Yuriya S.I. (2009). *Ekonomichna teoriya: politychna ekonomiya* [Economic theory: political economy]. Kiev, Kondor Publ., 604 p.
8. *Kronos* [Kronos]. Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D1%81/ (Accessed 23 February 2020).
9. Kushnir V.S., Maznyev H.Ye., Ryzhkov V.H. (2018). *Osnovy Teoriyi ekonomiky* [Fundamentals of economic theory]. Kiev, Kondor Publ., 229 p.
10. Meskon M.Kh., Al′bert M., Khedouri F. (2002). *Osnovy menedzhmentu* [Management basics]. Moscow, Delo Publ., 702 p.
11. Ostapenko V.V. (2017). *Ekonomika maybutn'oho - ekonomika intelektual'noho Kapitalu, kul'tury ta lyubovi* [The economy of the future is the economy of intellectual capi-

tal, culture and love]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpryyemnytstvo* [State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship], no. 3, pp. 3-7.

12. Kheyne P. (1992). *Ekonomichnyy obraz myslennya* [Economic way of thinking]. Moscow, Delo Publ., 704 p.

13. Kuznetsov H.Ya. (1985). *Politicheskaya ekonomiya* [Political Economy]. Moscow, Mysl Publ., 412 p.

14. *Prometey* [Prometheus]. Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%/ (Accessed 24 February 2020).

15. Smit A. (2019). *Issledovaniye o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [Research on the nature and causes of the wealth of nations]. Moscow, AST Publ., 1072 p.

16. Styuart T. (1998). *Bogatstvo ot uma: delovoy bestseller* [Wealth from Wit: Business Bestseller]. Mins′k, Paradoks Publ., 352 p.

17. Fisher S., Dornbush R., Shmalenzy R. (1993). *Ekonomika* [Economics]. Moscow, Delo LTD Publ., 864 p.

18. Fromm E. (1992). *Dusha cheloveka* [Human soul]. Moscow, Respublika Publ., 430 p.

DEMAND AND SUPPLY “GOLDEN”, “STONE”, “IRON” CENTURIES AND CENTURY OF INTELLECTUAL CAPITAL

Vasiliy V. Ostapenko, National university “Zaporizhzhia polytechnic”, Zaporizhzhia (Ukraine).

E-mail: vvost2001@ukr.net

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-9

Key words: demand, supply, the law of supply and demand, price, the golden age, the stone age, the iron age and the age of intellectual capital.

The approaches to solving the socio-economic problems of our time are described. Supply and demand lines for the “Golden Age”, “Stone Age” and “Century of Intellectual Capital” are built. These lines complement the supply and demand lines known to us. In 1995, in the US economy, investments in research and development for the first time exceeded investments in tangible fixed assets. On the eve of the 21st century, the dominance of the economy of intellectual capital over the economy of the Iron Age began to manifest itself. However, economists continue to consider only the law of supply and demand characteristic of the Iron Age. This approach is increasingly becoming economically unfeasible. A one-sided approach to supply and demand is associated with the likely realization of catastrophic risks. An extended view of the location of supply and demand lines is offered. It is shown that the existing law of supply and demand is a special case of more general laws. In the “golden age”, supply and demand lines coincide. People get everything at once. In the «Stone Age» people are in poverty, having almost nothing. In the “Iron Age” begins the transition from the “Stone Age” back to the “Golden Age”. The transition from the “Stone Age” again to the “Golden Age” is accelerating sharply in the “age of intellectual capital.” At the same time, on the one hand, it is possible to enter the “new golden age” of human civilization. On the other hand, you can again fall into the “stone age” of human civilization. A purely economic approach to the problem of supply and demand will remove most of the world’s population outside the market economy. Disasters will begin. At the same time, the implementation of apocalyptic scenarios is inevitable. It is shown that in a modern economy, resources are limited. The modern economy is constantly plagued by global economic crises. This is inevitable with a model of thinking taken as a basis in this economy. In the new economy, the abolition of resource constraints will occur. The abolition of resource constraints has led the modern economy to a standstill. The way out of the impasse lies beyond the Iron Age. It is necessary to return to the origins of the problem. A holistic view of the problem avoids the self-destruction scenario. It is necessary to conduct research on forecasting the development of civilization through the implementation of various options for supply and demand.

Одержано 21.08.2020.

УДК 336.76(477)
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-10

В.Є. ТАРАНЕНКО,
кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів
(м. Дніпро)

АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ЗА РИЗИКООРІЄНТОВАНИМ ПІДХОДОМ

У статті розглядається фондовий ринок, як невід'ємна частина фінансового ринку, яка забезпечує мобілізацію грошових коштів та їх оптимальний перерозподіл між учасниками економічних відносин на основі ринкових принципів, реалізуючи у кінцевому підсумку завдання фінансового забезпечення розвитку економіки держави. У процесі здійснення макроекономічного регулювання в умовах достатнього рівня розвитку ринку цінних паперів провідна роль відводиться регулятивним можливостям, які надає саме фондовий ринок. При цьому держава виступає як системоутворюючий фактор. Незважаючи на неоднорідність розвитку національної економіки на даному етапі, держава намагається створювати та удосконалювати нормативно-правову базу, яка б мала у своїй основі єдині для всіх професійних учасників фондової торгівлі умови, а також формувала перспективну стратегію розвитку фондового ринку. На жаль, фондовий ринок на сучасному стані недостатньою мірою виконує свої функції щодо залучення інвестиційних потоків у реальний сектор економіки України. Це характеризує його як інститут з недостатньою функціональною ефективністю, яка зумовлена низькою ефективністю існуючого регулятивного механізму, що, у свою чергу, викликає недовіру потенційних вітчизняних та іноземних інвесторів.

Означені характеристики дають підстави вважати фондовий ринок України ринком, що розвивається та прямує до своїх оптимальних параметрів функціонування. Необхідно враховувати, що державний вплив на ринки, що розвиваються, має бути значно жорсткішим, ніж на розвинених ринках, оскільки тут логічно необхідне суттєве регулятивне навантаження, а також чіткість у формуванні макроекономічної політики в аспекті розвитку фондового ринку. В Україні фондовий ринок перебуває в стадії становлення, для якого властивими є підвищені рівні характерних ризиків, а процес його розвитку здійснюється в умовах постійного реформування. Виходячи з цього, складно недооцінити роль держави в цьому процесі.

З урахуванням вищенаведеного запропоновано здійснювати регулювання фондового ринку на підставі підходу, який зможе враховувати основні ризики, які потенційно можуть загрожувати ефективності здійснення торговельних операцій між учасниками цього ринку.

Виходячи з цього, актуальність даної статті полягає: по-перше, в значимості державного регулювання фондового ринку в сучасних умовах розвитку економіки України; по-друге, відсутністю комплексного дослідження ризикоутворюючих факторів для учасників при здійсненні операцій на фондовому ринку.

Ключові слова: фондовий ринок, регулятивний механізм, регулювання фондового ринку, ризикоутворюючі чинники, ризикоорієнтований підхід.

Постановка проблеми. Регулювання фондового ринку в Україні має бути організовано таким чином, щоб мінімізувати ризики, що є досить складним завданням. Розробка системи регулювання, орієнтованої на мінімізацію інвестиційних ризиків учасників торгівлі, на наш погляд, є одним з головних завдань вдосконалення регулювання фондового ринку в Україні. У статті зроблено спробу удосконалити систему регулювання фондового ринку України, ґрунтуючись на урахуванні ризиків.

Виходячи із сутності державного регулювання фондового ринку, зазначимо, що держава має впливати на фондовий ринок таким чином, щоб забезпечити ефективність процесів перерозподілу фінансових ресурсів через фондовий ринок.

 © В.Є. Тараненко, 2020

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню проблем регулювання фондового ринку приділено увагу у дослідженнях та наукових працях багатьох вчених, серед яких праці О. Барановського, І. Бланка, Т. Гужви [2], М. Кутузова [3], М. Карліна, В. Клименко, В. Корнєєва, М. Крупки, Д. Лук'яненка, І. Лютого, О. Мендрула, О. Мозгового [4], М. Назарчука, В. Опаріна, В. Оскольського, І. Павленко, Р. Рака, В. Столярова, Г. Терещенко, Н. Ткаченко, В. Шелудько та ін. Віддаючи належне науковим напрацюванням зазначених вчених, зауважимо, що результати проведених досліджень не можуть повною мірою задовольнити потреби теорії і практики розвитку фондового ринку. Дотепер недостатньо досліджено природу фондового ринку з позиції регулювання процесів, які відбуваються на ньому, що ускладнює визначення його місця й ролі в системі економічних відносин; потребує наукового осмислення та обґрунтування функціонування фондового ринку як механізму мобілізації, концентрації та перерозподілу фінансових ресурсів країни;

Метою статті є обґрунтування напрямів вдосконалення регулювання українського фондового ринку, з урахуванням ризикоорієнтованого підходу, для забезпечення сталого розвитку економічних відносин між суб'єктами фондового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відзначимо, що наявні в даний час в Україні умови для акумулювання та інвестування фінансових ресурсів, що є у населення і юридичних осіб, не ідеальні. Аналітики підкреслюють той факт, що сучасний стан і результати діяльності українського фондового ринку не забезпечують потреби економіки в інвестиційних ресурсах і так само не сприяють активізації інвестиційних процесів. Т.О. Гужва наголошує на «…необхідності розвитку конкуренції не тільки між учасниками ринку цінних паперів, а й між учасниками банківського ринку і ринку цінних паперів, оскільки ці два сегменти фінансового ринку переслідують ряд загальних цілей і реалізують однакові функції» [2]. Така конкуренція підвищує не тільки якість ринкового саморегулювання і створює передумови для побудови більш досконалої моделі державного регулювання.

Через фондовий ринок України перерозподіляється досить великий обсяг фінансових ресурсів. Так, у 2017 р. сумарний обсяг інвестицій, залучених українськими підприємствами на внутрішньому та зовнішньому ринках цінних паперів, склав 10,6 млрд дол. США, з них 8,3 млрд дол. США шляхом розміщення корпоративних облігацій та 2,3 млрд дол. США шляхом розміщення акцій. Причому цей показник збільшується з кожним роком: у 2018 році – 11,1 млрд дол. США, в 2019 році – 11,2 млрд дол. США [7].

У той же час розмір ринку цінних паперів, що виражається в тому числі у зміні розмірів капіталізації ринку, який з 2015 по 2018 рр. збільшився у 2,6 раза, та зміні співвідношення капіталізації ринку цінних паперів і ВВП з 2015 по 2018 р. в 1,2 рази, свідчить про динамічне збільшення складової фондового ринку в обсязі залучених інвестиційних ресурсів. Розрахунки показують, що капіталізація українського ринку цінних паперів становить 70% ВВП, що відповідає розвиненим світовим ринкам [6].

Таким чином, темпи зростання ринку цінних паперів свідчать про динамічні процеси фондового ринку, причому розвиток українського фондового ринку поступово забезпечує всі великі альтернативні можливості залучення/розміщення (перерозподілу) грошових коштів. Ці обставини створюють передумови для вдосконалення державного регулювання фондового ринку в Україні.

За даними МВФ, втрати, що виникають в результаті криз, періодичних потрясінь та шахрайств на фондовому ринку, оцінюються десятками відсотків ВВП та роками, необхідними для досягнення стійкого розвитку [3].

На наш погляд, вдосконалення регулювання фондового ринку має бути спрямоване на оптимальне поєднання раннього запобігання криз і оцінки ризиків виникнення криз. Причому, перш за все, необхідно проаналізувати загрози, що сприяють накопиченню та реалізації того чи іншого ризику. На даний час у літературі ці загрози називають ризикоутворюючими факторами, під якими розуміють процеси і явища, що

сприяють виникненню того чи іншого виду ризику. Фондовий ринок не є винятком і зазнає впливу багатьох чинників, при несприятливому впливі яких виникають відповідні ризики.

Абстрагуючись від класифікацій ризикоутворюючих факторів, перерахуємо та охарактеризуємо основні фактори-загрози, що викликають ризики на фондовому ринку. Слід звернути увагу, що передбачити всі ризикоутворюючі фактори досить складно, оскільки на один ризик може впливати до 1000 факторів. У рамках даної статті розглянемо укрупнені фактори.

Перш за все, відзначимо недостатню визначеність макроекономічної політики України, що є одним з внутрішніх факторів, який впливає на стійкість розвитку фондового ринку. Цей факт проявляється у превалюванні «завдань над цілями»: завдання щодо зниження інфляції останнім часом виходить на перший план порівняно з метою якісного економічного зростання, що створює напруженість у всіх сферах фінансового ринку, в тому числі і на фондовому ринку. О. Мозговий зазначає, що «..при більш злагодженій роботі органів влади щодо досягнення економічного зростання, при однозначному підході до його розвитку, міжнародні рейтингові агентства присвоїли б Україні рейтинг вище як мінімум на дві позиції»[4]. Даний фактор-загроза належить до так званих інтегральних ризикоутворюючих факторів макроекономічного рівня.

Зміну курсу гривні у відношенні до провідних світових валют можна розцінювати і як фактор-позитив, і як фактор-загрозу. У першому випадку він буде реалізовуватись при підвищенні курсу гривні для гривневих інвесторів або при зниженні курсу гривні для валютних інвесторів, оскільки крім, прямої прибутковості портфельних інвестицій, утворюється ще й валютна різниця, яка в даних випадках буде мати позитивний ефект. Як фактор-загрозу зміна курсу розглядається при протилежній ситуації. Цей фактор здійснює посилений вплив особливо в країнах, де фінансові ринки розвиваються, тому на нього слід звернути особливу увагу.

Рівень інфляції так само можна розглядати двояко, оскільки для емітентів боргових цінних паперів інфляційний процес позначиться позитивно. Однак такий фактор, як інфляційні очікування, як правило, справляє стимулюючий для кризових явищ ефект.

Недоліки інфраструктурного забезпечення фондового ринку істотно стримують його розвиток і, крім того, створюють перешкоди для адекватного управління ризиками. Так, в Україні відсутні ефективні фінансові інструменти страхування (мінімізації) ризиків портфельних інвесторів, що, у свою чергу, тягне за собою незадоволення потреб в довгострокових фінансових ресурсах.

Зміна ставки рефінансування, а також процентних ставок на світовому фінансовому ринку є ризикоутворюючим фактором процентного ризику на фондовому ринку як державних корпорацій, так і приватних українських інвесторів, які за умов дефіциту довгострокових ресурсів усередині країни нарощують зовнішні запозичення. Іншими словами, можна говорити так само і про ризик залежності від потоків міжнародних капіталів.

Переважання нерезидентів на національному фондовому ринку здатне передавати негативні зовнішні імпульси та сприяти поширенню ланцюгової реакції міжнародних криз.

Розміщення акцій великих українських емітентів за кордоном, особливо якщо мова йде про лібералізацію операцій з капіталом, є також негативним явищем. Таку ситуацію слід розцінювати як ризикоутворюючий фактор в умовах прояву значної кореляції фондових індексів в Україні та інших країнах, що розвиваються.

Політична обстановка в країні також виступає джерелом ризику. Очікувані події, активно обговорювані учасниками фондового ринку, як правило, враховуються в цінах фондових інструментів.

Психологічні чинники впливають на дії учасників фондового ринку. Суб'єктивна інтерпретація учасниками різних подій, що вимагає діяти на випередження, впливає на стан фондового ринку, призводячи в окремих випадках до дестабілізації його кон'юнктури.

Проведення великих угод є серйозною проблемою, як для професійних учасників ринку цінних паперів, так і для бірж. Витік інформації при виконанні великих заявок провокує спекуляції щодо реальної вартості цінних паперів.

Сфера управління професійними учасниками ринку цінних паперів може стати ризикоутворюючим фактором при необґрунтованому втручанні афілійованих осіб та інсайдерів, нечіткому розподілі повноважень в апараті управління учасників фондового ринку [1].

Слід зауважити, що сформульовані та охарактеризовані нами ризикоутворюючи фактори на фондовому ринку не становлять вичерпний перелік, проте вони є основними дестабілізуючими погрозами, які підвищують негативні очікування і здатні стати детонатором кризи на фондовому ринку.

Відзначимо ще раз, що сучасний стан фондового ринку здатний послабити дію деяких дестабілізуючих факторів. Цю можливість надає стійке зростання економіки та фондового ринку, вдосконалення його інституційної структури, використання методів раннього попередження та оцінки ризиків, а також превентивні дії органів регулювання ринку. Аналіз і оцінка виявлених ризикоутворюючих факторів дає можливість попередити кризові потрясіння на фондовому ринку. Важливо якісно здійснити прогнозування розвитку внутрішніх і зовнішніх чинників-загроз, що визначають ризик виникнення кризи, та провести комплекс превентивних заходів. Це дозволить попередити виникнення кризи і знизити збитки в результаті її реалізації.

Таким чином, існує ймовірність розвитку двох варіантів подій. Перший - при реагуванні на події, які вже відбулися у вигляді ризиків і кризи, і в даному випадку можливе лише зниження або пом'якшення впливу наслідків. Другий – реалізація заходів, спрямованих на зміцнення фондового ринку, активно, з попереджувальним акцентом, що дозволить нейтралізувати ймовірність виникнення кризи. Природно, другий варіант найбільш прийнятний. Однак для його втілення потрібна координація зусиль учасників фондового ринку та органів влади. Система попередження криз, на наш погляд, повинна бути встановлена в законодавчому порядку, а повноваження органів, що здійснюють її функціонування, повинні мати чіткі положення.

Таким чином, ми підійшли до необхідності впровадження в Україні такої системи державного регулювання фондового ринку, яка б використовувала ризикоорієнтований підхід з превентивним акцентом. Пропонуємо цю систему назвати ризикоорієнтованою превентивною системою регулювання фондового ринку. Вводячи це поняття, маємо на меті створити концепцію попередження кризових потрясінь на фондовому ринку.

Річ у тім, що в Україні системний підхід до попередження ризиків тільки складається. Відзначимо, що лідируючу позицію щодо впровадження превентивних заходів, спрямованих на зміцнення підвідомчої системи, займає Національний Банк України (НБУ). У даний час НБУ впроваджує проактивний ризикоорієнтований нагляд і, в першу чергу, систему раннього попередження та раннього реагування. На наш погляд, доцільно впроваджувати аналогічну систему для фондового ринку. Адже від стійкості фондового ринку України залежить в цілому конкурентоспроможність нашої держави.

Фахівці відзначають великий потенціал українського фондового ринку. Так, Голова ради директорів Credit Agricole Домінік Лефевр вважає, що в Україні існує 58 компаній із загальною капіталізацією 50 млрд дол. США, які могли б здійснити IPO на українському фондовому ринку. Ці цифри говорять про необхідність підвищення ефективності та конкурентоспроможності фондового ринку України [11].

Одним з дійсно важливих показників конкурентоспроможності ринку цінних паперів є обсяг оборотів торгівлі акціями. На сьогодні співвідношення обсягу торгів українськими паперами на українських і іноземних біржах склало 63,5 на 36,5%, як випливає зі статистики, підготовленої для комітету з фінансових ринків УМВБ [12]. Рік тому картина була майже прямо протилежною – 75% торгового обороту припадало на західні майданчики, а 25% – на українські [12]. Значна зміна співвідношення оборотів

торгів на користь українських майданчиків відображає підвищення конкурентоспроможності українського ринку цінних паперів.

Фахівці з оцінки конкурентоспроможності національного фондового ринку використовують для розрахунків показник співвідношення обсягу коштів, залучених емітентами в результаті проведення IPO в Україні до загального обсягу коштів, залучених емітентами в результаті IPO. Дійсно, цей показник характеризує ступінь довіри з боку емітентів до українського фондового ринку. А рівень довіри безпосередньо залежить від якості його регулювання для створення умов сталого його функціонування. Цифрові дані говорять про те, що з 21 IPO, проведених українськими компаніями, 13 пройшло на Лондонській фондовій біржі, 5 – на Нью-Йоркській фондовій біржі, 3 – на NASDAQ [10].

Таким чином, на сучасному етапі в Україні слід вводити систему, яка дозволила б не тільки контролювати і наглядати за учасниками фондового ринку, а й сприяла б подальшим позитивним тенденціям в розвитку інвестування.

На наш погляд, це має бути ризикоорієнтована превентивна система регулювання фондового ринку, яка з організаційної точки зору являє собою цілісну сукупність елементів, регулярно взаємодіючих між собою за допомогою методів, заходів та засобів, які забезпечують своєчасне запобігання ризикам-загрозам на національному фондовому ринку.

Метою ризикоорієнтованої превентивної системи регулювання фондового ринку є створення стійкого механізму функціонування фондового ринку. Обґрунтування необхідності та можливості попередження кризових потрясінь на фондовому ринку України служить відправною точкою для розробки підходів щодо створення пропонованої системи.

Особливістю пропонованої нами системи є можливість оцінити загальну стійкість фондового ринку до ризиків в даний час та спрогнозувати потенційні ризики в майбутньому. Регулюючому органу пропонуємо відвести роль оперативного реагування щодо виявлення проблеми (ризикоутворюючі фактори) шляхом рекомендацій та коригуючих заходів. Регулятор має концентрувати свою увагу на перевірці угод, які несуть у собі підвищений ризик. Наприклад, можна запропонувати створити в НКЦПФР підрозділ, функціями якого стали прогнозування та моделювання розвитку фондового ринку при реалізації кожної великої угоди, в тому числі при здійсненні IPO. Тим більше, з квітня 2018 р. діє постанова НКЦПФР, що зобов'язує компанії мінімум 30% акцій продати в Україні, причому вартість для інвесторів повинна бути єдиною на місцевому та зарубіжному ринках [9].

До числа базових елементів ризикоорієнтованої превентивної системи регулювання фондового ринку віднесемо об'єкт, суб'єкт та механізм її функціонування.

Під об'єктом системи зазвичай розуміється те, з приводу чого виникають відносини між суб'єктами системи. З цієї точки зору в ролі об'єкта пропонованої системи виступає ризик-загроза, яка здатна заподіяти ту чи іншу шкоду фондового ринку в цілому та інвесторам зокрема.

Суб'єктами ризикоорієнтованої превентивної системи регулювання фондового ринку, на наш погляд, є:

- по-перше, держава як власник ресурсів, учасник регулювання і творець нормативно-правових актів;
- по-друге, НКЦПФР як орган безпосереднього регулювання фондового ринку і провідник політики в галузі інвестування;
- по-третє, юридичні та фізичні особи – учасники ринку цінних паперів, емітенти, позичальники і інвестори.

Механізмом прийнято називати сукупність способів, методів, форм і процесів, за допомогою яких забезпечується функціонування системи і визначається порядок взаємовідносин між її складовими елементами. З дотриманням цього визначення в ризикоорієнтованій системі регулювання фондового ринку взаємодія між суб'єктом і

об'єктом відбувається в межах правових норм, які регулюють вплив на учасників фондового ринку. У зв'язку з цим вже на стадії ліцензування учасників фондового ринку з боку держави створюються умови для функціонування цілісного механізму пропонованої нами системи регулювання, здатного запобігти або припинити дію ризикоутворюючих факторів. Як приклад до компонентів механізму системи можна віднести вимоги НКЦПФР, що пред'являються в процесі ліцензування діяльності професійних учасників, ринку цінних паперів в частині мінімальної величини статутного капіталу і т. ін. При здійсненні професійної діяльності елементами механізму системи повинні виступати обов'язкові економічні нормативи, що вводяться НКЦПФР в рамках пруденційного регулювання. Відзначимо, що цей захід дозволяє проаналізувати ризикованість здійснюваної професійними учасниками політики.

На наш погляд, необхідно ввести такі вимоги до механізму ризикоорієнтованої превентивної системи регулювання фондового ринку:

1. Організація механізму повинна забезпечувати послідовність і регулярність вжитих заходів з метою захисту від ризиків-загроз. Для досягнення цієї вимоги виникає необхідність створення комплексу заходів і засобів збору інформації про зміни, які відбуваються, що дозволить своєчасно та найбільш ефективним способом виявити «вузьке місце» в функціонуванні фондового ринку. Отже, взаємодія суб'єкта та об'єкта системи повинна починатися з етапу збору даних, в ході якого формується необхідна інформаційна база про діяльність учасника фондового ринку.

2. Механізм повинен своєчасно виявляти ризикоутворюючі фактори і пропонувати варіанти вирішення виявлених проблем. Для виконання цієї вимоги необхідно своєчасно проводити ретельний аналіз зібраних даних, потім за допомогою інструментарію теорії ймовірності та математичних методів проводити оцінку можливих варіантів нейтралізації загроз. Далі необхідно обрати найбільш ефективне легітимне рішення.

У підсумку механізм ризикоорієнтованої превентивної системи регулювання фондового ринку можна визначити як сукупність нормативно-правових актів, методів, заходів і засобів, за допомогою яких суб'єкти системи забезпечують запобігання появи загроз за рахунок своєчасного аналізу ризикоутворюючих чинників, з метою захисту стійкості функціонування фондового ринку.

Як зазначалося вище, впровадження на практиці превентивної системи регулювання фондового ринку дозволить визначити найбільш значущі напрями та обрати оптимальний комплекс заходів щодо недопущення ризиків.

Для оцінки зовнішніх ризиків необхідно використовувати економічні огляди міжнародних організацій, зокрема такі як Перспективи світового розвитку (WEO) і Доповідь про стабільність світових фінансів (GFSR) МВФ, Доповідь про світові інвестиції (WIR) ЮНКТАД, а також щорічні доповіді та статистичні збірники. Останнім часом зросла кількість центральних банків розвинених країн, які регулярно публікують свої дослідження, присвячені аналізу загроз стабільності національного фінансового ринку і його інституційних учасників. З 2014 р. НБУ щорічно публікує звіт «Про фінансову стабільність». Важливою умовою запобігання криз є своєчасне подання і поширення стандартизованої інформації про стан економіки і фінансів держав та економічних суб'єктів, забезпечення прозорості не тільки інформаційних даних, але і прийнятих рішень. Оцінка діяльності учасників фондового ринку з точки зору його відповідності існуючим стандартам дозволяє підвищити якість прийнятих політичних, економічних, в тому числі інвестиційних рішень.

Для оцінки поточного рівня ризику, очікуваного значення зниження ризиків і рівня залишкових ризиків логічно розрахувати: по-перше, розмір збитку, який може бути нанесений в результаті певної події-ризику; по-друге, ймовірність виникнення події-ризику з визначеною ціною ризику в результаті реалізації певної комбінації загроз; по-третє, математичне очікування виникнення події-ризику з визначеною ціною і ймовірністю цієї події.

Висновки. Отже, провівши дослідження доцільності і можливості управління фондовим ринком та його взаємодії з елементами ризикоорієнтованої превентивної системи, можна зробити такі висновки:

1. Необхідне створення чіткої й адекватної законодавчої бази, яка б враховувала інтереси всіх суб'єктів системи. Відзначимо, що в законодавстві не має бути дублювання функцій в даній сфері.

2. Регулюючі органи мають чітко відстежувати ризикоутворюючі чинники, які здатні спровокувати ситуацію, що підриває стійкість фондового ринку, і так само визначати їх кореляцію з ризиками. Слід зауважити, що акцент має бути зроблений саме на нівелюванні, а краще, недопущенні впливу будь-якого фактора-ризику на функціонування фондового ринку.

3. Здійснювати емпіричне визначення та вибір методів, заходів і засобів, за допомогою яких можливе недопущення впливу ризикоутворюючих факторів на функціонування фондового ринку.

4. Провадити подальше вдосконалення механізму, за допомогою якого має реалізовуватися превентивна система з метою збільшення потенціалу та гнучкості регулювання фондового ринку.

Реалізація зазначених заходів здатна привести до комплексної, системної та цілеспрямованої взаємодії суб'єктів системи з метою забезпечення адекватного захисту інвесторів від загроз і їх наслідків та більш ефективного функціонування фондового ринку.

Список використаних джерел

1. Берт С. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»: порівняльні коментарі до деяких положень щодо розкриття інформації на фондовому ринку та використання інсайдерської інформації [Електронний ресурс]. *Юрид. радник*. 2016. № 3. С. 1–8. URL: http: www.yurradnik.com.ua/stride/ur/?m=authors&aut=519&art=309. – Заголовок з екрану.

2. Гужва Т.О. Роль фондового ринка в економіці України. *Держава та регіони*. 2004. № 3. С. 23–27. (Серия: Економіка підприємства).

3. Кутузова М.М. Проблеми формування та регулювання фондового ринку України. *Наук. вісн. Чернів. нац.ун-ту ім. Ю.Федьковича*. 2015. Вип. 750. С. 107–111. (Серія: Економічні науки).

4. Мозговий О.М. Фондовий ринок: навч. посіб. для студ. К.: КНЕУ, 1999. 316 с.

5. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Про затвердження Положення про саморегулювання організації професійних учасників фондового ринку (Із змінами, внесеними згідно з Рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку №1609 (z1350-11) від 08.11.2011) [Електронний ресурс]. URL: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0458-09

6. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. 2018 Український фондовий ринок: впевненість, стійкість та зростання [Електронний ресурс]. URL: http://www.nssmc. user_files/content/58/ 1340015412.pdf

7. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Відомості про фондовий ринок України [Електронний ресурс]. URL: http://www.nssmc.gov.ua/fund/info

8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

9. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР) [Електронний ресурс]. URL: www.nssmc.gov.ua

10. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. URL: http://www.worldbank.org

11. Офіційний сайт Українського бізнес-ресурс [Електронний ресурс]. URL: www.ubr.ua

12. Річна звітність: звіти НКЦПФР: Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. URL: www.nssmc.gov.ua/activities/annual

References

1. Bert S. Zakon Ukrayiny «Pro tsinni papery ta fondovyy rynok»: porivnyal′ni komentari do deyakykh polozhen′ shchodo rozkryttya informatsiyi na fondovomu rynku ta vykorystannya insayders′koyi informatsiyi [Elektronnyy resurs]. *Yuryd. radnyk.* 2016. № 3. P. 1-8; Rezhym dostupu:http: //www.yurradnik.com.ua/stride/ur/?m=authors&aut=519&art=309.

2. Huzhva T.O. Rol′ fondovoho rynka v ekonomitsi Ukrayiny / T.O. Huzhva // *Derzhava ta rehiony*. 2004. № 3. S. 23-27. (Seryya: Ekonomika pidpryyemstva).

3. Kutuzova M.M. Problemy formuvannya ta rehulyuvannya fondovoho rynku Ukrayiny. *Nauk. visn. Cherniv.nats.un-tu im.YU.Fed'kovycha*. 2015. Vyp. 750. S. 107-111. (Seriya: Ekonomichni nauky).

4. Mozhovyy O.M. Fondovyy rynok: navch. posib. dlya stud. K.: KNEU, 1999. 316 s.

5. Natsional′na komisiya z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku. Pro zatverdzhennya Polozhennya pro samorehulyuvannya orhanizatsiyi profesiynykh uchasnykiv fondovoho rynku (Iz zminamy, vnesenymy z·hidno z Rishennyam Derzhavnoyi komisiyi z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku №1609 (z1350-11) vid 08.11.2011). URL: Rezhym dostupu: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0458-09

6. Natsional′na komisiya z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku. 2018 Ukrayins′kyy fondovyy rynok: vpevnenist′, stiykist′ ta zrostannya. URL: http://www.nssmc. user_files/ content/58/ 1340015412.pdf

7. Natsional′na komisiya z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku. Vidomosti pro fondovyy rynok Ukrayiny. URL: http://www.nssmc.gov.ua/fund/info

8. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

9. Ofitsiynyy sayt Natsional′noyi komisiyi z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku (NKTSPFR). URL: www.nssmc.gov.ua

10. Ofitsiynyy sayt Svitovoho banku. URL: http://www.worldbank.org

11. Ofitsiynyy sayt Ukrayins′koho biznes-resurs. URL: www.ubr.ua

12. Richna zvitnist′: zvity NKTSPFR: Natsional′na komisiya z tsinnykh paperiv ta fondovoho rynku. URL: www.nssmc.gov.ua/activities/annual

ASPECTS OF STOCK MARKET REGULATION OF UKRAINE BY RISK-ORIENTED APPROACH

Victoriia E. Taranenko, University of Customs and Finance, Dnipro (Ukraine).
E-mail: vikitarik@gmail.com

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-10

Key words: stock market, regulatory mechanism, stock market regulation, risk-generating factors, risk-oriented approach.

The article considers the stock market as an integral part of the financial market, which ensures the mobilization of funds and their optimal redistribution between participants in economic relations on the basis of market principles, ultimately implementing the task of financial support for economic development. In the process of macroeconomic regulation in the conditions of a sufficient level of development of the securities market, the leading role is assigned to the regulatory opportunities provided by the stock market. At the same time, the state acts as a system-forming factor. Despite the heterogeneity of the national economy at this stage, the state is trying to create and improve the regulatory framework, which would be based on the same conditions for all professional participants in stock trading, as well as form a promising strategy for stock market development. Unfortunately, the stock market in its current state does not sufficiently perform its functions to attract investment flows into the real sector of Ukraine's economy. This characterizes it as an institution with insufficient functional efficiency, which, in our opinion, is due to the low efficiency of the existing regulatory mechanism, which, in turn, causes distrust of potential, both domestic and foreign investors.

These characteristics give us reason to believe that the stock market of Ukraine is an emerging market, which is on the way to its optimal operating parameters. It should be borne in mind that government influence on emerging markets should be much stronger than in the case of developed markets, as it logically requires a significant regulatory burden, as well as clarity in the formation of macroeconomic policy in terms of stock market development. In Ukraine, the stock market is in its infancy, which is characterized by increased levels of characteristic risks, and the process of its development is carried out in conditions of constant reform. Based on this, it is difficult to underestimate the role of the state in this process.

In view of the above, we propose to regulate the stock market on the basis of an approach that can take into account the main risks that may threaten the effectiveness of trading operations between market participants.

Based on this, the relevance of this article is: first, to justify the importance of state regulation of the stock market in modern conditions of economic development of Ukraine; secondly, the lack of a comprehensive study of risk factors for participants in transactions in the stock market.

Одержано 3.09.2020.

УДК 369.5
DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-11

В.Я. ШВЕЦЬ,
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту
Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»

КОНЦЕПЦІЯ ОЦІНКИ АДЕКВАТНОСТІ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Стаття присвячена дослідженню методологічних основ для оцінки адекватності пенсійного забезпечення. На підставі аналізу літературних джерел надано визначення адекватності пенсійного забезпечення та виявлено, що адекватність пенсійної системи слід розглядати багатовимірно. Актуальність цього дослідження полягає у розгляді питань щодо концепції адекватності пенсійного забезпечення та розробки відповідного показника виміру адекватності та ефективності пенсійного забезпечення.

У статті відзначено два підходи до оцінки адекватності пенсійних виплат, де один базується на цільових ставках заміщення, а інший – ґрунтується на бюджетуванні та встановлені трьох компонентів виміру адекватності пенсійного забезпечення, такі як захист від бідності, згладжування споживання та різниця в адекватності пенсійного забезпечення між статями. Перший компонент виміру характеризує ступінь, якою пенсійна система захищає людей похилого віку від бідності, а другий – допомагає оцінити рівень доходу чи споживання протягом періоду виходу на пенсію.

Визначено, що перші два компоненти виміру відграють головну роль в оцінці адекватності пенсій, у той час як третій компонент виміру відграє лише другорядну роль, тому що він розглядає диспропорції між пенсійними виплатами чоловіків та жінок в контексті перших двох компонентів. За допомогою кореляційного аналізу було виявлено, що перший та другий компоненти виміру адекватності пенсійного забезпечення можуть оцінюватися спільно, тоді як третій компонент виміру слід оцінювати окремо.

Беручи до уваги факт, що рівень заміщення, розрахований за середніми показниками, може бути недостатнім показником адекватності пенсії, пенсійну систему було розглянуто з двох позицій: макромасштабної та мікромасштабної.

За допомогою двох показників доходу, що вимірюють згладжування споживання, таких як сукупний коефіцієнт заміщення, розрахований за середніми показниками, та відносний медіанний доход, був розроблений альтернативний показник виміру адекватності пенсійного забезпечення, а саме простий синтетичний показник адекватності пенсій.

Ключові слова: пенсійне забезпечення, пенсійна система, адекватність пенсійних виплат, коефіцієнт заміщення, модель життєвого циклу.

Актуальність проблеми. Достатній рівень пенсійного забезпечення – це питання, яке викликає загальне занепокоєння та зачіпає людей у всьому світі. Багато економічних, демографічних та політичних факторів впливають на рівень пенсійного забезпечення країни. За останні тридцять років у всьому світі було усвідомлено важливість вдосконалення пенсійної системи. Розроблено певні механізми у формі соціальної підтримки осіб, які вийшли на пенсію, втратили годувальника або втратили працездатність. Однак триває дискусія щодо різних заходів покращання рівня адекватності пенсійного забезпечення.

Адекватність пенсійного забезпечення, разом з фінансовою стабільністю та модернізацією, є однією з цілей пенсійної системи. Адекватність, як правило, пов'язана із «рівнем щедрості» пенсійної системи, проте в наш час її оцінка не може бути зведена лише до рівня пенсійних виплат. Питання полягає в тому, чи повинна така оцінка

© В.Я. Швець, 2020

зосереджуватися тільки на адекватності доходу пенсійної системи чи на адекватності споживання пенсійної системи, або на адекватності обох – доходу та споживання.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Аналізу адекватності пенсійного забезпечення було присвячено праці таких зарубіжних вчених, як А. Біггс [1], Г. Спрінгстед [1], Р. Хольцманн [2], М. Фрідман [3], Т. Гансен [4] та С. Рохведер [5]. Серед українських вчених цій проблематиці присвячено дослідження С. Матвєєва [6], Г. Музиченко [6], О. Коваля [7], Л. Єлісєєвої [8] та А. Дутчак [9].

Акутальність теми визначення рівня адекватності пенсійного забезпечення обумовлена вирішенням таких питань: Як слід розглядати адекватність пенсійної системи, як одновимірну чи багатовимірну? Як це слід вимірювати? Чи є коефіцієнт заміщення надійним показником виміру адекватності та ефективності пенсійного зебезпечення?

Метою статті є створення методологічної основи для оцінки адекватності пенсійного забезпечення, яка враховує складність цієї концепції та розробку альтернативного показника вимірювання рівня адекватності.

Виклад основного матеріалу дослідження. При аналізі адекватності пенсійного забезпечення можна виділити два підходи, які відповідають її різним вимірам. Перший зазвичай включає пенсійний доход, який повинен відображати рівень розподілу доходів протягом життєвого циклу. Вимір адекватності пенсії, що застосовується у цьому підході – це рівень заміщення. Другий підхід, крім доходу, також передбачає рівень витрат серед пенсіонерів або в їх домогосподарствах. Огляд емпіричних досліджень у галузі адекватності пенсійного забезпечення призводить до висновку, що більшість аналізів є одновимірними, і вони включають лише один показник адекватності пенсії, який є коефіцієнтом заміщення, хоча і визначається різними способами. У найбільш загальному розумінні коефіцієнт заміщення можна охарактеризувати як відсоток виплаченого передпенсійного доходу [1].

У статті розглядаються два підходи до аналізу адекватності пенсій: один базується на цільових ставках заміщення, а інший – на бюджетуванні. Цільовий рівень заміщення, на відміну від класичного рівня заміщення, враховує переважно матеріальні потреби пенсіонерів як основу для визначення цільового рівня заміщення, який необхідний при виході на пенсію, щоб підтримувати той самий стандарт життя, як у робочі роки людини. Однак цей показник навряд чи є хорошим показником адекватності пенсійної системи при аналізі між країнами, оскільки він вимірює бажаний, а не фактичний доход пенсіонерів. Підхід до складання бюджету враховує витрати, які пенсіонери повинні витратити за свій пенсійний період. Методологія бюджетування використовує розробку бюджетного стандарту, який, як правило, означає суміш нормативних суджень щодо потреб та емпіричних даних із зазначенням уподобань [2].

Для того, щоб оцінити, чи є рівень заміщення комплексним та достатнім показником адекватності пенсії, необхідно визначити, що таке адекватність пенсії. Спочатку охарактеризуємо пенсійну систему з двох позицій. У макромасштабі вона служить інструментом розподілу поточного ВВП між працюючим поколінням та пенсіонерами. Такий підхід обумовлює, що майбутній ВВП має вирішальне значення в аналізі пенсійної системи, оскільки споживання майбутніх пенсіонерів буде генеруватися тим, що буде вироблятися в майбутньому, головним чином поколінням їхніх дітей.

З точки зору окремої людини, тобто в мікромаштабі, пенсійна система є інструментом розподілу доходів протягом життєвого циклу або інструментом згладжування споживання за період економічної діяльності до періоду старості. Таким чином, теоретичні основи визначення пенсійної системи в мікромасштабі випливають із теорії споживання та заощадження, включаючи модель життєвого циклу та гіпотезу постійного доходу [3].

Спільною рисою обох гіпотез є згладжування споживання особою на основі її очікувань щодо майбутнього розвитку певних економічниї параметрів, включа-

ючи доход. Однак слід зазначити, що модель життєвого циклу зазвичай формує основи для аналізу пенсійної системи та аналізу рішення щодо пенсій з точки зору окремої людини чи домогосподарства. Інструментом забезпечення адекватності пенсії, незалежно від того, як вона визначається та вимірюється, безсумнівно, є загальновизнаний пенсійний доход, який забезпечує споживання на адекватному рівні.

Тоді питання полягає в тому, чи слід вимірювати адекватність пенсії доходом пенсіонера або рівнем його споживання, або, можливо, обома. Різниця між доходом та споживанням, як у період економічної діяльності, так і під час виходу на пенсію, полягає в економії грошей. Хоча мета економії грошей очевидна під час економічної діяльності, це накопичення пенсійного багатства, яке буде спожито протягом виходу на пенсію, заощадження вже не є важливим під час періоду виходу на пенсію, якщо, звичайно, особа не бажає економити гроші для того, щоб залишити достатньо великий заповіт.

Це узгоджується з моделлю життєвого циклу, коли людина, припускаючи, що немає невизначеності щодо тривалості життя, використовує свої заощадження таким чином, щоб повністю їх споживати. Альтернативою припущенню про фіксовану тривалість життя є довічна рента, яка виключає ризик занадто короткого або занадто довгого терміну життя та вплив тривалості життя на рівень доходу пенсіонера. Таким чином, людина може згладити своє споживання протягом усього свого життя. Однак слід зазначити, що згладжування споживання, яке є одним із вимірів адекватності пенсій, не автоматично усуває ризик бідності, що є іншим важливим виміром пенсійного забезпечення [4, 5].

У випадку системи, що базується на моделі чистого визначеного внеску, де пенсія є похідною від заощаджень, особа, яка приносила низький доход протягом свого періоду економічної діяльності, все одно буде отримувати низький доход протягом періоду виходу на пенсію, навіть незважаючи на належне згладжування його споживання. Це важливий аргумент на користь використання багатовимірного підходу в аналізі адекватності пенсій, який оцінює ризик бідності поряд із згладжуванням споживання.

Синтезуючи визначення адекватності пенсійного забежпечення, які були надані зарубіжними та вітчизняними вченими, можна констатувати, що адекватність пенсійного забезпечення слід сприймати як багатовимірну категорію, яка складається з таких трьох компонентів:

1. Захист від бідності.
2. Згладжування споживання.
3. Різниця в адекватності пенсійного забезпечення між чоловіками та жінками.

Перший та другий компоненти виміру є найбільш важливими для оцінки адекватності, тоді як третій компонент виміру є другорядним, оскільки стосується диспропорцій між чоловіками та жінками в контексті перших двох компонентів виміру: бідність та згладжування споживання. Адекватність пенсій справді охоплює перші два виміри не лише щодо загальної кількості пенсіонерів, але й окремо для чоловіків та жінок. Лише шляхом порівняння адекватності за статтю, можна оцінити третій компонет виміру пенсійного забезпечення [10].

Перший компонент виміру адекватності пенсійного забезпечення характеризує ступінь, в якому пенсійна система захищає людей похилого віку від бідності. Цей вимір жодним чином не стоується періоду економічної діяльності або доходу, створеного протягом цього періоду, оскільки, згідно з визначеннями адекватності, пенсійна система повинна забезпечувати такий доход у старості, який би захищав людину від бідності незалежно від її професійної діяльності чи історії доходів. Очевидно, метою пенсійної системи є повний захист старшого покоління від бідності, що, однак, навряд чи можливо на практиці [11].

Другий компонент виміру стосується періоду економічної діяльності, який є точкою відліку для оцінки рівня доходу чи споживання протягом періоду виходу на пенсію. Однак тут виникає серйозна проблема, тому що важко базувати міжнародний аналіз на порівняльних даних щодо споживання осіб пенсійного віку. Отже, для того, щоб оцінити споживання, слід застосовувати рівень доходу та рівень згладжування споживання в життєвому циклі, виміряний мінливістю доходу протягом усього життєвого циклу. Це, звичайно, спрощення, але це необхідно при аналізі між різними країнами для того, щоб привести їх до однакового знаменника та зробити їх порівнянними. Слід також зазначити, що оптимальні значення рівня доходу або споживання є складними для ідентифікації.

У випадку першого компонента виміру адекватності пенсій вважається, що найбільш репрезентативним показником є показник ризику бідності для пенсіонерів. Що стосується іншого компоненту виміру адекватності пенсій, то існують два основні заходи, базовані на доходах: рівень заміщення, який найчастіше використовується в дослідженнях, що обговорює адекватність пенсії, а також відносний показник медіанного доходу для населення у віці 60 років та старше. Оскільки рівень заміщення розраховується як середній доход осіб, заробіток яких у період виходу на пенсію, а також у період їх економічної діяльності суттєво відрізняється, він не надає необхідної інформації про рівень бідності пенсіонерів [12].

Іншим методом вимірювання доходу пенсіонера є рівень заміщення при оцінці другого компонету виміру адекватності пенсії є відносний середній коефіцієнт доходу для населення у віці 60 років та більше, який визначається як відношення середнього еквівалентного наявного доходу осіб віком від 60 років до середнього еквівалентного наявного доходу осіб у віці від 0 до 59 років. Структура цього показника повністю узгоджується з макромасштабним визначенням пенсійної системи, і знаменник цього показника передбачає середній наявний доход осіб у віці від 0 до 59 років.

Останнім компонентом виміру адекватності пенсійнго забезпечення є диспропорція доходів між статями. Це може вимірюватися абсолютними різницями між такими відповідними показниками окремо для чоловіків та жінок:

1. Гендерні відмінності в рівні показника ризику бідності серед людей похилого віку (60+).
2. Гендерні різниці в сукупному коефіцієнті заміщення;
3. Гендерні різниці у відносному медіанному співвідношенні доходу людей похилого віку (60+).

Ці показники використовуються як наслідок вибору показників для вимірювання достатності пенсій, і їх застосування не потребує подальшого обґрунтування. Оцінка відмінностей між рівнями бідності та рівнями доходів між чоловіками та жінками пов'язана з припущенням, що пенсійні системи повинні функціонувати таким чином, щоб забезпечувати належний рівень адекватності пенсійного забезпечення незалежно від статі. Метод вимірювання достатньої пенсії, який пропонується у даному дослідженні, має відповідати таким критеріям:

1. Він має передбачати перший та другий компонети виміру пенсійної адекватності.
2. Він має спиратися на необроблені та нестандартизовані дані, щоб обмежити відносність вимірювання.

Кореляційний аналіз показує, що можна побудувати простий показник, який би дозволив виміряти перші два компоненти виміру адекватності пенсій: захист від бідності та згладжування споживання. З іншого боку, показники, що мають відношення до загальної чисельності пенсіонерів, можуть не застосовуватися безпосередньо для оцінки третього виміру адекватності пенсійний виплат, а саме гендерних диспропорцій, оскільки показники цих диспропорцій

між статями недостатньо співвідносяться з показниками, що мають відношення до загальної суми населення. Таким чином, перший та другий компоненти виміру можуть оцінюватися спільно, тоді як третій компонет виміру слід оцінювати окремо.

З двох показників доходу, що вимірюють згладжування споживання, а саме сукупний коефіцієнт заміщення та відносний медіанний дохід, останній видається більш інформативним. Отже, пропонується розробити простий синтетичний показник адекватності пенсійного забезпечення, який можна вирахувати за такою формулою.

$$СПА=МД_{60+} / КЗ, \quad (1)$$

де СПА – синтетичний показник адекватності пенсійного забезпечення;

МП60+ – відносний медіанний доход населення віком 60+;

КЗ – коефіцієнт заміщення, розрахований за середніми показниками.

Цей показник можна розрахувати як для загальної кількості пенсіонерів, так і для чоловіків та жінок окремо. Ця міра може служити лише для порівняння адекватності пенсійних виплат. Однак з цим показником можна одночасно оцінити перші два виміри адекватності, а також її третій вимір, коли розраховується окремо та порівнюється для чоловіків та жінок. Показник може коливатися від 0 до нескінченності. Більш високі значення СПА означають більшу адекватність пенсій в обстеженому населенні. Отже, збільшення показника в тій чи іншій країні завжди означає збільшення адекватності пенсійного забезпечення внаслідок вищого доходу пенсіонерів або зменшення бідності.

Беручи до уваги можливу чутливість рівнів бідності до нерівності доходів, пропонується два модифікованих СПА показників ($СПА_{60+}$ та $СПА_{60-}$), включаючи нерівність показника розподілу доходу ВД / НД. Це відношення загального доходу, отриманого 20% населення з найвищим доходом, що є верхнім квінтилом, до доходу, отриманого 20% населення з найнижчим доходом, що є нижнім квінтилом. Даний показник враховує лише нерівність доходів у віці 60+, який можна розглянути у формулі:

$$СПА_{60+}= (МД / КЗ)* (1/ВД_{60+} / НД_{60+}). \quad (2)$$

Наступний показник $СПА_{60-}$ включає нерівність доходів не лише для людей похилого віку, але й для населення молодшого ніж 60 років, що відображає той факт, що пенсійна система є інструментом розподілу ВВП між молодими та старшими поколіннями. Це обґрунтовує оцінку адекватності пенсійних виплат, враховуючи також доходи молодших когорт, оскільки пенсійна система існує в певному економічному середовищі. Цей показник виражається за формулою:

$$СПА_{60-}= (МД / КЗ)* ((ВД_{60-} / НД_{60-})/(ВД_{60-+}/ НД_{60+})). \quad (3)$$

Висновок. Отже, у статті було багатовимірно розглянуто адекватність пенсійного забезпечення. У ході дослідження виявлено, що адекватністю пенсійного забезпечення є комбінація трьох компонентів, таких як захист від бідності, згладжування споживання та різниця в адекватності між статями. Для оцінки рівня адекватності пенсійного забезпечення запропонований синтетичний показник адекватності пенсій, в якому враховано відносний медіанний доход пенсіонера та середній коефіцієнт заміщення. Для того, щоб врахувати чутливість рівнів бідності до нерівності доходів серед населеня запропоновано модифікрвані СПА показники, які враховують нерівність доходів для населення у віці 60+ та у віці 60-.

Список використаних джерел

1. Biggs A., Springstead, G. Alternate measures of replacement rates for social security benefits and retirement income. *Social Security Bulletin*. 2018. 68(2). 1–19.

2. Holzman R., Hinz, R. Old-age income support in the 21st century: An international perspective on pension systems and reform. Washington, DC: The World Bank, 2005.

3. Friedman, M. A theory of consumption function. Princeton: Princeton University Press, 1957.

4. Hansen T., Slagsvold B., Moum T. Financial satisfaction in old age: A satisfaction paradox or a result of accumulated wealth? *Social Indicators Research*. 2008. 89 (2). P. 323 – 347.

5. Hurd M.D., Rohweder S. The adequacy of economic resources in retirement, Michigan Retirement Research Center. Working Paper, 2008.

6. Матвєєв С.О. Соціальна політика Отто фон Бісмарка і сучасність. *Український історичний журнал*. 2008. № 6. С. 134–149.

7. Коваль О.П. Ризики, загрози, пріоритети та наслідки реформування пенсійної системи України: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2012. 112 с.

8. Єлісєєва Л.В., Примачук Н.С. Пенсійна система України: виклики та перспективи. *Економічний аналіз*. 2016. № 1 (23). С. 23–27.

9. Дутчак А.В. Соціальне забезпечення громадян: сучасний стан та перспективи розвитку. *Молодий вчений.* 2017. №5 (45) С. 568–572.

10.Бондарчук Г., Середа В., Шеметов С. Экономико-математическая модель системы общеобязательного государственного пенсионного страхования. URL: data/ upload/file/ EkMod- 1.pdf (дата обращения: 12.11.2020).

11.Бевзенко О.В. Соціальний аспект пенсійного забезпечення. *Економіка АПК.* 2003. №8. С. 153–155.

12.Агапова Т.А. Макроэкономические аспекты реформирования пенсионной системы. URL: http://www.actuaries.ru/lib/detail.php?ID=1949 (дата обращения: 02.11.2020).

References

1. Biggs A., Springstead, G. Alternate measures of replacement rates for social security benefits and retirement income. *Social Security Bulletin*. 68(2), 1–19, 2018.

2. Holzman R., Hinz, R. Old-age income support in the 21st century: An international perspective on pension systems and reform. Washington, DC: The World Bank. 2005.

3. Friedman, M. A theory of consumption function. Princeton: Princeton University Press, 1957.

4. Hansen T., Slagsvold B., Moum T. Financial satisfaction in old age: A satisfaction paradox or a result of accumulated wealth? *Social Indicators Research*, 89(2), 2008, P. 323–347.

5. Hurd M.D., Rohweder S. The adequacy of economic resources in retirement, Michigan Retirement Research Center, Working Paper. 2008

6. Matvieiev S.O., Muzychenko H.V. *Sotsial'na polityka Otto Fon Bismarka i suchasnist'* [Social policz of Otto von Bismark and modernity] C. 134-149.

7. Koval' O.P. *Ryzyky, zahrozy, priorytety ta naslidky reformuvannia pensijnoi systemy Ukrainy* [Risk, threats, priorities and consequence of pension system's reform in Ukraine], Kyiv: National Institute for Strategic Studies, 2012. 112 p.

8. Yelisieieva L.V., Prymachuk N.S. *Pensijna systema Ukrainy: vyklyky ta perspektyvy.* [Pension system of Ukraine: challenges and perspectives], 2016. №1. p. 23-27.

9. Dutchak A.V. *Sotsial'ne zabezpechennia hromadian: suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku* [Social provision of citizens: current condition and perspectives of the development]. *Young scientist*. 2017. №5 (45) p. 568–572.

10. Bondarchuk G., Sereda V., Shemetov S. *Ekonomiko-matematicheskaja model' sistemy obshheobjazatel'nogo gosudarstvennogo pensionnogo strahovanija*. [Economic-mathematical model of the system of mandatory pension provision] URL: data/upload/file/EkMod- 1.pdf

11. Bevzenko O.V. *Sotsial'nyj aspekt pensijnoho zabezpechennia*. [Social aspect of pension provision]. *The economy of Agro-Industrial complex*. 2003. № 8. p.153-155.

12. Agapova T.A. *Makrojekonomicheskie aspekty reformirovanija pensionnoj sistemy.* [Macroeconomic aspects of pension system's reform]. URL: http://www.actuaries.ru/lib/detail.php?ID=1949

THE CONCEPT OF ASSESSING THE ADEQUACY OF PENSION PROVISIONS

Vasyl Ya. Shvets, National Technical University Dnipro Polytechnic (Ukraine).
E-mail: vasil-shvetc@ukr.net

DOI: 10.32342/2616-3853-2020-1-13-11

Key words: pension provision, pension system, adequacy of pension payments, replacement rate, life cycle model.

An article devoted to the study of the methodological basis for assessing the adequacy of pension provision. Based on the analysis of the literature, the definition of pension adequacy is provided and it is revealed that the adequacy of the pension system should be considered as multi-dimensional. The relevance of this study is determined to the consideration of issues related to the concepts of pension adequacy and the development of an appropriate indicator for measuring the adequacy and effectiveness of pension provision.

Pension provision is the most important direction of social policy of the government. Nowadays the governments around the world are making changes aiming to increasing the financial stability and level of adequacy of the pension provision. But so far these changes are not able to reduce the impact of major problems on the pension system in the middle and long run. This problem becomes rather acute because it increases the tax burden on the economy and forces to unreasonably reduce the indexation of pensions. To address macroeconomic challenges in order to ensure the financial sustainability and adequacy of the pension system, an approach must be developed that will be able to operate smoothly in volatile economic and demographic situations.

The article notes two approaches to assessing the adequacy of pension payments, one based on targeted replacement rates and the other based on budgeting, and identifies three components of measuring pension adequacy, such as poverty protection, consumption reduction and the difference in pension adequacy between men and women. The first component of the measurement characterizes the extent to which the pension system protects the elderly population from poverty, while the other component assesses the level of income during the retirement period.

It is determined that the first two components of the measurement play a major role in assessing the adequacy of pensions, while the third component of the measurement plays only a secondary role because it considers disparities between men's and women's pension provisions in the context of the first two components. According to the correlation analysis the following was revealed that the first and second components of measuring pension adequacy can be assessed jointly, while the third component of measurement should be assessed separately.

Taking into account the fact that the level of substitution calculated on average indicators may be an insufficient indicator of pension adequacy, the pension system was considered from two perspectives: macro-scale and micro-scale.

An alternative indicator of measuring pension adequacy, namely a simple synthetic indicator of pension adequacy, was developed using two income indicators that measure the smoothing of consumption, such as the aggregate replacement rate calculated using the average salary and average pension and relative median income.

Одержано 28.08.2020.