МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА
ЦЕНТР РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Економіко-управлінські аспекти функціонування та розвитку суб'єктів господарювання

Том 1
(колективна монографія)

Кам'янець-Подільський – 2018

УДК 658:005 (082)
ББК 65.291.212
Е 45

Рекомендовано до друку ухвалою вченої ради Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, протокол №1 від 30 серпня 2018 р.

Рецензенти:

Галушка З.І.– доктор економічних наук, професор, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича;

Небрат В.В. – доктор економічних наук, завідувач відділу економічної історії, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»;

Ткачук В.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства, декан економічного факультету Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Е 45 Економіко-управлінські аспекти функціонування та розвитку суб'єктів господарювання. Том 1. / За ред. проф. І.В.Ящишиної. – Кам'янець-Подільський : МЕДОБОРИ-2006, 2018. – 224 с.

ISBN 978-617-681-151-0

У монографії представлено результати досліджень з теорії, методики та практики функціонування і розвитку суб'єктів господарювання в сучасних умовах. Монографія виконана в межах науково-дослідної теми «Особливості функціонування і прогнозування розвитку суб'єктів господарювання в сучасних умовах» (№ 0113U004345).

Рекомендовано для наукових та практичних працівників, які досліджують проблеми розвитку, а також для викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.

ISBN 978-617-681-151-0

УДК 658:005 (082)
ББК 65.291.212

© К-ПНУ ім. Івана Огієнка, 2018

ЗМІСТ

ВСТУП…… 4

1. Боднарчук Т.Л. **Виставково-ярмаркова діяльність у розвитку підприємництва: ретроспектива вітчизняного досвіду……..** 6

2. Лисак В.Ю. **Методичні засади формування трудового потенціалу підприємства…….** 29

3. Мазур Н.А. **Бухгалтерський облік в управлінні активами суб'єктів господарювання в умовах змін…….** 54

4. Семенець І.В. **Облікове забезпечення управління витратами на якість…….** 73

5. Залознова Ю.С., Трушкіна Н.В. **Щодо організації логістичної діяльності підприємств……** 89

6. Коновалова М.В. **Соціальне підприємництво: формування та розвиток в Україні** …….. 107

7. Логвін О.О. **Діяльність суб'єктів господарювання туристичної галузі Хмельницького регіону……** 124

8. Матвейчук Л.О. **Діяльність підприємств в умовах розвитку цифрової економіки……** 139

9. Ящишина І.В. **Смарт-підприємства – нова форма господарювання XXI ст……** 157

10. Маковоз О.С., Передерій Т.С. **Управління персоналом в умовах цифрової економіки……..** 184

11. Андрейцева І.А. **Регіональні особливості трудового потенціалу Хмельниччини……..** 204

ВСТУП

Дослідження теоретичних і прикладних аспектів раціонального ресурсного та інституціонального забезпечення ефективного економічного розвитку суб'єктів господарювання, пошук напрямів, способів та методів вирішення цієї проблеми в сучасних мінливих умовах справедливо відноситься до пріоритетних завдань економічної науки. Без глибокого наукового розроблення зазначеної проблеми з врахуванням нарощування темпів і масштабів глобалізаційних та інституціональних змін в економіці, швидкого розвитку процесів інформатизації та цифровізації неможливо ефективно та цілеспрямовано здійснювати управління економічними перетвореннями макрорівня.

У монографії репрезентовані результати досліджень, що проводились в межах виконання науково-дослідної теми «Особливості функціонування і прогнозування розвитку суб'єктів господарювання в сучасних умовах» (№ 0113U004345), і здійснювались Центром регіональних досліджень кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка та науковцями інших інституцій згідно угод про наукову співпрацю. Монографія містить окремі дослідження за актуальними напрямками ресурсного забезпечення, організаційно-економічних трансформацій та інституційних перетворень функціонування суб'єктів господарювання в умовах становлення інформаційної економіки.

Розглянуто окремі ретроспективні аспекти вітчизняного досвіду формування інституту комерційного підприємництва, зокрема, проаналізовано динаміку і тенденції розвитку виставково-ярмаркової діяльності суб'єктів господарювання на етапі ринково-індустріальних перетворень.

Досліджено методологічні засади щодо оцінки якісних характеристик людського капіталу та їх використання на підприємстві, запропоновано методичний підхід до оцінювання креативного потенціалу працівників та показник інтегральної оцінки індивідуального людського капіталу. Проаналізовано прикладні аспекти формування та використання трудового потенціалу підприємств.

Обґрунтовано необхідність подальшої конвергенції вітчизняних та міжнародних облікових підходів в умовах нарощування глобалізації. Акцентовано увагу на значенні системи бухгалтерського обліку в управлінні активами підприємства, зокрема, оцінено її роль щодо реалізації поточного та стратегічного планування, здійснення процесів аналізу, контролю та прийняття управлінських рішень з метою досягнення визначених цілей господарської діяльності підприємства.

Висвітлено особливості та тенденції розвитку логістичної діяльності в Україні як одного із вагомих чинників підвищення

ефективності функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання, у тому числі, виокремлено основні етапи логістики, систематизовано її ризики, виявлено роль міжнародних інституцій у становленні вітчизняної логістичної інфраструктури.

Проаналізовано теоретичні обґрунтування сутнісних характеристик нового виду суб'єктів господарювання – соціальних підприємств, означено їх відмінності від соціально-відповідального бізнесу, описано організаційно-правові форми та практичний досвід розвитку в Україні.

Досліджено діяльність суб'єктів господарювання туристичної галузі на регіональному та національному рівнях, а саме: проаналізовано основні напрямки туристичних потоків, охарактеризовано структурні та фінансові аспекти функціонування туристичних підприємств, визначено найбільш вагомі чинники впливу на розвиток вітчизняного туризму, окреслено загальні умови динамічного зростання галузі.

Значну увагу в монографії приділено вивченню організаційно-економічних перетворень в діяльності суб'єктів господарювання в умовах становлення інформаційної економіки. Розкрито специфіку діяльності вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки та напрями їхньої електронної взаємодії з іншими економічними суб'єктами (уряд, споживач). Обґрунтовано перспективність процесу цифровізації економічних відносин як чинника прогресивного розвитку вітчизняного підприємництва. Проаналізовано теоретичні підходи до виявлення сутності, особливостей і базових характеристик смарт-підприємства, узагальнено окремі аспекти розвитку таких підприємств у вітчизняній економіці. Виявлено чинники адаптації вітчизняної системи взаємодії працівника та роботодавця до новітніх трендів розвитку цифрової економіки та практичного впровадження механізмів управління трудовим потенціалом підприємства на основі використання високотехнологічних підходів до залучення персоналу, організації, підвищення продуктивності й якості його праці, цифровізації усього робочого процесу.

В цілому проведені наукові дослідження показали, що сучасний етап розвитку суб'єктів господарювання є складним багатоаспектним економічним процесом, що зазнає впливу низки екзогенних чинників глобального та національного рівня і тому потребує подальших теоретико-прикладних розвідок.

Т.Л. Боднарчук

Виставково-ярмаркова діяльність у розвитку підприємництва: ретроспектива вітчизняного досвіду

В умовах глобального економічного простору та швидкої інформатизації суспільства перед сучасним виробником постають виклики щодо утримання свого споживчого сегменту, посилення власних ринкових позицій, просування продукції на нові ринки та підвищення рівня її конкурентоспроможності. Це вимагає застосування низки традиційних і нових інструментів маркетингових комунікацій, серед яких провідна роль належить виставко-ярмарковій діяльності. На мікроекономічному рівні виставки та ярмарки забезпечують формування позитивного комерційного іміджу підприємця, налагодження тісних ділових контактів, розширення клієнтської бази, обмін передовим виробничим досвідом, проведення оптимальної цінової політики і т.д. Даний інструмент зумовлює низку позитивних структурних змін і на макрорівні, зокрема, активізацію загальногосподарської ініціативи, технологічну модернізацію та інтенсифікацію виробництва, нарощування внутрішньо- та зовнішньоторговельного обороту, розвиток фінансово-кредитної сфери, посилення інтеграції вітчизняного бізнес-елементу до системи міжнародних економічних відносин тощо.

У сфері сучасного бізнесу привертає увагу новий, досить перспективний, напрямок розвитку експозиційної справи та ярмаркової торгівлі – електронні виставки та інтернет-ярмарки. Сьогодні віртуалізація виставково-ярмаркової діяльності створює низку переваг для вітчизняного підприємця, таких як нівелювання просторово-часового чинника у взаємодії, економічність, широкі рекламні можливості, охоплення значної цільової аудиторії, автоматизація ділової співпраці, швидка реакція на споживчі запити тощо. У той же час, практичну значимість має звернення й до історії розвитку виставково-ярмаркової діяльності, яка підтверджує її роль як форми стимулювання національного економічного розвитку. З точки зору автора, найбільш цікавим у даному контексті видається період XIX – початку XX ст., коли експозиційна справа на теренах України лише зародилася, а інститут ярмаркування еволюціонував від дрібнотоварного торгу до великого торговельного осередку підприємницької взаємодії.

У кінці XVIII – на початку XIX ст. модернізація та індустріалізація країн Західної Європи як комплекс соціальної, політичної, економічної, культурної та інтелектуальної трансформації традиційного суспільства стали головним викликом для Російської імперії, до складу якої на той час входила більшість українських

земель. Економічне лідерство і військова могутність країн-конкурентів стимулювали російський уряд до реформування національної економічної системи шляхом імплементації західноєвропейських форм господарювання, а також методів державної підтримки підприємницького сектору. Зокрема, саме широкий розвиток західноєвропейської експозиційної справи став імпульсом до проведення промислово-торговельних виставок й у Російській імперії [1, с. 114]. Як свідчать історичні дані, перша промислова виставка була проведена наприкінці XVIII ст. у Франції і налічувала лише 110 експонентів. На початку XIX ст. у Парижі було проведено ще декілька експозицій, при цьому кількість безпосередніх учасників зросла уже до 540 [2, с. I]. Позитивний французький досвід швидко перейняли й інші країни Західної Європи: протягом першої чверті XIX ст. промислові виставки були проведені в Каєнні, Антверпені, Трієсті, Мюнхені, Штутгарті, Берліні, Стокгольмі, Дрездені, Мадриді тощо.

Російська імперія долучилася до експозиційної справи лише наприкінці 20-х рр. XIX ст., зокрема, у 1829 р. було вперше проведено виставку у Петербурзі, де брали участь 324 промислових підприємства, у тому числі 15 державних. У 1835 р. вперше виставка була організована у Москві, де нараховувалося уже 638 промислових підприємств, у тому числі 16 казенних [2, с. II]. Далі виставки влаштовувалися у Москві, Варшаві та Петербурзі з інтервалом у чотири роки. Загалом за темпами розвитку виставкової діяльності Російська імперія суттєво поступалася провідним країнам Європи. До середини XIX ст. у Франції відбулося більше 35 виставок, у Німеччині – більше 25, в Італії – 12, а в Європейській Росії – лише 7 [2, с. I–III]. Серед причин слід вказати як низький рівень розвитку промислового виробництва, так і надмірне втручання держави у сам процес організації виставки.

Уряд стимулював підприємців до участі в експозиційній діяльності шляхом звільнення від сплати торговельного та акцизного збору, зниження тарифів за розміщення експонатів та проходження на виставку, надання почесного права на використання державного гербового знаку на вивісках та виробах, фінансування диверсифікованої системи нагородження приватних підприємств та окремих підприємців, яку складали золоті, срібні та бронзові медалі, ордени, почесні відгуки тощо. Цікаво відмітити, що при винагородженні враховувалася не лише якість продукції, а різноманітні критерії ефективності ведення бізнесу, зокрема, такі як: походження сировини, вартість виробництва та ціна продажу, обсяги виробництва та чисельність працівників, рівень технічного та технологічного оновлення виробництва, національна приналежність техніків, майстрів та працівників підприємства, рівень соціального захисту робітників та забезпечення гідних умов праці, соціальна відповідальність підприємця та наявність користі для навколишнього середовища [3, с. 6]. Проте, з іншого боку, та ж система

винагород часто ставала підґрунтям для низки інтриг, корупційних схем та клопотань з боку зацікавлених сторін і при цьому не гарантувала високої якості продукції, тим самим, стаючи перешкодою на шляху налагодження ефективних ділових контактів. Досить забюрократизованою була й сама процедура проведення виставки, дозвіл на що видавали лише державні органи. Вирішення всіх питань щодо організації експозиції покладалося на Міністерство фінансів та відповідні комітети. Як правило, для безпосереднього управління виставкою урядом утворювався виконавчий комітет під головуванням місцевого генерал-губернатора, передбачався також інститут виставкових маклерів [1, с. 114].

Значна державна підтримка спрямовувалася на влаштування промислових і мануфактурних виставок у великоросійських центрах, де серед учасників домінували поміщицькі фабрики й заводи з Петербурзької та Московської губерній, підприємці ж інших регіонів, зокрема, українського, складали зовсім незначну частку. Про це, до прикладу, свідчать дані петербурзької виставки мануфактурних виробів 1839 р.: тут в цілому було представлено 1003 партії товарів з усієї імперії, з яких лише 31 партія походила з українських губерній (Чернігівської – 9, Харківської – 8, Катеринославської – 6, Київської – 3, Херсонської – 3, Подільської – 2) [4, с. 255–256]. Серед експонатів домінували артилерійське спорядження та зброя, машини, апарати та обладнання, метали та металеві вироби, музичні інструменти, меблі, вовна, бавовна, шовк та вироби з них, льон, коноплі, цукор, скло, фарфор та фаянс тощо, при цьому українська продукція була представлена здебільшого у групі аграрної сировини. Зокрема, серед вітчизняних виробників найбільш схвальні відгуки отримали завод чернігівського поміщика Г. Єсимонтовського, Антонівський цукровий завод, економії харківських поміщиків Г. Колокольцева та І. Клепацького (цукор-пісок та цукор-рафінад), Ніжинський завод поміщика М. Спиридонова (яловиче сало, стеаринові свічки, олеїн), економія чернігівського графа О. Кушелева-Безбородько, фабрика київського поміщика О. Понятовського та катеринославського поміщика П. Струкова (вовна, вовняна пряжа, шовк-сирець). Ще менше учасників з українських губерній були присутні на московській мануфактурній виставці: лише 3 експонента з Харківської губернії, по 2 – з Чернігівської та Подільської та по 1 – з Полтавської й Херсонської [5]. Знову ж таки, українська продукція була представлена у відділах сировини та напівфабрикатів, металевих та хімічних виробів.

У другій половині XIX ст. внаслідок стрімкого розвитку великомасштабного фабрично-заводського виробництва, інтенсифікації внутрішнього товарообороту та нарощування обсягів зовнішньої торгівлі посилюється роль виставок як інструменту підтримки розвитку підприємництва. Вони стали одним із основних засобів ділової та комерційної комунікації; представляли найкращі екземпляри

промисловості, кустарщини та ремісництва, тим самим, сприяючи технічному розвитку та технологічній модернізації, обміну передовим досвідом; були місцем проведення промислових та економічних конгресів, конференцій і з'їздів, в рамках яких обговорювалися проблемні аспекти тогочасної економіки, а саме: підтримка окремих галузей промисловості, кустарного та артільного виробництва, провадження урядової митно-тарифної політики, шляхи налагодження зовнішньоторговельних відносин, напрями розвитку фінансово-кредитної сфери, транспортної та комунікаційної інфраструктури тощо. Для стимулювання участі підприємців у виставках створювалися окремі товариства, які займалися пошуком та наймом квартир для експонентів, організацією візитів до різних розважальних закладів, популяризацією виставкової справи через розповсюдження спеціальних газет, журналів та каталогів.

У другій половині XIX ст. суттєво зросли й масштаби виставкової діяльності. Зокрема, уже у 1870 р. було проведено Всеросійську мануфактурну виставку (м. Петербург), учасниками якої стали більше 2500 експонентів; виставкову продукцію було згруповано у 7 розділів (волокнисті вироби, дерево та сировина, продукція тваринного та рослинного походження, руди, метали та вироби з них, машини, апарати та інструменти, харчові продукти, інші) та 43 підрозділи [6, с. 9–10]. Суттєво збільшилася й кількість учасників з українських губерній, серед яких майже 40 купців I та II гільдій, фабриканти та кустарі отримали почесні винагороди (табл. 1).

Як видно з таблиці, у другій половині XIX ст. відмітним стає суттєвий розвиток вітчизняного підприємництва у таких галузях, як текстильна, льняна, вовняна, шкірна, обробна, хімічна, цукрова, тютюнова, борошномельна, спиртогорілчана тощо. Більше того, серед експонентів поряд із поміщицькими економіями зростає питома вага великих фабрично-заводських підприємств як приватної, так і державної форми власності.

Таблиця 1

Перелік українських експонентів на Всеросійській мануфактурній виставці 1870 р. за групами та підгрупами продукції

Група продукції	Основні експоненти за підгрупами продукції	Губернія
Волокнисті вироби	- фабрика А. Кубарєва (сукно); - щетинно-сортувальний завод А. Гусєва (щетина та кінський волос); - підприємець П. Ісаєв (сукно); - бельгієць-підприємець Ле-Докт (льон-моченець); - торговець Е. Фальц-Фейн (вовна); - виробництво князя Р. Сангушко (текстиль); - торговець З. Мухортов (вовна);	Волинська Катеринославська Полтавська Таврійська Херсонська Чернігівська

	- підприємець І. Миклашевський і Ко (сукно); - торговець О. Мордвінов (мериносова вовна); - підприємці брати Личкові (фарбована вовна); - виробництво С. Глазера (галантерейні вироби).	
Дерево та будівельна сировина	- підприємці Д. Труш та М. Яценко (дубові меблі); - харківський завод О. Рашке (малярні фарби, лакофарбові вироби); - одеський завод К. Берга (фарби, білила і лаки); - підприємець Долинський (буре вугілля та цегла).	Полтавська Харківська Херсонська
Тваринна та рослинна продукція	- київський завод М. Осипова (яловиче сало); - компанія скубіївського шкірного заводу (хутро); - галантерея заводу А. Простова (лайкові рукавиці).	Київська Харківська Херсонська
Руди, метали та вироби з них	- Луганський сталеливарний завод (руди); - Лисичанський чавуноплавильний завод (руди).	Катеринославська
Машини, апарати та інструменти	- фабрика Г. Белліно та Фендеріха (сільськогосподарські машини, локомобілі)	Херсонська
Харчові продукти	- підприємці О. Бобринський, О. Терещенко, Д. Бенардакі, І. Харитоненко, І. Бродський (цукор-пісок, цукор-рафінад); - компанія Яхненко-Симиренко, завод Роттермунда, завод графа Браницького, Товариство київського цукрово-рафінадного заводу, Товариство Романівських заводів, завод І. Фундуклея, завод Беккерса, рафінадний завод князя Р. Сангушко та графині М. Потоцької (цукор-пісок, цукор-рафінад); - київський підприємець Я. Бутковський (варення); - князь С. Воронцов, підприємець М. Фредерікс (кримські вина); - житомирський підприємець К. Ляшков (пшенична мука); - підприємці Г. Савицький (горілка), І. Квех (пиво та хміль); - одеський підприємець М. Крион Папа-Никола (оброблений фабрично тютюн); купець Королькевич (турецький тютюн).	Волинська Катеринославська Київська Подільська Таврійська Харківська Херсонська Чернігівська

Джерело: складено автором на основі: Скальковский К. Всероссийская мануфактурная выставка в промышленном отношении. Санкт-Петербург : В типографии Императорской академии наук, 1870. С. 190–191; Всероссийская мануфактурная выставка 1870 г. : Обзор Выставки. Санкт-Петербург : изд. ред. «Петерб. листка», 1870. С. 8–9, 11, 13, 18–19, 23, 26, 30, 34, 37, 42, 72–79, 83–87.

Зростання інтересу до експозиційної справи демонструє й Всеросійська художньо-промислова виставка, яка відбулася у Москві у 1882 р. Вона включала 14 основних груп експонатів, серед яких домінували такі: продукція гірничої та соляної промисловості, металеві вироби, машини та апарати, сільськогосподарські товари, кустарне виробництво. Загальна кількість учасників виставки досягла більше 4000 чоловік, при тому що заяв було подано в рази більше, зокрема, від

великоросійських губерній – 4100, українського регіону – до 1000, з окраїн Сибіру, Туркестану, Кавказу, Царства Польського та Фінляндії – також до 1000 [3, с. 7]. З українських губерній безпосередню участь у заході прийняли майже 390 підприємств та підприємців (табл. 2).

Таблиця 2

Кількість учасників з українських губерній на Всеросійській художньо-промисловій виставці 1882 р., чол.

Губернія	Кількість експонентів	Групи експозиційної продукції
Волинська	11	зернові та технічні культури, продукція борошномельної, целюлозно-паперової, шовкової галузей, бджільництва, с/г машини та обладнання
Катеринославська	25	зернові та технічні культури, продукція шовкової, вовняної, кам'яновугільної, залізорудної, шкірної, соляної, скляної галузей, винокуріння, с/г машини та обладнання, будматеріали
Київська	78	зернові та технічні культури, продукція борошномельної, вовняної, шовкової, хімічної, кондитерської, цукрової, спиртогорілчаної галузей, продукція хмелярства та бджільництва, с/г машини та обладнання, будматеріали, металеві вироби, парфумерно-косметичні вироби
Подільська	16	зернові, борошно, с/г машини та обладнання, продукція шовкової, спиртогорілчаної та цукрової галузей
Полтавська	110	зернові, лісоматеріали, продукти вівчарства, шовківництва, бджільництва, миловаріння, борошномельної, тютюнової, шовкової, шкірної, хімічної галузей, кустарні вироби (81%)
Таврійська	33	зернові, продукція льняної, борошномельної, тютюнової, вовняної, деревообробної, шкірної, соляної, хімічної галузей, кримські вина, с/г машини
Харківська	39	зернові та технічні культури і насіння, продукція хмелярства, винокуріння, вівчарства, бджільництва, текстильної, хімічної, цукрової, кондитерської галузей, с/г машини та обладнання
Херсонська	58	зернові, борошномельні та макаронні вироби, листовий тютюн, спиртні напої, вовна, шовк, кондитерські, канатні, шкіряні, хімічні, в'язальні та металеві вироби, с/г машини та обладнання, мило, продукція скляної та паперової галузей
Чернігівська	19	хміль, тютюн, продукція бджільництва, деревина, фарфорова глина, цукор

Джерело: складено автором на основі: Иллюстрированное описание Всероссийской художественно-промышленной выставки в Москве 1882 г. : альбом 179 рисунков и 16 портретов, исполненных лучшими художниками журнала «Всемирная иллюстрация», с подробным описанием выставлявшихся предметов всех групп. СПб., Москва : Герман Гоппе, 1882. С. 97, 100-103, 110 -111, 118, 142-144, 151-152, 159-160, 167, 191, 206, 237.

Проведенням масштабних всеросійських виставок уряд намагався продемонструвати значні успіхи та досягнення у сфері великомасштабного виробництва, проте відчутного практичного значення ці заходи не мали. Попри поглиблення процесів кооперації та спеціалізації, виокремлення певних промислових та сільськогосподарських районів у структурі господарства продовжували домінувати поміщицькі мануфактури, дрібні селянські та кустарні виробництва, у той час, як великі фабрично-заводські підприємства зберігали поодинокий характер. Крім того, на прикладі українського регіону, який можна вважати одним із найпрогресивніших у Російській імперії, бачимо, що лідерські позиції на виставках займала продукція сировинних, обробних та переробних галузей. Серед причин нівелювання значимості експозиційної справи слід вказати й низький рівень життя та освіченості представників селянського та кустарного підприємництва, необізнаність купецького стану, що зумовлювало байдужість до такого роду заходів, а також незначну питому вагу у загальній структурі населення рентьєрів та буржуазії – тих соціальних груп, які мали б забезпечити фінансову успішність виставок. Крім того, особливістю російських виставок було й те, що вони набували суто національного характеру: відповідними державними положеннями та указами до участі допускалися виключно товари вітчизняного виробництва, що також впливало на їхню популяризацію за кордоном.

Окрім великих виставок за підтримки уряду проводилися дрібні як за чисельністю учасників, так і за кількістю експонатів. Зокрема, у 1902 р. у Петербурзі було організовано Всеросійську кустарно-промислову виставку, яка охоплювала лише 3 відділи та 19 класів виставкової продукції. З українського регіону свої експонати представили лише 124 учасника, зокрема, з Волинської губернії – 13, Катеринославської – 2, Київської – 10, Подільської – 7, Полтавської – 73, Таврійської – 2, Херсонської – 2, Чернігівської – 15 [7, с. 231–356, 371–375]. Серед представленої на огляд вітчизняної продукції домінували дерев'яні, плетені, керамічні, металеві, ткацькі, шкіряні та хутряні вироби, машини та обладнання, екіпажі, одяг, вишивки, взуття тощо. Саме такі виставки сільськогосподарської та кустарної продукції в основному організовувалися на теренах України, зокрема, перша з них була проведена у 1842 р. в Одесі, хоч і не мала помітного успіху. У 1887 р. у Харкові за безпосередньої участі Харківського товариства сільського господарства та державного сприяння було організовано Всеросійську сільськогосподарську виставку. На її проведення з державної казни було виділено 16 тис. руб., а зібрано усіх учасницьких зборів на суму 28 тис. руб. [8, с. 2]. Як видно, виставка мала досить хороший фінансовий успіх, який забезпечувався відповідними платами з боку експонентів та відвідувачів.

Зокрема, до прикладу, плата за місце на Київській сільськогосподарській та промисловій виставці 1897 р. складала 3 руб. за кв. аршин у закритому приміщені і 1 руб. – у відкритому. Крім того, у випадку продажу експозиційної продукції власник зобов'язувався

сплачувати виставковий збір у розмірі 5% від суми, зазначеної у рахунку-фактурі. Вартість вхідного квитка на виставку залежала від години, дня та періоду відвідування: одноденна плата коливалася в межах 0,15–0,5 коп., вартість місячного квитка складала 3 руб., а сезонного – 4 руб. (весь період існування виставки) [9, с. 76–77]. Виставка, організована за сприяння Київського товариства сільського господарства та сільськогосподарської промисловості, була відмітна ще й тим, що до участі запрошувалися іноземні виробники, хоча їхня присутність дозволялася лише у групі продукції рільництва, сільськогосподарських машин та обладнання, мінеральних добрив. Із зальної кількості експонентів питома вага учасників з українських губерній складала майже 20%, решта – представлена вихідцями з великоросійського підприємництва, Казані, Варшави, Риги, Кишинева, Берліну, Праги тощо (табл. 3). Уся виставкова продукція була представлена у 4 відділах (сільськогосподарський, машинний, промисловий, фабрично-заводський) та 80 класах.

Таблиця 3

Кількість учасників з українських губерній на Київській сільськогосподарській та промисловій виставці 1897 р.

Губернія	Кількість учасників, чол.	Питома вага,%
Волинська	13	4,8
Катеринославська	6	2,2
Київська	173	63,4
Подільська	20	7,3
Полтавська	13	4,8
Таврійська	4	1,4
Харківська	14	5,1
Херсонська	17	6,2
Чернігівська	13	4,8
Всього	273	100

Джерело: складено автором на основі: Путеводитель по г. Киеву с каталогом Киевской сельскохозяйственной и промышленной выставки 1897 года : С планами г. Киева и Выставки. Киев : М.Л. Радоминский, 1897. С. 82–84.

У 1910 р. було проведено «фабрично-заводську, художньо-промислову та сільськогосподарську» виставку в Одесі, де були представлені відділи аграрної техніки, машин та обладнання, виставки птиці, худоби, вина тощо. В рамках експозиції проходили різні промислові з'їзди, було проведено читання лекцій, організовувалися цікаві розваги та почесні представлення окремих експонатів. В тім, означена виставка не мала успіху як через чуму та холеру, які лютували у цей час в регіоні, так і через низку суб'єктивних обставин: адміністративні чвари, брак підтримки з боку міської управи, незадовільну організацію самої виставки та відсутність належної співпраці учасників. Відмітною особливістю виставки була її значна тривалість. Якщо перші експозиції в середньому функціонували не більше двох місяців, то у другій половині XIX ст. їхня тривалість суттєво зросла. Наприклад, уже згадувана київська виставка 1897 р. тривала чотири

місяці, а вище зазначена одеська – майже півтора року [10, с. 1].

Крім національних виставок уряд Російської імперії створював умови для участі вітчизняних виробників й у міжнародних експозиціях, зокрема, у Лондоні, Відні, Парижі, Філадельфії, Антверпені, Копенгагені, Чикаго, що сприяло налагодженню вигідних міжнародних зв'язків з постачальниками та розширенню ринків збуту вітчизняної продукції. Перша всесвітня виставка відбулося у Лондоні у 1851 р., на якій були присутні близько 370 вітчизняних експонента [11, с. 75]. На Паризькій всесвітній виставці 1867 р. кількість учасників від Російської імперії, відмічених винагородами, склала більше 1200 чол. (табл. 4).

Таблиця 4

Участь Російської імперії у всесвітній виставці 1867 р. (за показником кращих експонентів)

Групи експозицій	Число експонентів, чол.	У % до загальної кількості	Кількість винагород, шт.	У % до загальної кількості	Відношення нагород до кількості експонентів, %
Витвори мистецтва	52	2,3	2	1,5	3,8
Наука та освіта (книги, канцелярія, фотографія, музичні інструменти)	83	2,2	32	1,7	38,6
Меблі та предмети житлового господарства	85	2,4	42	2,6	49,4
Одяг	233	3,4	127	3,9	54,5
Сировина та промислові товари	443	5,2	128	3,9	28,9
Інструменти, обладнання, машини	105	1,9	36	1,4	34,3
Харчові продукти	248	3,5	66	2,9	26,6
Сільськогосподарська продукція (жива)	7	-	-	-	-
Продукти садівництва та городництва	1	-	-	-	-
Продукти соціального значення (народні костюми, дешева продукція для нужденних)	24	1,2	3	0,3	12,5

Джерело: складено автором на основі: Киттары М.Я. Всемирная выставка 1867 года в Париже. СПб., 1868. LXXVI с.

За обсягом займаної площі та кількістю експонентів (в цілому 1392 чол., що складало 3,3% від загальної кількості учасників) Російська імперія посідала шосте місце, поступаючись Франції,

Великобританії, Німеччині, Австрії та Бельгії [2, с. V]. Російським торговцям, промисловцям та комісіонерам участь у виставці, як й іншим іноземним представникам, дозволялася лише після проходження спеціальних комісій. На виставці можна було представити свої товари у таких категоріях, як витвори мистецтва, типографічна продукція та книги, меблі, одяг, сировина та напівфабрикати, промислові машини, обладнання та інструменти, харчові продукти, продукція тваринництва, садівництва та рослинництва. Як видно з табл. 4, за абсолютним і відносним показником найбільше російських експонентів було представлено у групі сировини та промислових товарів (443, що складало 5,2% від загальної кількості учасників), продукції харчової та легкої промисловості (відповідно 248 чоловік (3,5%) та 233 (3,4%). Досить позитивними були результати участі з якісної точки зору: попри порівняно невелику кількість учасників практично кожний другий представник Російської імперії отримав почесні винагороди у групах «Одяг» та «Меблі та предмети житлового господарства»; кожний третій – у групах «Наука та освіта», «Сировина та промислові товари», «Інструменти, обладнання, машини», «Харчові продукти».

Однією з найвизначніших подій виставкової діяльності досліджуваного періоду стала Паризька всесвітня виставка 1900 р., участь у якій значною мірою мотивувалася різними урядовими заходами. Зокрема, на облаштування російського експозиційного відділу з державної казни було виділено більше 2 млн. руб. [12, с. 7]. Чимало заходів було здійснено для залучення якомога більшої кількості експонентів: у 42 столичних та провінційних друкованих виданнях розміщено оголошення про виставку; окремим компаніям надіслано адресні запрошення; проведено безпосередні зустрічі державних органів з представниками промислово-торговельної сфери у провідних містах (Петербург, Москва, Київ, Харків, Одеса, Варшава, Лодзь); низці учасників надано право пільгового залізничного транспортування експонатів тощо.

Під егідою уряду у 1898 р. на території Російської імперії було відкрите відділення Міжнародного товариства всесвітніх виставок, штаб-квартира якого знаходилася у Парижі. Організацію було створено виключно для сприяння участі вітчизняних підприємців та торговців у Паризькій всесвітній виставці 1900 р. Усім бажаючим товариство пропонувало так звану «книгу перебування», яка давала можливість на пільгових умовах зупинятися у конкретних готелях та харчуватися у чітко вказаних ресторанах, безкоштовно використовувати екіпажі товариства для пересування від вокзалу до готелю та отримати низку безоплатних послуг (один візит до театру, загальна прогулянка Парижем на екіпажі, екскурсія до Версалю, сім безкоштовних вхідних квитків на виставку). Вартість такої «книги перебування» складала 64 р. 50 коп. [13]. Крім того, товариство на договірних засадах співпрацювало з провідними французькими торговельними компаніями та мало у своєму складі власне комісійне бюро, що давало можливість

його клієнтам на пільгових умовах здійснювати закупівлі.

Проробленa робота дала досить позитивні результати. Із отриманих 3500 заяв безпосередніми учасниками виставки від Російської імперії стали 2500 експонентів, які представили свою у продукцію у 18 групах товарів (121 клас) та отримали низку винагород [12, с. 9]. Зокрема, порівняно із всесвітньою виставкою 1867 р., де кращі експоненти отримали 436 відзнак, у 1900 р. їх кількість зросла у 3,5 рази (1526 нагород). При цьому, відзначені учасники отримали 211 гранд-призів, 370 золотих, 424 срібних та 326 бронзових медалей, 195 почесних відгуків [12, с. 69]. Найбільше відзнак було отримано у таких групах продукції: «Пряжа, тканини та одяг» – 12,7% усіх винагород, «Виховання та освіта» – 12,5%, «Землеробство» – 8,9%, «Харчові продукти» – 8,5%, «Меблі та предмети житлового господарства» – 6,7%, «Хімічне виробництво» – 6,6%.

Участь вітчизняних підприємців у всесвітніх експозиціях мала низку позитивних наслідків для економіки в цілому, оскільки дозволила продемонструвати матеріальне багатство країни та рівень її господарського розвитку, виступила механізмом налагодження зовнішньоторговельних зв’язків, створення сприятливого іміджу для посилення іноземного інвестування. Крім того, як зазначають у своїй праці Н. Супрун та О. Кудласевич, всесвітні виставки створили можливість для популяризації не лише промислової та сільськогосподарської продукції вітчизняного виробництва, а й для наукових відкриттів, які в подальшому були використані як виробничий ресурс промислового розвитку [1, с. 115]. Зокрема, у 1893 р. на Всесвітній Колумбовій виставці у Чикаго отримав всесвітнє визнання російський вчений М. Славянов за спосіб електричного відливу металів в електрозварюванні. У 1900 р. в Парижі були представлені вітчизняні досягнення в галузі електротехніки, зв’язку, транспорту, телефонії та електротелеграфії [1, с. 115–116].

Поряд із виставками вагому роль у розвитку вітчизняного підприємництва у XIX – на початку XX ст. відігравали ярмарки. Як зазначає І. Аксаков, вітчизняні ярмарки являли собою «ланцюг гуртових чи оптових ярмарків на Україні, що слідують одна за одною протягом року, належать до однієї системи та відвідуються, головним чином, одними й тими ж торговцями» [14, с. 1]. У Російській імперії, яка за рівнем економічного розвитку суттєво відставала від провідних держав світу, де домінувало монокультурне (аграрне) господарство та дрібні форми виробництва, ярмарки були одним із основних механізмів пожвавлення промислово-торговельної сфери, відігравали важливу роль як для окремого виробника, так і господарського життя в цілому. Зокрема, це були центри стихійної торгівлі, де укладалися найкрупніші торговельні договори (часто за участю іноземних гуртових покупців), демонструвалися технічні новаторства, зав’язувалися ділові контакти, створювалися акціонерні підприємства. Ярмарки були своєрідними артеріями в розподілі товаропотоку на внутрішньому ринку, сприяли розвитку постійної торгівлі; зумовлювали проникнення товарно-

грошових відносин у феодально-натуральні господарства поміщиків; були місцем збуту промислової продукції та закупівлі аграрної сировини [15, с. 79–80]. Якщо у країнах Західної Європи ярмарки у формі торгів віджили себе ще у XVIII ст. і набули вигляду аукціонів та розрахункових палат, то в Російській імперії даний інститут мав значну економічну силу ще на початку XX ст.

Ярмарки як і виставки проходили за підтримки та під контролем державних органів. Їх проведення було можливе лише при наявності відповідних дозволів: губернського керівництва, якщо тривалість торгу складала 7 днів; земських управ, якщо ярмарки організовувалися на два тижні; відповідних міністерств у випадку значної тривалості торгів [16, с. 2]. За участь у ярмарках були встановлені відповідні збори, розміри яких визначали міські та сільські управи. Зокрема, торги тривалістю менше двох тижнів проходили без сплати будь-яких платежів, решта – сплачували збори в межах 10–100 руб. з учасника [17, с. 5]. Проте, ярмарки мали й низку привілеїв, наприклад, у місцях лавкової та магазинної торгівлі заборонялося продавати колоніальні та мануфактурні товари, але це не стосувалося торгів, де вихідці усіх соціальних станів могли вільно збувати будь-який товар.

У 1807 р. відповідними положеннями Торгового статуту усі ярмарки Російської імперії поділялися на дві групи – головні, до яких були віднесені великоросійські (Нижньоновгородський, Ірбітський та Корінний) та звичайні. Пізніше до групи головних торгів були приєднані й інші із товарооборотом 1 –5 млн. руб. [16, с. 3–4]. Зокрема, серед українських ярмарків до цієї групи потрапили найбільші харківські (Хрещенський, Покровський, Троїцький та Успенський), полтавські (Ільїнський, Маслянський та Вознесенський) та київський (Стрітенський) ярмарки. В цілому, серед усіх регіонів Російської імперії українські губернії відігравали найбільшу роль у розвитку ярмаркової торгівлі. За офіційними даними на початок XIX ст. найбільше торгів у всій країні зосереджувалося саме у Харківській (425) та Полтавській губерніях (372) [14, с. 5]. Та ж тенденція спостерігалася до середини XIX ст. Зокрема, у 1817 р. із 64 російських великих ярмарків 26, тобто 40,6%, припадало на українську територію. Аналогічно, у 1858 р. в Російській імперії відбувалося уже 4930 ярмарків, з яких на Україну припадало 1953, знову ж таки, майже 40% [15, с. 84]. В основному, це були дрібні торги з оборотом до 5 тис. руб., лише незначна їх кількість проводили операції на суму 1–5 млн. руб. [15, с. 90]. Така тенденція була зумовлена відсутністю постійних місць торгівлі, особливо у сільській місцевості, неспекулятивним та безпосередницьким характером дрібного торгу.

Переважна більшість українських ярмарків була змішаного типу, тобто тут відбувалася торгівля різнорідними товарами: мануфактурними виробами, сільськогосподарським інвентарем, продукцією землеробства, рослинництва та тваринництва, продуктами кустарного виробництва тощо. У той же час, важливу роль у стимулюванні торговельних операцій

відгравали спеціалізовані ярмарки, зокрема, вовняні (Каховський, Бахмутський, Павлоградський, Самсонівський у Полтаві, Ільїнський у Ромнах, Успенський у Харкові та Києві, Стрітенський у Кременчуку, Троїцький у Харкові, Петропавлівський у Катеринославі), кінні (Бердичівський, Білоцерківський, Єлисаветградський, Балтський), з продажу худоби (Вознесенський, Новочеркаський, Павлоградський, Бахмутський, Пирятинський, Ізюмівський, Новомиргородський), шкірні (Білоцерківський), по збуту хмелю (Житомирський та Рівненський) тощо.

У перші десятиліття XIX ст. в українських губерніях нараховувалося більше 2 тис. дрібних та великих ярмарків, до 50-х рр. XIX ст. їхня кількість знизилася на 16,7% (табл. 5). Як видно з таблиці, у 1858 р. відмітним є значне зниження кількості ярмарків у Волинській, Київській та Подільській губернії, натомість, суттєво зріс показник щодо Катеринославської, Харківської та Херсонської губерній, що, ймовірно, було пов'язане із загальним пожвавленням підприємництва та формуванням окремих спеціалізованих промислово-торговельних районів на означених територіях. У той же час, відбувається нарощування товарообороту ярмаркової торгівлі. За даними І. Аксакова, у 1854 р. загальний товарооборот на 10 провідних українських ярмарках склав 196 млн. руб. [14, с. 47]. У 1863 р. сумарний обсяг привозу та продажу на вітчизняних ярмарках сягнув 198,8 млн. руб., що становило 33% від загальноімперського показника. У 1894 р. обсяг операцій ярмаркової торгівлі лише Правобережної та Лівобережної України склав 172,7 млн. руб. (16,7%) [18, с. 109]. Найбільшими оборотами ярмаркова торгівля відзначалася саме у третій чверті XIX ст., до кінця досліджуваного періоду показники дещо спадають у зв'язку із загальною тенденцією реструктуризації ярмаркової торгівлі.

Таблиця 5

Динаміка кількості ярмарків на території України у 1817 та 1858 рр.

Губернія	1817	1858	Приріст, %
Волинська	714	149	-79,1
Катеринославська	228	384	68,4
Київська	216	125	-42,1
Подільська	250	56	-77,6
Полтавська	332	389	17,2
Харківська	343	469	36,7
Чернігівська	163	207	27,0
Херсонська	34	88	158,8
Таврійська	66	86	30,3
Всього	2346	1953	-16,7

Джерело: складено автором на основі: Гуржій І.О. Розвиток товарного виробництва і торгівлі на Україні (з кінця XVIII століття до 1861 року). Київ, 1962. С. 85–86.

У пореформений період поступова концентрація виробництва, нарощування внутрішнього та зовнішнього товарообороту, розвиток транспортної та комерційної інфраструктури, зокрема, поява низки

торговельних товариств та кооперативів, сприяли зниженню інтересу до ярмаркової торгівлі з боку крупних гуртових покупців та експортерів. Ярмарки почали втрачати своє першочергове значення як форми товарообміну: одні торги просто зникли, інші стали механізмом розподілу внутрішньо-торговельних потоків та користуватися попитом переважно з боку сільського населення. Лише деякі оптові ярмарки з розвитком мережі залізниць розширилися, перетворившись у міжрайонні та всеросійські торгові пункти, зокрема, харківські (у зв'язку з проведенням Курсько-Харківсько-Азовської залізниці) [18, с. 106].

З розвитком стаціонарної та постійної торгівлі питома вага ярмарків у структурі торгівлі суттєво знизилася і склала на початок ХХ ст. 6–7% [18, с. 108]. Однак, в цілому, відмітним є зростання як кількості ярмарків, так і товарообороту. Зокрема, в кінці ХІХ – на початку ХХ ст. в Російській імперії нараховувалося 16 тис. ярмарків із загальним оборотом 1 млрд. руб., що складало 8 руб. на одного жителя та 62,5 тис. руб. на одну ярмарку. При цьому на український регіон припадало 3 тис. ярмарків, тобто більше 18% [17, с. 4]. Як і на початку досліджуваного періоду більшість із цих ярмарків (87%) були дрібними сільськогосподарськими, близько 12% – середнього розміру із оборотом 10–100 тис. руб. і лише менше 1% – великі оптові ярмарки із товарооборотом до 1 млн. руб.

У 1908–1910 рр. на українські ярмарки було завезено та реалізовано продукції на суму 70 млн. руб. (майже 30% від загального обороту на російських ярмарках) [19, с. 33, 50,141, 212]. Суттєво зросла й кількість великих та дрібних торгів, зокрема, на початок ХХ ст. лише в Харківській губернії їх налічувалося близько 890, у Полтавській – більше 255, у Таврійській – більше 100 [20, с. 43]. Дана тенденція пояснюється стрімким розвитком вітчизняної промисловості та може бути підтверджена тим фактом, що у переліку ярмаркової продукції більше 50% припадало на товари мануфактур (галантерея, одяг, взуття, шкіряні, вовняні та шовкові вироби тощо).

На початку ХХ ст. крупні українські ярмарки перетворилися на своєрідні бізнес-центри, де проводилися зібрання та з'їзди акціонерів-промисловців, приймалися рішення щодо створення та ліквідації підприємств, товариств тощо. До кінця ХІХ – початку ХХ ст. ярмаркова торгівля еволюціонувала в напрямку розвитку західноєвропейських форм торгівлі – за зразками, каталогами та записами, при цьому сам товар або взагалі не потрапляв на ярмарок, або був присутній в дуже обмеженій кількості (в демонстративних цілях). Такі форми укладання торговельних операцій були характерні для київських, подільських та волинських, пізніше харківських ярмарків.

Серед українських торгів найбільше економічне значення мали харківські, чому сприяли відповідні умови господарського розвитку: багате зернове та скотарське господарство притягувало до себе центри обробної та переробної промисловості, а нарощування виробництва зумовлювало пожвавлення й торгівлі. Науковці зазвичай виділяють чотири основних ярмарки у Харківській губернії – Хрещенський,

Успенський, Покровський та Троїцький. На наш погляд, до цієї групи слід додати і Введенський ярмарок, також відмітний значним товарооборотом, який проводився у м. Суми Харківської губернії. Крім того, даний регіон протягом досліджуваного періоду був серед лідерів за кількістю дрібних селянських торгів.

У перші десятиліття XIX ст. відбувається деякий спад ярмаркової торгівлі у Харкові як через нерозвинену мережу залізниць, так і скорочення вівчарства, продукти якого складали основу торговельних операцій на Троїцькому ярмарку. У 1842 р. торговельний оборот на харківських ярмарках складав 20,5 млн. руб., у 1846 р. – 25,1 млн. руб., при цьому тут реалізовувалося близько 90% продукції вітчизняного виробництва (головним чином, мануфактурні вироби) і лише 10% імпортних товарів [21, с. 74]. Значне зростання обсягів торговельних операцій спостерігалося уже з початку 50-х рр. XIX ст. Зокрема, у 1854 р. на основні харківські ярмарки було привезено товару на суму 24,4 млн. руб., а продано – на суму 11,2 млн. руб., при цьому залишок нереалізованого товару склав майже 46% привозу (табл. 6). Як видно, за період 1846–1854 рр. товарооборот харківських ярмарків зріс майже на 46%, при цьому половина товарообороту припадала на Хрещенський ярмарок, а найменшу частку у загальній структурі складав товарооборот Троїцького торгу, що, певно, було пов'язано із його вузькою спеціалізацією.

Таблиця 6

Середній товарооборот харківських ярмарків за період 1843–1854 рр., млн. руб.

Назва ярмарку	Обсяг привозу	Обсяг вивозу
Хрещенський	12,2	6,2
Успенський	5,5	1,8
Покровський	3,4	1,4
Троїцький	1,2	1,2
Введенський	2,1	0,6
Всього	24,4	11,2

Джерело: складено автором на основі: Аксаков И. Исследование о торговле на украинских ярмарках. СПб., 1858. С. 56, 149.

Троїцький ярмарок був головним центром торгівлі вовною, інші – реалізовували різноманітні групи товарів, зокрема, бавовняні, вовняні, шовкові, ювелірні, галантерейні, шкіряні та металеві вироби, цукор, худобу тощо (табл. 7). Як видно з таблиці, загальний товарооборот на чотирьох харківських ярмарках по основних товарних групах у кінці 60-х на початку 70-х рр. XIX ст. склав майже 50 млн. руб., при цьому найвищий показник відмітний щодо Хрещенського (21 млн. руб.) та Покровського (майже 15 млн. руб.) ярмарків. У товарній структурі ярмаркової торгівлі Хрещенського та Покровського торгів домінували вовняні, бавовняні, льняні, конопляні, шкіряні вироби та цукор (60–80% всього вітчизняного привозу та 68–78% вивозу); Успенського – вовняні, бавовняні, льняні та конопляні вироби (відповідно 48% та 44%); Троїцького – вовна (відповідно 77% та 89%). З точки зору залишків нереалізованої продукції, найбільш

успішним був Троїцький ярмарок, знову ж таки, в силу його спеціалізації: обсяг проданої продукції склав 62,6% від вартості загального привозу на ярмарок. Щодо інших ярмарків, то на Хрещенському та Покровському ярмарку було реалізовано 43,5% привезених товарів (у вартісному вимірі), на Успенському – лише 39,5%.

Харківські ярмарки були досить популярними, зокрема, уже в 60-х рр. XIX ст. сюди з'їжджалося більше 50 тис. купців, торговців, комерсантів. Усіх їх можна було поділити на три основних групи: безпосередні виробники товарів, які приїжджали збувати свою продукцію; перекупщики (гуртові торговці), які купували товари у виробників або в місцях гуртової торгівлі і збували їх на ярмарках; спекулянти, які придбавали товари на ярмарках і тут же за підвищеною ціною їх перепродували.

Таблиця 7

Середній товарооборот харківських ярмарків за основними товарними групами (1868 – 1872 рр.)

Товарна група	Привезено, млн. руб.				Продано, млн. руб.			
	Хрещенська	Успенська	Покровська (за 1869 – 1872)	Троїцька	Хрещенська	Успенська	Покровська (за 1869 – 1872)	Троїцька
Товари вітчизняного виробництва								
Бавовняні, льняні та конопляні вироби	2,32	1,00	5,08	0,44	1,12	0,37	2,41	0,05
Вовняні вироби, вовна	3,19	1,20		3,44	1,47	0,41		2,50
Шовкові	1,03	0,51		0,08	0,56	0,17		0,03
Золоті та срібні	0,26	-	0,12	-	0,13	-	0,04	-
Галантерейні	0,51	0,38	0,55	-	0,25	0,14	0,22	-
Шкіряні	1,67	0,26	0,72	-	1,06	0,12	0,45	-
Залізні	0,97	0,54	0,56	0,08	0,63	0,23	0,17	0,05
Мідні	0,17	0,12	0,15	-	0,09	0,05	0,06	-
Хутряні	0,22	-	0,33	-	0,11	-	0,17	-
Цукор	1,92	0,59	1,02	0,10	1,04	0,27	0,61	0,06
Бакалійні вироби	0,34	-	0,37	-	0,21	-	0,15	-
Коні	0,05	-	-	0,35	0,02	-	-	0,12
Риба	-	-	0,06	-	-	-	0,03	-
Віск, свічки	-	0,01	0,08	-	-	0,01	0,07	-
Всього вітчизняних товарів	12,65	4,61	9,76	4,49	6,69	1,77	4,38	2,81
Товари іноземного виробництва								
Вовняні, шовкові та прості матерії	0,78	0,19	0,34	-	0,40	0,08	0,01	-
Чай	0,24	0,16	0,16	-	0,16	0,10	0,08	-
Всього іноземних товарів	1,02	0,35	0,50	-	0,56	0,18	0,09	-
Всього товарів	13,67	4,96	10,26	4,49	7,25	1,96	4,47	2,81

Джерело: складено автором на основі: Движение ярмарочной торговли в России за последние пять лет (1868-1872 г.). Санкт-Петербург : тип. М-ва вн. дел, 1873. С. 12, 14, 16, 18.

Своєї значної ролі у вітчизняній ярмарковій торгівлі харківські торги не втратили й у кінці досліджуваного періоду, про що свідчать показники товарообороту. У кінці XIX – на початку XX ст. в середньому в рік на харківські ярмарки завозили продукції на суму 100 млн. руб., а продавали на суму 54 млн. руб. [17, с. 5]. Зокрема, у 1906–1910 рр. середньорічний товарооборот Покровського ярмарку за основними групами товарів склав 23 млн. руб., Хрещенського – більше 10 млн. руб., Успенського – майже 9 млн. руб., Троїцького – більше 7 млн. руб. (табл. 8).

Таблиця 8

Середній товарооборот на харківських ярмарках у 1906-1910 рр., млн. руб.

Найменування товару	Троїцький	Успенський	Покровський	Хрещенський
Мануфактурні вироби	4,0–5,0	6,0–7,0	7,0–8,0	6,5–7,5
Галантерея	0,4–0,45	0,5–0,6	0,7–0,8	0,5–0,55
Вовна	0,8 – 0,9	0,6–0,7	0,8–0,9	0,4–0,5
Взуття та шкіра	0,3 – 0,35	0,45–0,5	1,0–1,2	0,6–0,7
Хутро	–	–	0,8–1,0	0,6
Бакалія	0,2–0,25	0,3	1,0–1,3	0,45
Гастрономія	0,1	–	0,25	0,1
Скляні	0,2	–	0,3–0,4	0,1–0,15
Чай	0,1	0,1	1,5–2,0	0,2
Цукор	0,25	0,3	4,0–5,0	0,2–0,25
Вина	0,1	0,1	3,0–3,5	0,15
Залізні вироби	0,35	0,45–0,5	2,0–2,5	0,25
Сировина (волосся, щетина, сало, шкіра, овчина)	0,4–0,6	–	0,6–0,8	1,2

Джерело: складено автором на основі: Денисов В.И. Ярмарки. Санкт-Петербург : тип. В.Ф. Киршбаума (отд-ние), 1911. С. 43.

Як видно з таблиці, на початку XX ст. дещо змінюється вагомість окремих ярмарків. Порівняно з періодом 60–70-х рр. XIX ст. вдвічі знизився товарооборот Хрещенського ярмарку, проте суттєво зріс показник щодо Покровського (на 53,3%) та Успенського (на 30%) торгів. Товарооборот Троїцького ярмарку залишився незмінним, проте, як видно, його роль як спеціалізованого центру торгівлі вовною знизилася, натомість у структурі торгу суттєво зросла питома вага мануфактурної продукції. Та ж тенденція відмітна й щодо інших ярмарків.

Протягом досліджуваного періоду вагому роль у вітчизняній внутрішній торгівлі відігравали ярмарки Полтавської губернії, зокрема, Ільїнський у Полтаві, Маслянський та Вознесенський у Ромнах. За

власними підрахунками І. Аксакова, товарооборот полтавських ярмарків уже в 1854 р. складав 68 млн. руб., у тому числі Ільїнського – 48 млн. руб., роменських – 20 млн. руб. [14, с. 47]. Проте за даними державної статистики показники були суттєво меншими. Зокрема, за період 1846–1854 рр. товарооборот Маслянського ярмарку сягнув 5,5 млн. руб., а Вознесенського – 4,3 млн. руб. [14, с. 102]. За обсягом товарообороту найбільшим був Ільїнський ярмарок, зокрема, у 60-х рр. XIX ст. у деякі роки сюди було завезено та продано продукції на 48 млн. руб. (табл. 9).

Таблиця 9

Динаміка товарообороту Ільїнського ярмарку у 60-х рр. XIX ст.

Рік	Привезено, млн. руб.	Продано, млн. руб.
1864	27,9	17,8
1865	27,6	20,3
1866	20,7	12,7
1867	20,8	12,6
В середньому за рік	24,25	15,85

Джерело: складено автором на основі: Движение ярмарочной торговли в России за последние пять лет (1868-1872 г.). Санкт-Петербург : тип. М-ва вн. дел, 1873. С. 12.

У структурі ярмаркової торгівлі 2/3 складала продукція вітчизняного виробництва і лише 1/3 – імпортні товари. У вітчизняній товарній групі лідируючі позиції належали вовняним, бавовняним, суконним та хутряним виробам. Зокрема, за період 1868–1872 рр. товарооборот бавовняних виробів зріз з 8 млн. руб. до 12 млн. руб., вовняних – з 0,4 млн. руб. до 2,8 млн., суконних – з 1,9 млн. руб. до 4 млн. руб., хутряних – 1,3 млн. руб. до 3 млн. руб. За п’ять років середньорічний продаж льняних виробів склав 380 тис. руб., шовкових – 633 тис. руб., золотих – 255 тис. руб., галантерейних – 406 тис, залізних – 344 тис. руб., цукру – 210 тис. руб., бакалійних – 240 тис. руб.. хімічних виробів – 108 тис. руб. [16, с. 11]. Протягом означеного періоду на ярмарок було привезено іноземної продукції лише на 2 млн. руб., тобто в 10 разів менше ніж вітчизняних товарів, з яких продано лише 50%. Серед іноземних товарів лідирувала вовна – її товарооборот за 5 років зріс із 152 тис. руб. до 500 тис. руб. [16, с. 12].

Поряд з Ільїнським ярмарком значимими у Полтавській губернії були Маслянський та Вознесенський у м. Ромни, приблизно рівні за обсягами товарообороту (табл. 10).

Таблиця 10

Середньорічний торговельний оборот ярмарків у м. Ромни у кінці 60-х на початку 70-х рр. XIX ст.

Групи товарів	Маслянський за1868 – 1872 рр.		Вознесенський за 1868 – 1871 рр.	
	Привезено, тис. руб.	Продано, тис. руб.	Привезено, тис. руб.	Продано, тис. руб.
Бавовняні вироби	694,4	376,4	683,6	254,9
Вовняні вироби	428	271	312,8	171,7
Сукно	763	414,5	687,6	228,7
Льняні та конопляні вироби	186	125,9	95,5	59,2
Шовкові вироби	669,2	392,4	490,2	212,1
Ювелірні вироби	161,9	90,9	1397,2	286,1
Галантерея	273,2	154,2	313,1	100,7
Цукор	94,6	79,5	72,2	63,7
Бакалійні вироби	604,4	392,6	399,8	181,6
Всього вітчизняних товарів	5026,8	2869,5	5367,4	2024,8
Іноземні товари (галантерея)	237,3	140,4	336,9	185,6
Всього	5264,1	3009,9	5704,3	2210,4

Джерело: складено автором на основі: Движение ярмарочной торговли в России за последние пять лет (1868-1872 г.). Санкт-Петербург : тип. М-ва вн. дел, 1873. С. 24, 26.

Зокрема, у 1868–1872 рр. середньорічний обсяг ввозу та вивозу Маслянського ярмарку становив більше 8 млн. руб., при цьому у структурі торгівлі найбільшу питому вагу складали бавовняні, вовняні, сукняні, шовкові та бакалійні вироби. У 1868–1871 рр. середньорічний товарооборот Вознесенського ярмарку склав 7,9 млн. руб., при цьому найбільшу частку у структурі торгівлі займали ювелірні, бавовняні, сукняні та шовкові вироби. Знову ж таки, практично 95% всього привозу складала вітчизняна продукція.

У 1882 р. у Полтавській губернії нараховувалося в цілому 1030 ярмарків, з яких лише Ільїнська та торги у Ромнах були оптовими центрами торгівлі, решта – дрібними ярмарками, де селяни реалізовували сільськогосподарську продукцію та кустарні вироби [22, с. 7]. Серед таких ярмарків слід виокремити лубенські, роль яких особливо зросла у другій половині XIX ст. (табл. 11). Їхній товарооборот був досить незначним, до прикладу, у 1888–1890-х рр. в середньому склав 400 тис. руб., проте сюди привозили товари як зі всієї Полтавської, так і Чернігівської, Харківської та Київської губерній, зокрема, таку продукцію як: дошки, вози, сільськогосподарський інвентар та інструменти, меблі, дерев'яний, фаянсовий та скляний посуд, гончарні вироби, селянський одяг, книги, ікони, мед, хліб, сіно, коні, худоба, сало, овочі та фрукти, віск, риба тощо.

Таблиця 11

Торговельний оборот селянських ярмарків м. Лубни, Полтавської губернії за 1888–1890 рр.

Назва ярмарків	Привезено, тис. руб.	Продано, тис. руб.
Преображенський	80,4	62,8
Троїцький	68,9	50,8
Покровський	40,0	29,2
Маслянський	36,7	21,3
Спиридонівський	8,7	5,3
Всього	234,7	169,4

Джерело: складено автором на основі: Забело Я.П. Опыт исследования украинских крестьянских ярмарок : Описание Лубенской Покровской ярмарки 28 сент. - 2 окт. 1891 г. Полтава : Типо-лит. И.А. Дохмана, 1892. С. 7.

Домінуючі позиції у торгівлі зберігали й київські ярмарки, зокрема, Стрітенський та Хрещенський. Середній товарооборот Стрітенського ярмарку у 1835–1844 рр. складав 800 тис. руб., у 1845–1854 уже 2 млн. руб., а у 1855–1860 рр. – уже 2,6 млн. руб., тобто фактично за 25 років зріс у три рази [15, с. 106–107]. Тут реалізовувалася не лише роздрібна торгівля, але й укладалися крупні гуртові угоди на продаж різних груп товарів: хліба, спирту, насіння, металів, кам'яного вугілля, солі, лісу, завдяки чому ярмарок наблизився до західноєвропейського зразка – до форми розрахункових палат і бірж. Тут розташовувалися склади та амбари, а торгівля здійснювалася на контрактній основі. Відмітним у Київській губернії був і Хрещенський ярмарок, який спеціалізувався на торгівлі цукром. Зокрема, у 1868–1872 рр. середній оборот цукрової торгівлі складав більше 4,7 млн. руб. [16, с. 29]. Серед київських спеціалізованих торгів важливо вказати й житомирський хмільний ярмарок, вперше організований у 1908 р. для потреб південно-західного хмільництва. Уже у перші десятиліття XX ст. тут ярмаркові обороти сягали 100 тис. руб. [16, с. 51].

Вагома роль належала ярмаркам півдня України, зокрема, Троїцькому (Кривий Ріг), Макіївському (Макіївка), Георгієвському (Єлисаветград), Покровському (Каховка), Покровському (Вознесенськ), Петропавлівському (Катеринослав), які були центрами продажу великої рогатої худоби, хліба, вина та іншої продукції. Зокрема, на Георгієвському ярмарку торгували бавовняними, вовняними, льняними, шовковими, конопляними, ювелірними виробами, галантереєю, бакалією, лісоматеріалами, худобою, кіньми тощо. У 1854 р. товарооборот ярмарку складав 3,5 млн. руб., до 60–70-х рр. XIX ст. показник зріс на 60% (у 1865 р. – 5,6 млн. руб., а у 1871 р. – 5 млн. руб.) [14, с. 49; 16, с. 32]. Покровський ярмарок Херсонської губернії спеціалізувався на торгівлі бавовняними, льняними, конопляними, вовняними, шкіряними, залізними виробами, рогатою худобою, кіньми, хлібом. У 1868 р. товарооборот ярмарку складав майже 2,6 млн. руб., а

до 1871 р. – зріс на 58% [16, с. 37]. Каховський ярмарок Таврійської губернії був центром продажу мануфактурних виробів, бакалії, галантереї, продукції миловаріння, сала, смоли, тютюну тощо. Сюди приїжджали купці з Одеси, Херсона, Сімферополя, Миколаєва, Керчі тощо. У 60-х рр. XIX ст. товарооборот ярмарку коливався уже в межах 2–3,5 млн. руб. На Петропавлівський торг в Катеринославі за три роки (1868–1870 рр.) було привезено в середньому товару на 1683 тис. руб., а продано – на 1050,8 тис. руб. [16, с. 43]. У структурі торгівлі домінували ювелірні та шкіряні вироби, іспанська вовна, галантерея та бакалія.

Серед другорядних ярмарків важливо згадати Петропавлівський у Подільській губернії та Хрестовоздвиженський у Чернігівській губернії, де реалізовувалася велика кількість мануфактурної та галантерейної продукції, а також худоби, коней, хутра, залізних виробів тощо. Зокрема, у 1868 р. загальний товарооборот подільського ярмарку складав 2,2 млн. руб. [16, с. 43]. Він мав важливе значення у торгівлі із Бессарабією, Румунією, Польщею та західноукраїнськими землями. За період 1845–1854 рр. на чернігівський ярмарок в середньому було привезено товару на суму 4,2 млн. руб., а вивезено – на суму 2,3 млн. руб. [14, с. 139].

Таким чином, проведене дослідження вітчизняного історичного досвіду доводить, що важливим заходом стимулювання розвитку підприємництва виступає експозиційна справа та ярмаркова діяльність. Виставки, які за сприяння уряду почали організовувати на теренах України лише наприкінці першої половини XIX ст., до кінця досліджуваного періоду стали популярним засобом ринкової комунікації та налагодження ділової співпраці, про що свідчить збільшення кількості виставкової продукції та чисельності експонентів, активна участь вітчизняних підприємців у відповідних міжнародних заходах. Виставки демонстрували найкращі досягнення вітчизняної промисловості, рівень науково-технічного прогресу тих чи інших галузей, ставали містком на шляху до позитивних структурних зрушень в економіці та її включення до системи світогосподарських зв’язків. Аналіз історичного аспекту ярмаркової торгівлі показав її значимість як генератора торговельної діяльності та механізму імплементації у вітчизняне господарське середовище низки ринкових інститутів (акціонерного підприємництва, системи кредитних та орендних відносин, аукціонного, контрактного та біржового торгу тощо). Великі оптові ярмарки до кінця XIX ст. стали провідними спеціалізованими центрами підприємницької взаємодії, сприяли інтенсифікації зовнішньоторговельних відносин та модернізації внутрішньо-господарського середовища. В умовах децентралізації та розвитку постійної торгівлі зберігалася значна роль і дрібних ярмарків, які, насамперед, виступали механізмом подолання підприємницької інерційності селянства.

Список використаних джерел

1. Супрун Н.А. Державне регулювання виставково-ярмаркової діяльності: історико-теоретичний аспект. *Український соціум*. 2010. №3. С. 112–123.
2. Киттары М.Я. Всемирная выставка 1867 года в Париже. СПб., 1868. LXXVI с.
3. Иллюстрированное описание Всероссийской художественно-промышленной выставки в Москве 1882 г. : альбом 179 рисунков и 16 портретов, исполненных лучшими художниками журнала «Всемирная иллюстрация», с подробным описанием выставлявшихся предметов всех групп. СПб., Москва : Герман Гоппе, 1882. 256 с.
4. Указатель Выставки российских мануфактурных изделий, бывшей в С.-Петербурге в 1839 году. СПб., 1839. 198 с.
5. Выставка российских мануфактурных изделий (3; 1843; Москва). Указатель Третьей в Москве выставки российских мануфактурных изделий 1843 года. Москва, 1843.
6. Скальковский К. Всероссийская мануфактурная выставка в промышленном отношении. Санкт-Петербург : В типографии Императорской академии наук, ценз. 1870. 216 с.
7. Всероссийская кустарно-промышленная выставка (1902; Петербург). Указатель Всероссийской кустарно-промышленной выставки 1902 г. Санкт-Петербург, ценз. 1902. 432 с.
8. Тарасов И.Т. Всероссийская сельскохозяйственная выставка в г. Харькове, в 1887 году. Санкт-Петербург : тип. «Сев. телегр. Агентства», ценз. 1888. 37 с.
9. Путеводитель по г. Киеву с каталогом Киевской сельскохозяйственной и промышленной выставки 1897 года : С планами г. Киева и Выставки. Киев : М.Л. Радоминский, 1897. 131 с.
10. Дэв. Одесская выставка и экспертиза вин. Одесса : Тип. под фирмою «Вестник виноделия», 1911. 22 с.
11. Спасский П.Х. История торговки и промышленности в России : в 3-х т. Т.1. СПб : тип. Н.В. Гаевского, 1910. 272 с.
12. Участие России на Всемирной Парижской выставке 1900 г. : Отчет ген. комиссара Рус. отд. М-во финансов. Санкт-Петербург, 1901. 117 с.
13. Международное общество Всемирных выставок : цель Общества и «книжка пребывания» в Париже на Всемирной выставке 1900 г. СПб. : Тип. Бусселя, Ценз. 1900. 6 с.
14. Аксаков И. Исследование о торговле на украинских ярмарках. СПб., 1858. 395 с.
15. Гуржій І.О. Розвиток товарного виробництва і торгівлі на Україні (з кінця XVIII століття до 1861 року). Київ, 1962. 206 с.
16. Движение ярмарочной торговли в России за последние пять лет (1868–1872 г.). Санкт-Петербург : тип. М-ва вн. дел, 1873. 75 с.
17. Денисов В.И. Ярмарки. Санкт-Петербург : тип.

В.Ф. Киршбаума (отд-ние), 1911. 139 с.

18. Гуржій І.О. Україна в системі всеросійського ринку 60–90-х рр. XIX ст. Київ, 1968. 192 с.

19. Статистико-экономические очерки областей, губерний и городов России. Киев, 1913. 482 с.

20. Канделаки И. Роль ярмарок в русской торговле. СПб., 1914. 60 с.

21. Сборник статистических сведений о России, издаваемый Статистическим отделением Императорского русского географического общества : в 3 кн. Кн.2. СПб., 1854. 322 с.

22. Забело Я.П. Опыт исследования украинских крестьянских ярмарок : Описание Лубенской Покровской ярмарки 28 сент. - 2 окт. 1891 г. Полтава : Типо-лит. И.А. Дохмана, 1892. 34 с.

В.Ю. Лисак

Методичні підходи щодо оцінки якісних характеристик людського капіталу та їх використання на підприємстві

З переходом економіки України до ринкових форм господарювання змінилась і парадигма управління підприємствами. За ситуації, яка склалась, необхідно повністю переглянути принципи управління активами підприємства. З розвитком інформаційного суспільства такі активи як: земля, основні засоби, фінансові активи перестають бути головним фактором успішного розвитку підприємства наявність цих активів є недостатнім.

Світовий досвід управління виробництвом переконує, що вирішальним фактором стабільного і тривалого функціонування організації, та її поступального розвитку є високоякісне управління працівниками. Персонал починає розглядатися як основний ресурс фірми та виступати в формі людського капіталу, який втілений у накопиченні певних знань, умінь, кваліфікації, досвіді роботи, мотивації творчих здібностей працівників. Адже, людський капітал включає в себе якісні характеристики персоналу та у взаємодії зі всіма іншими активами забезпечує успіх діяльності всієї організації. Отже, в процесі нашого дослідження для вдосконалення управління персоналом необхідно здійснити індивідуальну оцінку людського капіталу працівників.

Без задіяння соціальних та духовних чинників, що їх уособлює у собі людина, її інтелектуального потенціалу, рівня знань, кваліфікації та практичних навиків, а також мотиваційного механізму не можна розраховувати на стабільний успіх [1, с. 22].

Роль персоналу є незаперечною, розгляд його як основного фактору виробництва потребує оцінки та обчислення, не тільки його кількісних, але і якісних параметрів, а також постає потреба в вимірі та потребі інвестування в його розвиток на підприємствах.

Як зазначив американський дослідник Дж. Грейсон [2], саме людський капітал, а не заводи, устаткування і виробничі запаси є квінтесенцією конкурентоспроможності, економічного росту й ефективності. Розвиваючи цю думку, вчений констатує, що вже пора навчитися визначити вартість цього багатства, що сам факт його оцінки сприятиме зміні загальноприйнятих поглядів, що суспільство, яке не зуміє усвідомлено вкладати капітал у розвиток людини, відстане від інших .

На нашу думку всі методи оцінки людського капіталу доцільно поділити на три групи:

1. Оцінка людського капіталу заснована на витратному підході.

2. Оцінка людського капіталу шляхом оцінки величини витрат на його утворення (дохідний підхід).

3. Оцінка людського капіталу шляхом спрямування інвестицій.

В кінці ХХ ст. експертами Світового банку (СБ) була розроблена методика оцінки національного багатства. Згідно з їх концепцією національне багатство складається із людського, природного та відтворювального капіталів. При цьому під відтворювальним капіталом розуміються матеріальні засоби виробництва та домашнє майно. Експерти банка виходять із того, що значна частина споживчих витрат використовуються на відтворення та нагромадження людського капіталу. До них відносяться поточні витрати сімей на харчування, одяг, утримання житла, освіту, охорону здоров'я, культуру, а також витрати держави на ці цілі. Світовий банк здійснив вартісну оцінку національного багатства за трьома основними складовими: людський капітал; природний капітал; відтворювальний капітал. За його оцінками, людський капітал складає найбільшу частину національного багатства у будь-якому регіоні землі: у Північній Америці – 76%, Західній Європі – 74%, на Ближньому Сході цей показник найнижчий 43%, однак і він переважає природні ресурси, частка яких в цьому регіоні складає найвищу величину – 39% [4, с. 69-70].

Слід зауважити, що такий широкий підхід до оцінки людського капіталу не повною мірою відповідає сутності цього явища. Адже виробництво людського капіталу пов'язано із формуванням та розвитком якісних рис людини, які визначають її продуктивні здібності. Далеко не всі споживчі витрати спрямовані на формування продуктивних здібностей людини, значна їх частина забезпечує фізіологічне виживання людини, а витрати пов'язані зі споживанням алкоголю, тютюну, наркотичних речовин, руйнують якісні параметри людини [4, с. 70].

У методології, яка розроблена Світовим банком, є ряд як позитивних, так і негативних моментів. Позитивним є те, що розмір людського капіталу напряму зв'язаний з рівнем економічного розвитку країни та розміром ВВП. Звідси виходить, що чим вищий економічний розвиток країни тим більші можливості для формування людського капіталу. До негативних моментів можна віднести неможливість порівняння людського капіталу між країнами. Основним базовим показником для проведення розрахунків являється ВВП, який залежить від ряду чинників: ефективності використання людських ресурсів, галузевої структури виробництва, цінового чинника. Частка споживчих витрат у ВВП також має залежність від багатьох чинників: державної політики щодо доходів та рівня життя населення, ціни робочої сили, рівня заробітної плати. Також важливим є те, що офіційні показники ВВП не включають показник розвитку тіньового сектору економіки, яка в окремих країнах займає значну частку. Негативним в методології СБ є неврахування освітньо-кваліфікаційного рівня населення. Тому

оцінка людського капіталу по окремих країнах має суттєві розбіжності, що не відбиває його реальний обсяг.

Фахівцями Світового Банку та Росії були запроваджені методичні засади проведення розрахунків людського капіталу та його частки у структурі національного багатства. Всього у світі наприкінці XX ст. було нагромаджено людського капіталу на суму 365 трлн дол., що становить 66,4% від загального обсягу національного багатства країн. Найбільший його обсяг нагромаджено у розвинених країнах "сімки" та ЄС – 215 трлн дол., із них США – 95 трлн дол.[5, с. 109-110].

В історичному аспекті зазначена проблема турбувала не одне покоління науковців. Однією з головних проблем економічної теорії з моменту її виникнення як самостійної наукової дисципліни була оцінка продуктивних здібностей людини, що перебувають у її власності та використовуються в економічній діяльності. Багато вчених-економістів у різний час пропонувало для цього використовувати різнопланові методи й інструменти, серед яких переважали поточні показники оцінки. Ці підходи знайшли своє відображення в існуванні таких понять, як цінність людини, вартість праці, вартість і ціна товару "робоча сила", вартість послуг праці, інтелектуальний капітал, вартість людського капіталу, ціна послуг людського капіталу, вартість освітнього фонду, вартість життя та ін. [5, с. 28].

Незважаючи на те, що серед науковців не склалася єдина точка зору щодо методів оцінки якісних характеристик персоналу, переважна більшість дослідників все ж таки ставить перед собою завдання визначити його величину та якісні параметри.

При оцінювані людського капіталу в економічній літературі використовується велика розмаїтість підходів і методів, на що наголошують дослідники даної проблеми. Оцінки людського капіталу можуть поєднати об’єктивні вартісні показники та суб’єктивні індивідуальні оцінки. При визначенні величини людського капіталу застосовують як вартісні (грошові), так і натуральні оцінки.

Великий внесок у розробку та дослідження методів оцінки людського капіталу зробили російські вчені О.І. Добриніна, С.О. Дятлов, К.Д. Циренова в своїй монографії "Людський капітал в транзитивній економіці: формування, оцінка, ефективність використання" [6, с. 69-84].

Провівши аналіз поглядів найбільш відомих дослідників, які працювали над проблемою дослідження людського капіталу, автори зуміли розв’язати основні проблеми, які виникають при вимірі величини людського капіталу та методів його оцінювання.

Дослідники в основному використовують два методи вартісних оцінок людського капіталу: вартість виробництва і процедура капіталізації заробітку, а також їх комбінації. Перша процедура полягає в оцінюванні реальних витрат (звичайно чистих витрат засобів існування) на «виробництво» людини, друга – полягає в оцінюванні

дійсної (приведеної до поточного моменту часу) цінності майбутнього потоку доходів індивідуума (чистого або валового доходу) [7, с. 73].

Теоретичні основи методів вартісної оцінки людського капіталу були закладені такими відомими науковцями як В. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо, К.Маркс.

Одним із перших економістів, які виміряли економічну цінність людей, був У. Петті, котрий розробив метод і розрахував цінність кожної людини. Так, він дійшов висновку, що цінність основної маси людей дорівнює двадцятикратному річному доходу, який вони приносять. Цінність кожного жителя Англії він оцінював в середньому у 80 фунтів стерлінгів. При цьому різні суб'єкти мали не однакову цінність. Наприклад, дорослий оцінювався вдвічі дорожче, ніж дитина, а моряк утричі дорожче, ніж селянин [2, с. 82].

В роботах В. Петті були здійснені лише перші спроби оцінки продуктивних сил людини. За образного висловлення В. Петті, людська праця – "батько багатства".

А. Сміт та Д. Рікардо, які представляли англійську класичну школу політичної економії, даній проблемі приділили в своїх роботах значну увагу. Вони вважали, що працівники продають не робочу силу, а працю. А. Сміт констатував, що для формування в робітників знань, навичок і майстерності потрібен певний час, праця, витрати, що він назвав "дійсними витратами". На думку А.Сміта, заробітна плата змінюється залежно від легкості і дешевизни, чи труднощів і дорожнечі придбання даної професії. Розходження між заробітною платою кваліфікованого і некваліфікованого робітника ґрунтується на цьому принципі.

Д. Рікардо зробив наступний крок у визначенні цінності робочої сили через товар. Він вважав, що природною ціною праці є та, яка необхідна, щоб робітники мали можливість існувати і продовжувати свій рід без збільшення або зменшення їхньої кількості, тобто цінність праці визначається через цінність засобів споживання робітника та його сім'ї [8, с. 83].

К. Маркс у своїх працях доводив, що робітник продає не працю, а товар, який йому належить – "робочу силу". Він розглянув основні умови продажу робітником цього товару, його якісні і кількісні характеристики. На основі розробленої ним теорії двоїстого характеру праці він розглянув дві сторони товару "робоча сила" – споживчу вартість і вартість. В аналізі К. Маркс виходив з наявності переважно простої робочої сили, що для середини XIX ст. це було цілком виправдано.

В останній третині XIX ст. ознаменувалась зародженням та розвитком нового напрямку в економічній теорії – теорії граничної корисності. Одним з родоначальників теорії був англійський економіст У. С. Джевонс, який в 1871 р. опублікував працю "Теорії політичної економії". Найбільш відомим представником даного напряму

економічної думки є англієць А. Маршалл, американець Дж. Б. Кларк, австрійці К. Менгер, швейцарець Л. Вальрас.

Теорія граничної корисності базується на положенні про те, що вартість (цінність) визначається суб'єктивними оцінками індивідуумів щодо споживчого блага.

Наступним методом оцінки вартості людського капіталу є метод капіталізації майбутніх заробітків.

В першій половині XX ст. було опубліковано ряд робіт, в яких автори намагались розрахувати вартість окремої людини і всього населення країни і на цій основі оцінити втрати суспільства від захворювань та передвчасної смерті. Б. Ф. Кікер в своїй роботі "Історичні корені концепції людського капіталу" робить аналіз проведених досліджень подібного роду такими вченими як: І. Фішер (1908 р.), С. Х. Форсит (1914 р.), Ф. Крам (1919 р.), Ю. Л. Фіш (1921 р.).

На нашу думку, доцільно розглянути визначення Л. Туроу. Він зазначає: "Людський капітал людей являє собою їхню здатність виробляти товари та надавати послуги. Вартість людського капіталу являється простою ціною виробничих здібностей, помноженої на кількість цих здібностей".

Однак не існує способу виміру ні кількості, ні ціни людських виробничих здібностей. Праця не може продаватися, а може продаватися лише послуги праці на обмежений період часу, або здаватися тимчасово в оренду тим, хто їх використовує (підприємці). На думку Л. Туроу, з цього слідує, що людський капітал має бути виміряний іншим шляхом, за допомогою ринкової вартості, за яку його можна орендувати. "Якщо орендні плати відображають сьогоднішні і майбутні потоки товарів і послуг, які походять від праці, отже, як ренту, так і потоки вироблених працею товарів і послуг слід капіталізувати для того, щоб скласти нинішню вартість виробничих здібностей людини. Капіталізація – це просто процес вирахування поточної вартості будь-якого активу, який принесе дохід в майбутньому" [6, с. 72].

Капіталізація чи дисконтування майбутніх доходів становить величину вжитого капіталу. Визначення людського капіталу, як і будь-якого іншого, прихильники даної концепції вбачають в обчисленні економічного ефекту від його використання, а не у величині витрат на виробництві. Дисконтована сума майбутніх доходів людини становить вартість її капіталу [9, с. 154].

На думку І. Фішера, використання капіталу означає отримання відсотку як універсальної форми будь-якого доходу (заробітної плати, прибутку, ренти). Дисконтована сума майбутніх доходів і складає величину капіталу, який використовується. Через коефіцієнт дисконту майбутній дохід приводиться до справжньої, тобто сьогоднішньої оцінки.

$$\frac{1}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

де: *i*– поточна відсоткова ставка; *t* – кількість років.

Як зазначає Коровський А.В., дисконтування є процедурою обчислення сьогоднішнього значення будь-якої суми, яка може бути отримана в майбутньому. Загальна форма дисконтування така [8, с. 84].

$$Д_c = \frac{Д_t}{(1+i)^t} \quad (2)$$

де: $Д_c$ – сьогоднішня величина доходу; $Д_t$ – майбутня величина доходу; t – кількість років; *i* – поточна процентна ставка.

Економічний зміст цієї формули розшифровується так. Певна сума грошей – $Д_{c,}$ яка вкладається на депозит на t років під *i*-ту норму процента, досягне значення $Д_{t,}$ тобто, сьогоднішня сума $Д_c$ еквівалентна майбутній сумі $Д_t$.

Оцінка людського капіталу методом дисконтування має такий вигляд:

$$V_a = \frac{\sum_{i=a}^{n}(B-C)}{(1+i)^t} \quad (3)$$

де: V_a – оцінка людського капіталу у віці *a*; *B* – загальна заробітна плата; *C* – частина заробітної плати, яка припадає на працю; *i* – процентна ставка; *n* – вік завершення активної трудової діяльності людини.

Звичайно, що визначення величини вартості людського капіталу шляхом дисконтування майбутніх доходів, являється лише одним з можливих варіантів.

Дослідженням даної проблеми займався М. Фрідмен. Він розглядав людський капітал як одну із форм майна, що є альтернативою грошам. На його думку, як елемент майна людський капітал має приносити доход, яким є заробітна плата. Загальна сума людського капіталу дорівнює сумі дисконтованого заробітку, який одержує працівник упродовж усього працездатного віку [3, с. 76].

Майно і дохід за М. Фрідменом є взаємозалежними величинами. Так, якщо вартість майна суб'єкта дорівнює *V*, а віддача від нього становитиме *r%* за певний період часу, то номінальний дохід людини становитиме в даному періоді $D = r \cdot V$. І навпаки, коли визначений грошовий дохід суб'єкта від свого майна за певний період – *D* і середня віддача від нього – *r*, то цінність такого майна дорівнює $D / r \cdot 100\%$. При цьому врахований дохід охоплює усе життя суб'єкта.

Майно індивіда можна подати як капіталізовану вартість майбутнього потоку доходів, яку визначають методом дисконтування. Загальна величина майна людини розраховується за такою формулою:

$$V^n = \frac{D_i}{(1+r)} + \frac{D_2}{(1+r)^2} + ... + \frac{D_n}{(1+r)^n}, \quad (4)$$

де: D_i – очікуваний суб'єктами річний дохід усіх видів майна;

n – тривалість життя людини в роках.

Перманентний дохід матиме такий вигляд:

$$D^n = r \cdot V^n. \quad (5)$$

У цій формулі r розглядається як середня дохідність від п'яти різних видів майна: грошей, акцій, облігацій, товарів тривалого використання і людського капіталу, а сума доходів від п'яти видів майна виступає як перманентний дохід, який являє собою середній дохід усього майна.

На думку М. Фрідмена, людський капітал є однією з форм капіталу, альтернативною грошам.

Людський капітал, як елемент майна, приносить дохід. Цей дохід можна подати як дисконтовану заробітну плату, яку одержує індивід протягом усього працездатного віку. Перманентний дохід індивідуума від людського капіталу, як компонента майна, дорівнює доходу, який є середньозваженою величиною річних заробітків, очікуваних за весь працездатний період життя. Загальна сума людського капіталу дорівнюватиме:

$$\frac{W_i}{(1+r)} + \frac{W_2}{(1+r)^2} + ... + \frac{W_n}{(1+r)^n}, \quad (6)$$

де W_i – очікуваний людиною річний заробіток від використання людського капіталу; n – строк життя людини у роках.

Економісти робили неодноразові спроби підрахувати загальний обсяг людського капіталу як для окремої особи, так і економіки окремої країни в цілому. Використовувані ними різні методики далеко не збігалися. Як правило, оцінюванню підлягав тільки інтелектуальний капітал який виступає одним із активів [8, с. 85-86].

На нашу думку, доцільно навести деякі з оцінок, які здійснювались науковцями. Так, наприклад, за розрахунками Л.Троу, в 1960 р. вісімнадцятирічний сільськогосподарський робітник мав людський капітал у розмірі 14 тис. дол. Вся американська економіка мала у розпорядженні в 1968 році людський капітал розміром 5136 млрд дол., а її речовинний капітал на підприємствах складав 1300 млрд дол.

При нестачі статистичної інформації, найбільш простим способом визначити величину людського капіталу, як капіталізовану вартість довічних заробітків, є поділ річного фонду заробітної плати (й інших виплат працівникам) країни на норму відсотка. Однак такий розрахунок умовний і одержувані при цьому оцінки носять наближений характер.

Одним із перших розрахував величину людського капіталу в США Т. Шульц (1961р.). Теоретичним підґрунтям його розрахунків було уявлення про людський капітал як про нагромаджені в країні витрати на відтворення робочої сили, незалежно від джерел їх формування. Результатами таких інвестицій є накопичення здатностей людей до праці, підтримка самого життя людей, здоров'я тощо.

Людський капітал, за оцінкою Т.Шульца, має властивість нагромаджуватися і утворюватися на оновленій основі, тобто має ознаки виробничого характеру. Т. Шульц використовував наступний розрахунок: вартість одного року навчання кожного рівня, якою вона була в 1956 р. (з урахуванням загублених заробітків), збільшувалася на число людино-років освіти, накопичених населенням до того чи іншого моменту часу. Число людино-років освіти визначалося з поправкою на неоднакову тривалість навчального року. Оцінки освітнього фонду розраховані на основі не первісної, а відновленої вартості, тобто за основу обрана величина вартості освіти, що відноситься не до часу її одержання, а до року підрахунку. За розрахунками Т. Шульца освітній капітал, втілений у населенні в 1969 р., становив 1307 млрд дол., а відтворюване матеріальне багатство – 1617 млрд. дол. З 1929 по 1959 рр. темпи росту фонду освіти випереджали темпи росту фізичного капіталу, (відповідно – 4,1% проти 2%).

Аналогічні розрахунки здійснив Дж. Кендрік. Він навів їх в своїй монографії "Сукупний капітал США і його формування", що вийшла в 1976 р. У цій роботі він виходить із розширеного трактування людського капіталу, необхідності використання методу "безперервної інвентаризації". Величину людського капіталу чи освітнього фонду він визначав за первісною вартістю за допомогою спеціально розроблену індексів цін, з урахуванням амортизації знань і навичок. Так, освітній капітал Дж. Кендрік оцінив у 1969 р. у розмірі 2241,2 млрд дол., а людський капітал - 4000 млрд дол. Темп росту фонду освіти випереджував темп росту фізичного капіталу (відповідно 3,7% проти 2,4%).

З вище наведених прикладів можемо побачити, що не існує єдиної загальноприйнятої методики оцінювання людського капіталу, яка б могла досконало оцінити розмір людського капіталу. За підрахунками Т. Шульца, освітній капітал США у 1969 р. становив 1307 млрд дол., а Дж. Кендрік підрахував цей потенціал у тому ж році і в нього він становив 2241,2 млрд дол. Отже, розходження у показниках освітнього потенціалу складає понад 70%. При розрахунку величини людського капіталу США обидва автори зазначають той факт, що темп росту фонду освіти випереджають темп росту фізичного капіталу (відповідно – 4,1% проти 2%) у Т. Шульца та (відповідно 3,7% проти 2,4%) у Дж. Кендріка.

А. Круджер з Міннесотського університету порівняла розміри людського капіталу різних країн. Відповідно до її розрахунків, якби в 1959 – 1960 рр. ряд країн мали у своєму розпорядженні ті ж розміри і такої ж якості у розрахунку на душу населення землі, фізичного капіталу інших ресурсів, як в США, але ці країни використовували б власний людський капітал, то Індія змогла б збільшити виробництво на 34,1% Індонезія - на 37,3 %, Мексика - на 45,6 %, Греція - на 71,2 %, Японія - на 93,2 %, Канада - на 100,5 % [55, с. 77].

Серед сучасних методів вартісної оцінки персоналу однією з найбільш цікавих та відомих спроб використання теорії людського капіталу на корпоративному рівні є концепція "Аналіз людських ресурсів" (АЛР), запропонована Е. Флемхольцем на початку 60-х років XX ст. Концепція АЛР використовує як витратний, так і дохідний підхід до оцінювання вартості людського капіталу. При аналізі витрат використовується поняття первісних і відновлюваних витрат. Первісні витрати включають витрати на пошук, придбання і попереднє навчання працівників. Їх склад залежить від конкретного випадку, цілей, для яких вони розраховуються, та доступності даних. Відновлювальні витрати (витрати заміщення) – це сьогоднішні витрати, необхідні для заміни працюючого зараз працівника на нового, який здатний виконувати ті ж самі функції [3, с. 78].

Як відомо, у вітчизняній науці поняття "людський капітал" з'явилося лише в 90-х роках XX ст. До цього часу вартісна оцінка нагромаджуваних знань аналізувалася шляхом використання "фонду освіти".

При обчисленні фонду освіти використовуються два основні підходи: підраховуються фактичні сумарні витрати на освіту, здійснені протягом того чи іншого тривалого періоду часу, та робиться оцінка реальної виробничої цінності того запасу знань, навичок, умінь, досвіду, яким володіє робоча сила у певний відрізок часу. При першому підході оцінка відноситься до самої освіти, отриманої протягом тривалого періоду часу. З моменту підрахунку послідовно збільшується і сам рівень освіти, а також зростає вартість навчання. З урахуванням відповідних поправок, зростаючого обороту робочої сили і смертності населення, за період, що виокремлює час одержання освіти, можна побудувати ряди показників фонду освіти, що представляють собою кумулятивну суму всіх минулих фактичних витрат за винятком коштів, витрачених на навчання осіб, що вже вибули, до моменту обчислення зі складу робочої сили і населення. При цьому точність оцінювання залежить від застосованих цін, тобто питомих (річних у розрахунку на одного учня) витрат на навчання. Найбільш простий спосіб – це використання поточних витрат років одержання освіти (ціни придбання освіти) і приведення їх до порівнянного виду шляхом їх дефлятування. Кумулятивні витрати, чи ціни придбання, мають одну важливу перевагу: вони бухгалтерсько сумісні із системою обліку статистичних даних за відповідні роки. Однак, оцінкам фонду освіти за первісною вартістю притаманний і серйозний недолік: вони в силу швидкої зміни економічних умов (динаміка, структура цін, макро- і мікропропорцій, самого характеру освіти) неадекватно відображають реальну економічну дійсність. Ступінь цієї неадекватності залежить також і від часу, і тому різна для кожного наступного річного збільшення. Це значить, що кумулятивні оцінки за первісною вартістю внутрішньо

непорівнянні між собою. Метод підсумовування витрат не виходить за рамки своїх вихідних даних [5, с. 34-35].

На основі порівняльного аналізу суспільних і приватних норм віддачі на вкладення в освіту Г. Псахаропулос та М. Вудкок зробили такі висновки:

1) норма віддачі від інвестицій в освіту перевищує середню норму віддачі на фізичний капітал у країнах, що розвиваються;

2) у країнах, які розвиваються, норма віддачі на вклади в освіту вища, ніж у розвинених країнах;

3) приватні норми віддачі на освіту завжди вищі за суспільні норми віддачі;

4) суспільні та приватні норми віддачі вкладень у початкову освіту вищі, ніж норми віддачі вкладень у середню та вищу освіти [8, с. 77-78].

Зміна пріоритетів людського розвитку, обумовлена інноваційними зрушеннями, призводить до підвищення значення людського капіталу. Накопичення людського капіталу здійснюється шляхом інвестицій передусім у сферу набуття знань і кваліфікацій на різних рівнях освіти, охорону здоров'я, територіальну та професійну мобільність, поліпшення інфраструктури ринку праці, що забезпечують розвиток інтелектуальних і фізичних здібностей людини та можливості їх реалізації [10, с. 58].

Останнім часом проблемі методів оцінювання людського капіталу приділяють чималу увагу і ряд вітчизняних науковців.

Однією з перших, хто здійснив оцінку ефективності інвестування в освіту, була О.А. Грішнова. У своїй монографії "Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки" дослідник пропонує розгляд інвестицій в освіту методом чистої приведеної вартості. Net present value NPV, – вважається найточнішим критерієм доцільності будь-якого інвестиційного проекту: цінності потоку майбутніх доходів [11, с. 44-45]:

$$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^t}, \quad (7)$$

де: NPV – чиста приведена вартість;

B_t – дохід від інвестицій у людський капітал у часу t;

C_t – величина витрат за період часу t;

n – кількість періодів часу;

r –норма відсотка або ставка дисконтування;

Якщо інвестиційні витрати мають одномоментний характер, тобто відбуваються одноразово, то наведена формула дещо спроститься. Чиста приведена вартість, тобто чистий дохід від інвестицій буде становити (при збережені ставки відсотка):

$$NPV = \sum_{t=0}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^t} - C. \quad (8)$$

Як бачимо, чим менша *r,* тим більша цінність більших вигід. Наприклад, якщо *r*=0,02, тоді вигода отримана через 30 років, становитиме 55% від вигоди, отриманої негайно (при *r*=0,06 – лише 17%). Отже, інвестиції в людський капітал є доцільними, якщо поточна вартість майбутніх вигід (грошових та моральних) більша або хоча б дорівнює витратам. Це співвідношення є формалізованою моделлю економічної доцільності капіталовкладень в освіту:

$$\sum_{t=0}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^t} \geq C_t. \qquad (9)$$

Метод внутрішньої норми віддачі, що показує ставку відсотка, яка забезпечує поточну цінність майбутніх доходів і дорівнює інвестиціям в освіту [46, с. 45]:

$$\sum_{t=0}^{n} \frac{B_t}{(1+r)^t} = \sum_{t=0}^{n} \frac{C_t}{(1+r)^t}, \qquad (10)$$

Якщо майбутня віддача від конкретного рішення про інвестування в людський капітал настільки велика, що внутрішня норма віддачі перевищує норму віддачі від альтернативних інвестицій, то таке рішення може вважатися вигідним.

Фахівці, які працюють в галузі людського капіталу намагаються деталізувати складові приросту вартості людського капіталу. Як зазначає Голікова Н.В. у формалізованому вигляді приріст вартості від функціонування людського капіталу має наступний вигляд:

$$HC = r_h^h C_h + r_h^f C_h + r_f^f C_f + r_f^h C_f + r_g^f C_g + r_g^h C_g \qquad (11)$$

де: HC – вартість нематеріального людського капіталу, втіленого в людях – капіталізована частка людського трудового потенціалу HP.

$HC = HP - L$,

де: L – частка некапіталізованого трудового потенціалу (залишок);

$r_h^h C_h$ – заробіток (дохід) робітника від власних інвестицій у підвищення продуктивності своєї праці;

r_h^h – норма доходу робітника на власні інвестиції у підвищення продуктивності своєї праці;

C_h – інвестиції робітника у підвищення продуктивності своєї праці;

$r_h^f C_h$ – прибуток роботодавця (фірми) від інвестицій робітника у підвищення продуктивності своєї праці;

r_h^f – норма прибутку роботодавця (фірми) від інвестицій робітника у підвищення продуктивності своєї праці;

$r_f^f C_f$ – прибуток роботодавця (фірми) від інвестицій у підвищення продуктивності праці робітника;

r_f^f – норма прибутку роботодавця (фірми) від інвестицій у підвищення продуктивності праці робітника;

C_f – інвестиції роботодавця (фірми) у підвищення продуктивності праці робітника;

$r_f^h C_f$ – прибуток робітника від інвестицій роботодавця (фірми) у підвищення продуктивності його праці;

r_f^h – норма прибутку робітника від інвестицій роботодавця (фірми) у підвищення продуктивності його праці;

$r_g^f C_g$ – прибуток роботодавця (фірми) від інвестицій держави, громадських організацій, фондів тощо у навчання і підготовку спеціалістів;

r_g^f – норма прибутку роботодавця (фірми) від інвестицій держави, громадських організацій, фондів тощо у навчання і підготовку спеціалістів;

C_g – інвестиції держави, громадських організацій, фондів тощо у навчання і підготовку спеціалістів;

$r_g^h C_g$ – заробіток (дохід) робітника від інвестицій держави, громадських організацій, фондів тощо у його навчання і підготовку;

r_g^h - норма доходу робітника від інвестицій держави, громадських організацій, фондів тощо у його навчання і підготовку.

Отже, людський капітал включає зі сторони інвестицій власні інвестиції робітника, інвестиції держави, громадських фондів і організацій тощо у підвищення продуктивності праці робітника, а зі сторони результатів – прибуток у вигляді додаткового заробітку, а також відповідний приріст прибутку фірми (роботодавця) від підвищення продуктивності праці (професіоналізму) робітника; плюс зі сторони інвестицій – інвестиції фірми (роботодавця) у підвищення продуктивності праці робітника, а зі сторони результатів – прибуток фірми (роботодавця) і деякий прибуток робітника у вигляді приросту зарплати. Ці ж якості властиві не тільки виробничому капіталу, але і інституційному, культурному капіталу, капіталу здоров‘я тощо [12, с. 9].

Короковський А.В. у своїй монографії "Еволюція людського фактора економіки та проблеми його формування", відмічав, що людський капітал суспільства можна виміряти як кількісно, так і якісно. Загальна кількість населення, частка працюючих, величина відпрацьованих людино-годин є кількісними показниками. До якісних ознак належать знання, уміння, відданість, життєві орієнтири тощо, які

впливають на якісну характеристику праці та сприяють підвищенню її продуктивності. Витрати, які спрямовані на поліпшення цих ознак, належать до інвестицій в людський капітал [8, с. 77-78].

Колектив вітчизняних авторів, зокрема, Зелінська Г.О., Садова У.Я., Вітвицький Я.С., вважають, що оцінка людського капіталу має здійснюватись не тільки на макро – але й на мезорівні. Вони зазначають, що важливим етапом вивчення людського капіталу регіону є оцінка його обсягів. Це можна здійснити використавши економіко-методичний інструментарій, що ґрунтується на капіталізації грошових потоків, які спричиняє людський капітал, функціонуючи в різних галузях економіки регіону. При цьому виділяються наступні складові грошових потоків від функціонування людського капіталу:

1. Грошові потоки у вигляді заробітної плати, яку отримують працівники галузі, що забезпечує їх життєдіяльність і розвиток.
2. Нарахування на заробітну плату, які отримує держава у формі відрахувань у соціальні фонди.
3. Частина доходів, що її отримують галузі, і яка забезпечує функціонування людського капіталу. Розрахунок цієї частини пропонується визначати на основі методу звільнення від роялті (на основі припущення, що людський капітал, який використовується підприємством, йому не належить). В цьому випадку частину виручки підприємство повинно було б виплачувати у формі винагороди (роялті) власникам цього капіталу. Вона і вважається корисним доходом, який створюється людським капіталом в конкретній галузі.

Розрахунок вартості людського капіталу здійснюється за формулою [13, с. 47-48]:

$$ОЛК_Г = \frac{12 \cdot (ЗП_Г \cdot Ч_Г + НЗП_Г) + ОП_Г \cdot r}{СК}, \quad \text{де:} \qquad (12)$$

$ОЛК_Г$ – вартість людського капіталу в галузі, в тис. грн;

$ЗП_Г$ – середньомісячна зарплата працівників галузі, грн;

$Ч_Г$ – середньооблікова чисельність працівників, тис. осіб;

$НЗП_Г$ – місячні нарахування на зарплату працівників галузі, грн;

$ОП_Г$ – вартість реалізованої продукції за рік, що створюється людським капіталом, тис. грн.;

r – ставка роялті, в частках одиниці;

СК – ставка капіталізації, в частках одиниці;

12 – кількість місяців року.

Коли галузь динамічно розвивається і прогнозується довгострокове постійне зростання грошових потоків, для визначення обсягів людського капіталу можна використати модель Гордона

$$ОЛК_Г = \frac{[12 \cdot (ЗП_Г \cdot Ч_Г + НЗП_Г) + ОП_Г \cdot r](1+g)}{СК - g}, \qquad (13)$$

де g – середньогеометричні темпи приросту грошового потоку, в частинах одиниці.

Провівши аналіз методів оцінки людського капіталу можна зробити такі узагальнення:

1. Оцінка людського капіталу заснована на витратному підході. Виникає складність при врахуванні всіх витрат на формування людського капіталу, що обумовлено тривалістю виробництва людського капіталу (повноцінні продуктивні здібності формуються десь до 25-30 років). Неможливість врахувати всі витрати пов'язані з навчанням, вихованням, підтримкою здоров'я і т.д. Отже, можна зробити висновок, що використання методу витрат не дає можливість точної оцінки реальної вартісті людського капіталу, за його допомогою можливо здійснити лише певні експертні оцінки.

2. Оцінювання людського капіталу заснована на доходному підході.

Даний метод полягає у тому, що витрати, які ідуть на освіту, підвищення кваліфікації, охорону здоров'я розглядаються не як поточні витрати, а як авансований капітал, що вкладається для підвищення якісних характеристик робочої сили. Перевагою цього методу є те, що за його допомогою можна отримати оцінку людського капіталу в вартісній формі, що дає змогу порівняти її з іншими ресурсами. Стає можливим оцінка таких складових як рівень освіти, стан здоров'я, мобільність і т.і. Недоліком даної оцінки являється неврахування багатьох якісних характеристик, які представляють собою вроджені якості розвиток інтелекту, пам'яті, застосування вроджених здібностей. Тому оцінка людського капіталу може бути як занижена так і завищена. Даний метод є прийнятним на макрорівні застосування його на мезо та мікрорівні не приносить результатів.

3. Оцінювання людського капіталу шляхом спрямування інвестицій.

При цьому методі оцінювання не завжди приймаються до уваги всі інвестицій які вкладаються у людський капітал – наприклад, інвестиції в самоосвіту, власні інвестиції робітника. При розгляді інвестицій в персонал на рівні підприємства, треба брати до уваги, що їхнім завданням є підвищення кваліфікації, знань, умінь, навичок працівника і це має сприяти покращенню фінансових результатів підприємства.

Здійснивши аналіз літературних джерел, дійшли висновку, що цілісної методики, яка б дозволила провести всебічне і об'єктивне оцінювання людського капіталу як на макро так і на мікрорівні не існує. Таким чином, незважаючи на досить значні досягнення у визначенні проблем людського капіталу на теоретичному рівні, питання щодо його оцінювання розкриті недостатньою мірою, а самі оцінки величини людського капіталу зустрічаються вкрай рідко, до того ж вони є розрізнені та суперечливі. Як правило, зазначається факт

важливості людського капіталу та визнання необхідності навчитися його вимірювати. Це дозволило б керівникам підприємства більш ефективно його використовувати для досягнення цілей фірми. Але далі справа не заходить. Це пояснюється, насамперед, тим, що чинні методики недосконалі, а тому потрібне їх удосконалення або розробка нових методик оцінювання людського капіталу, які направленні на оцінку активів людського капіталу та розкриття творчого потенціалу кожного окремого індивіда.

Аналізуючи дослідження як вітчизняних так і зарубіжних вчених, дійшли висновку, що не існує єдиного підходу щодо визначення та структури активів людського капіталу. В рамках подальшого дослідження необхідно здійснити більш глибоке дослідження цього питання та його концептуальне значення.

Провівши аналіз найбільш поширених дефініцій людського капіталу можна прийти до висновку, що він складається з таких активів: запасу знань, умінь, здібностей, здоров'я, кваліфікації, мотивації, які перебувають у власності або є надбанням індивіда.

Отже, активи людського капіталу характеризують уже сформовані й застосовувані у виробництві продуктивні здібності людини, персоніфіковані залежно від способу їх одержання й від функції у виробничій діяльності. Останні являють собою єдиний масив елементів людського капіталу. До основних елементів людського капіталу економічна теорія відносить здібності, здоров'я, кваліфікацію, мотивацію, мобільність [14, с. 73-74].

Нашим завданням є не лише визначення складу його активів, але й проведення їх оцінки та впливу кожного окремого з них на формування людського капіталу працівників.

На оцінку людського капіталу та його ролі в суспільному житті звертає увагу О.М. Бородіна: "Оскільки окрема людина є, образно кажучи, живою клітиною, інтегрованою за допомогою спілкування, обміну і спільної діяльності в єдиний суспільний організм, остільки вона виступає живим носієм сукупності суспільних властивостей і відносин. Задіяння творчих продуктивних сил людини відбувається завжди в конкретній соціально-економічній формі, відповідно до ступеня зрілості суспільства і рівня його системної організації" [15, с. 26].

На думку О.В. Риковської, на даний час не існує загальноприйнятої комплексної методики оцінки людського капіталу. При цьому досить складно інтерпретувати значення великої кількості активів і оцінити їхній вплив на формування успішних моделей соціально-економічного розвитку. Запропонований нею підхід об'єднує чотири пріоритетних активи: вік, освіту, здоров'я і досвід роботи. Ці характеристики різні за структурою, за методами оцінки, тому приведення їх до єдиного вимірника вона використовує метод бальної оцінки [16, с. 134-135].

У процесі виробництва, на початку третього тисячоліття, зростає роль організаторських, комунікативних здібностей людини, її економічного, креативного мислення, самостійного набуття знань шляхом пізнання з різних джерел через набуття досвіду, переконання і створення власних цінностей, продуктивного використання нових знань в професійній діяльності, моральних норм й цінностей, культури, націоналістичної самосвідомості [17, с. 14-15].

Аналіз досить значного масиву літератури з проблем творчості, яка в останні десятиліття виокремилася в самостійний комплексний напрямок на межі психології, педагогіки, акемології, філософії, медицини, економіки та деяких інших наук (звісно, що психологія в цьому комплексі домінує) дозволяє зробити висновок про те, що соціально-економічні перетворення значною мірою стимулюють необхідність постійного розв'язання нових надзвичайно складних завдань: людині сьогоднішнього, а тим більше завтрашнього дня вже не лише бажано, а навіть необхідно оволодіти творчими вміннями, стратегіями та тактиками як інструментарієм у професійній та й у інших видах діяльності [18, с. 19-20].

В рамках нашого дослідження при оцінюванні людського капіталу працівників необхідно оцінити творчий (креативний) потенціал кожного окремого з них.

Як зазначається в працях Г.С. Никифорова [19] людина, як об'єкт управління, відрізняється такими характеристиками як унікальність, змінність, незавершеність, суперечки самим з собою кожної миті. Завдання керівника при професійній роботі з людьми передбачає нестандартні дії і має носити творчий характер. Креативність, як здатність до конструктивного нестандартного мислення та поведінки, а також усвідомленню та розвитку свого досвіду, необхідна працівникам в діяльності та спілкуванні. Креативність допомагає працівникам знаходити оригінальні рішення організаційних, управлінських проблем. Організаційні і технологічні зміни проходять в теперішній час дуже швидко. За висловом П. Друкера, підприємство, яке не оновлюється, неминуче старіє та руйнується. За часів швидких змін, які притаманні теперішній ринковій економіці, руйнування відбувається за дуже короткий проміжок часу. Оновлення в організації, інноваційна діяльність вимагають від керівництва здатності перебороти різноманітні, насамперед професійні, стереотипи мислення і поведінки, тобто бути креативним.

Отже, креативність тісно переплітається з різними аспектами особистості, у зв'язку з чим вона досліджується в різних проявах та різними науками.

Зокрема, філософи, розглядаючи креативність, дають її таке трактування: буття традиції і раціональності немислиме без творчості, але творчість, в свою чергу, не зводиться до них і не визначається ними. І традиція, і раціональність є просторами креативності, тим

полем, на якому розігрується драма, звана творчим процесом. Оскільки сама по собі творчість невловима і примарна, її можна спостерігати тільки на певному тлі, та досліджувати непрямими методами. Включення креативної установки породжує зміни в контексті; порівняння історично змінюваних один одного контекстів, що дозволяє судити про структуру і зміст творчого процесу. Зокрема, результати історичних протистоянь раціональності і традиції говорять про напрям творчого інтересу, про відношення соціуму та просторово-часові вимірювання креативності [20, с. 208].

Дещо іншої думки щодо цієї проблеми дотримуються соціологи – в їх дослідженнях креативність розглядається з трьох позицій. Зокрема, Йоас Ханс описує креативність переважно відносно суб'єктивного світу діючого індивіда. Ідея виробництва відносить креативність до об'єктивного світу, світу матеріальних об'єктів, що є умовами і засобами дії. І, нарешті, ідея революції припускає можливість креативності людини по відношенню до соціального світу, а саме: фундаментальне перевлаштування суспільних інститутів, регулюючих суспільне життя людей. Але жодна з цих ідей не укорінює креативність в значенні, який охоплює всі вище перелічені способи співвіднесеної з світом. Тільки в другій половині XIX ст. робляться перші спроби розгляду креативності на більш глибшому рівні, а не тільки як одного з типів людської дії, який явно не може охопити всі дії людини [21, с. 82].

Кожна людина є унікальною і неповторною та навіть при вирішенні однакових задач різні люди ведуть себе по-різному: відповідно до особистої оцінки чи поставленого перед ними завдання. Отже, працівники знаходяться в постійно змінних умовах, що спонукають їх до прийняття виробничих рішень, а, як відомо, основними компонентами, що впливають на вибір того чи іншого рішення, є креативний потенціал і креативні здібності працівника.

Отже, без проведення якісної оцінки персоналу підприємств, з метою розширення можливостей ефективного його використання, навряд чи можна подолати успішно труднощі, які постали в умовах економічної кризи.

Аналіз існуючих методичних підходів щодо оцінювання людського капіталу показав, що жоден з них не в змозі оцінити людський капітал єдиним комплексним показником.

Зокрема, на мікрорівні, для управління людським капіталом, окрім оцінювання його ринкової вартості, постає необхідність оцінки його окремих складових та їх систематизації в єдиний цілісний показник. На нашу думку, для оцінки людського капіталу окремого працівника, доцільно провести виокремлення його активів, залежно від ролі кожного в процесі виробництва та об’єднання цих активів в єдиний інтегральний показник, що дозволить компенсувати неповноту

враховуваних активів. При включенні додаткових активів доречно враховувати можливий синергетичний ефект.

На відміну від існуючих методик для оцінки людського капіталу кожного окремого працівника підприємства нами запропоновано обрати п’ять активів, які найбільш повно характеризують людський капітал та складають його структуру. В існуючих методиках, які раніше застосовувались для комплексної оцінки людського капіталу на більш ширшому макрорівні до активів людського капіталу належали: вік, освіта, досвід роботи, здоров’я.

Саме вони брались до уваги при оцінюванні накопиченого людського капіталу. Беручи до уваги вищенаведене та враховуючи мету дослідження, для інтегральної та повної оцінки людського капіталу підприємств крім вищевказаних якісних характеристик, доцільно оцінити і творчий потенціал працівника, який має бути задіяний і використовуватися в процесі виробничої діяльності для вирішення та досягнення поставлених завдань. Отже, розроблено методичний підхід, який включає поряд з традиційними ще один додатковий актив – креативність.

Як свідчать проведені дослідження, існуючі методики оцінки людського капіталу або взагалі не враховують такий актив як креативність, або приділяють йому незначну увагу. Це пов’язано перш за все з тим, що всі вони спрямовані на оцінку людського капіталу у вартісному виразі, та дослідження ведуться на більш високому, макроекономічному рівні, де врахувати особливості творчого розвитку кожної окремої людини практично неможливо із-за великого масиву конкретних індивідів. При цьому вникають значні труднощі через відсутність переконливої методології дослідження та оцінювання творчого (креативного) потенціалу людського капіталу. Розрахунок за активом креативності буде проводитись на основі використання та аналізу методики діагностики розвитку креативності, що дає можливість визначити креативний потенціал персоналу. Для дослідження рівня креативних здібностей персоналу підприємств будемо використовувати методику діагностики розвитку креативності в менеджменті. Запропонована методика включає в себе три групи тверджень, за допомогою яких визначається рівень креативності працівника за трьома напрямками – "Моя особистість", "Мій підхід до рішення проблем", "Моє робоче середовище".

Для оцінювання людського капіталу запропоновано використовувати метод бальної оцінки, який полягає в присудженні певної кількості балів по кожному окремому активові, відповідно до розробленої нами шкали. З цією запропоновано для більшої зручності використовувати десятибальну шкалу оцінювання, що дасть змогу безперешкодного зведення всіх показників. Згідно обраної нами шкали "1" - означає найнижчий ступінь, тобто мінімальний розвиток активу, а "10" - максимальний розвиток та найвищий ступінь.

Запропоновано оцінити персонал підприємства за елементом віку ($ЛК_в$) застосовуючи наступну шкалу: від 15 до 19 років – 1 бал; від 20 до 24 – 2 бали; 25 до 29 – 3 бали; від 30 до 34 – 8 балів; від 35 до 39 – 9 балів; від 40 до 44 – 10 балів; від 45 до 49 – 6 балів; від 50 до 59 – 5 балів; від 60 до 64 – 4 балів; від 65 і більше – 2 бали. Згідно зазначеною шкали найбільша кількість балів за елементом віку припадає на вік 40 - 44 роки – 10. На нашу думку, саме цього віку працівники є найбільш активніші та в них найвища продуктивність праці. З плином часу якісні характеристики персоналу погіршуються.

Наступним активом, який приймаємо до розгляду, є освіта ($ЛК_{ос}$)

Освіта є найбільш вагомим елементом людського капіталу. Вона формує загальні та професійні знання, культуру, професійні уміння та навички, розвиває інтелектуальні здібності людини, вчить думати, аналізувати, приймати обґрунтовані рішення [5, с. 89].

Як зазначає у своїй роботі Л.І. Михайлова, якісна освіта – головний фактор формування та розвитку людського капіталу та фінансової захищеності [22, с. 41].

Оскільки передбачається, що більш обдаровані люди досягають у середньому більш високих рівнів освіти, то в процесі навчання відбувається своєрідне сортування учнів за рівнем їх здібностей. Природно, що при наймані працівників підприємці будуть використовувати інформацію про потенційну продуктивність працівника. Отже, рівень освіти виступає своєрідним сигналом для роботодавців про якість робочої сили потенційних працівників [5, с. 19].

На нашу думку, на сучасному етапі потребують поглибленого дослідження умови формування та використання освітньої складової, формування людського капіталу в системі загальної та професійної освіти. Водночас, малодослідженими є процеси формування професійного досвіду, самоосвіти, які мають значний вплив на формування людського капіталу. Недостатньо дослідженим є процес використання освітньої складової людського капіталу, особливо ступінь використання здобутих знань, інноваційна активність. Навіть такий показник, як продуктивність праці, мало досліджений залежно від освітньо-кваліфікаційного рівня [5, с. 41].

З урахуванням наведених застережень при оцінюванні складової людського капіталу нами застосовується наступна шкала: 3 бали за обраним активом отримають працівники, які не мають освіти; 4 бали – працівники, які мають початкову середню освіту; 5 балів – базова середня освіта; 6 балів – повна загальна середня освіта; 7 балів – професійно-технічна освіта; 8 балів – середньо спеціальна освіта (технікуми); 9 балів – неповна вища освіта (бакалаври); 10 балів – повна вища освіта та наявність вченого ступеня і звання (кандидати, доктори наук).

Наступним активом, який береться до уваги при проведенні розрахунків є актив досвіду роботи ($ЛК_{др}$). При підрахунку даного активу береться до уваги загальний досвід роботи незалежно від того, в якій сфері діяльності здобувався трудовий стаж. На важливість цього активу звертали свою увагу ряд вчених, зокрема, російський економіст В. Є. Харченко: "В процесі виробництва людський капітал підлягає змінам. Однак знос і амортизація людського капіталу відбувається повільніше, ніж це відбувається з основним капіталом. Головні складові цього процесу: вік людини і моральне старіння знань. Якщо основний капітал з початком його функціонування підлягає зносу, втрачаючи початкову корисність, то людський капітал під час дорослішання працівника, навпаки, зростає за рахунок нових знань та виробничого досвіду" [23, с. 90].

Цієї ж думки дотримується і О.М. Бородіна. Вона зазначає, що накопичення такого активу людського капіталу, як виробничий досвід, триває безупинно [21, с. 52].

На нашу думку, відсутність досвіду роботи у працівника, який бажає працювати, значно знижує його конкурентоспроможність і це, в свою чергу, заважає в процесі його працевлаштування. Керівники підприємства не хочуть мати справи з людьми без досвіду роботи через те, що потрібен певний час для їх адаптації та навчання професійним навикам.

За цим активом працівники, згідно із запропонованою шкалою будуть отримувати наступну кількість балів: без досвіду роботи – 1 бал; до 1 року – 2 бали; до 3 років – 3 бали; до 5 років – 5 балів; до 10 років – 6 балів; до 15 років – 7 балів; до 20 років – 9 балів; до 25 років – 10 балів; до 30 років – 8 балів; більше 30 років – 4 бали. Досвід роботи понад 25 років оцінюється меншою кількістю балів у зв’язку з тим, що це досвід який був набутий в минулому та потребує оновлення знань та додаткових вкладень.

Одним з важливих активів людського капіталу є здоров’я ($ЛК_{зд}$).

Здоров’я населення – це стан комплексного фізичного, духовного та соціального добробуту, а не лише відсутність хвороб та фізичних вад. Показники здоров’я не просто є однією з найважливіших складових людського капіталу, вони ще й детермінують ефективність формування та використання інших його складових [24, с. 28].

Як стверджують вітчизняні науковці, потенціал людини значною мірою залежить від її здоров'я, здатності робочої сили задовольняти необхідні потреби людини, рівня її працездатності. Зміцнення здоров'я населення є важливим фактором розвитку людського капіталу. Саме тому ведення здорового способу життя і довголіття розширюють можливості людини, населення для накопичення знань, матеріальних благ, підвищення добробуту [25, с. 40].

Зазначимо, що результати деяких наукових досліджень свідчать про те, що здоров’я людини лише на 8-10% залежить від системи

охорони здоров'я, ще на 20% – від екологічних умов, ще на 20% – визначаються генетичними чинниками і на 50% – від способу життя (раціональний режим праці та відпочинку, гігієна раціонального харчування, відсутність шкідливих звичок, нормальна маса тіла, профілактика стресів, захворювання тощо).

Ми схиляємось до думки вчених Грішнової О.А. та Бородіної О.М., що рівень здоров'я населення є індикатором успішності соціально-економічного розвитку. Рівень здоров'я виступає одним з вирішальних чинників у визначенні здатності індивіда та нації до праці, оскільки саме вона має ефективно вирішувати питання економічного, політичного, соціального та духовного розвитку. В першу чергу, при погіршенні встановленого рівня здоров'я, є створення умов для його зміцнення шляхом впровадження державної програми здорового способу життя та фізичної активності.

Стан здоров'я людини – це його безпосередній капітал, частина якого являється спадковою, а інша – набута в результаті затрат самої людини і суспільства. Протягом життя відбувається частковий знос людського капіталу.

Розрахунок за активом здоров'я проводиться на основі аналізу лікарняних листів за останній рік: якщо працівник не відвідував лікаря, то він отримує 10 балів; якщо перебував на лікарняному від 1 до 5 днів – 9 балів; від 6 до 10 днів – 8 балів; від 11 до 15 днів – 7 балів; від 16 до 20 днів – 6 балів; від 21 до 25 днів – 5 балів; від 26 до 30 днів – 4 бали; від 31 до 35 – 3 бали; від 36 до 40 – 2 бали, 40 і більше – 1 бал. Також отримують 1 бал працівники, які мають посвідчення інваліда.

Наступним активом, який доцільно включити у вимір людського капіталу підприємств харчової промисловості, є креативність ($ЛК_{кре}$).

Креативність персоналу, як актив людського капіталу, нині практично не використовується в діяльності управління персоналом організації. На нашу думку, це є один із стратегічних ресурсів та резервів організації. Постійна турбота про розвиток креативних здібностей персоналу, а також створення творчої атмосфери в колективі дозволяє підприємству не тільки виживати в складній конкурентній боротьбі, але й розвиватися.

Згідно з методикою оцінювання креативного потенціалу працівник відповідає на питання опитувальника і при цьому отримує певну кількість балів, які потім потрібно привести до десятибальної шкали. Якщо згідно методики він отримує від 0 до 8,0 – 1 бал; 8,01-16,0 – 2 бали; 16,01-24,0 – 3 бали; 24,01-32,0 – 4 бали; 32,01-40,0 – 5 балів; 40,01-48,0 – 6 балів; 48,01-56,0 – 7 балів; 56,01-64,0 – 8 балів; 64,01 – 72,0 – 9 балів; 72,01-80,0 – 10 балів.

Визначивши рівень креативності, керівництво зможе передбачити поведінку персоналу у складних виробничих ситуаціях, допоможе підлеглим відійти від стереотипних типів мислення та

поведінки у нестандартних ситуаціях, а також стимулювати їх до прийняття нових та оригінальних рішень.

Інтегральна оцінка передбачає розрахунок, за допомогою якого враховується вплив кожного активу на кінцевий результат. Для цього було проведено опитування експертів, метою якого було виявити ступінь впливу кожного окремого активу на людський капітал.

Оцінювання людського капіталу працівників підприємств є складним та багатогранним процесом високого ступеня складності, тому для вирішення цього питання необхідно залучення знань та досвіду спеціалістів для проведення аналізу як статистичної інформації, так і опрацювання анкетних даних. Для цього доречно використати метод експертних оцінок.

Для того, щоб результати експертної оцінки були більш точними, необхідно визначитись з кількістю експертів-оцінювачів. Як засвідчує досвід, чим більша кількість експертів у групі, тим точнішими та достовірнішими будуть оцінки.

Отже, актуальним є питання щодо визначення кількості експертів. Цією проблемою займались ряд науковців, однак єдина думка щодо кількості експертів відсутня. Переважаючою є думка, що кількість експертів в групі має становити 20-30 осіб.

Для визначення компетентності експертів враховувались не лише рівень освіти, досвід роботи по досліджуваній проблематиці, а також професійна компетентність (особливості виробництва даної продукції, значення показників при досліджуванні даної проблематики). Також враховувалась компетентність експертів щодо знання методів експертних оцінок, уміння використовувати шкали для оцінювання людського капіталу. Експерти, які мали необхідні знання, досвід та володіли необхідними методиками, були обрані для подальшої роботи. До експертної групи увійшли фахівці з питань економіки, маркетингу, постачання, провідні фахівці підприємств, головний бухгалтер, керівник відділу кадрів.

Завдання експертів полягало у тому, щоб визначити вагові коефіцієнти для активів людського капіталу. Для досягнення поставлених цілей була обрана група експертів в кількості двадцяти осіб і їм була надана вся необхідна статистична інформація. Експерти оцінювали окремі активи людського капіталу та їх значення в діяльності персоналу підприємств, а потім встановлювали їх значимість. В подальших дослідженнях проводився аналіз результатів експертних оцінок. При цьому використовувались математико-статистичний метод безпосередньої оцінки. Результати експертного оцінювання вважаються достовірними у тому випадку, коли думки експертів співпадають.

Експерти дійшли висновку, що для розрахунку інтегральної оцінки людського капіталу за п’ятьма активами необхідно визначити вагомість кожного з них. Експертами-оцінювачами було вивчено та

досліджено вплив кожного активу на величину людського капіталу та визначено ваговий коефіцієнт для кожного з них. Результати експертної оцінки наведені в табл. 3.1.

Таблиця 1

Ступінь впливу окремих активів людського капіталу на інтегральний показник

Активи людського капіталу	Вагомість активу
людський капітал працівника за активом віку	0,205
людський капітал працівника за активом освіти	0,220
людський капітал працівника за активом досвіду роботи	0,210
людський капітал працівника за активом здоров'я	0,190
людський капітал працівника за активом креативності	0,175

Отже, отримавши вагові коефіцієнти кожного активу, можна провести оцінювання якісних показників, що характеризують персонал підприємств і та отримати їх інтегральну оцінку.

Таким чином, індивідуальний людський капітал працівника визначаємо за формулою:

$$ІЛК_і = 0,205ЛК_в + 0,220ЛК_{ос} + 0,210ЛК_{др} + 0,190ЛК_{зд} + 0,175\ ЛК_{кре} \quad (14)$$

де - $ІЛК_і$ - індивідуальний людський капітал і-го працівника;

$ЛК_в$ - людський капітал працівника підприємства за активом віку;

$ЛК_{ос}$ - людський капітал працівника підприємства за активом освіти;

$ЛК_{др}$ - людський капітал працівника підприємства за активом досвіду роботи;

$ЛК_{зд}$ - людський капітал працівника підприємства за активом здоров'я;

$ЛК_{кре}$ – людський капітал працівника за активом креативності.

Після проведеного інтегрального оцінювання людського капіталу підприємств харчової промисловості, згідно розробленої шкали визначається рівень розвитку людського капіталу.

Таблиця 2.

Рівні розвитку людського капіталу

Рівень розвитку ЛК	Бали
Високий	8,01 – 10,0
Середній	6,01 – 8,0
Низький	4,01 – 6,0
Дуже низький	до 4 балів

Провівши оцінку людського капіталу методом комплексної бальної оцінки керівники зможуть прийняти виважене рішення щодо ефективного використання персоналу підприємства.

Слід зазначити, що при неефективному використанні людського капіталу в працівників втрачається інтерес до виконуваної роботи,

зменшується прагнення до саморозвитку та самовдосконалення, погіршується мотивація людини до виконання поставлених завдань. Відсутність дієвої системи мотивації має своїм наслідком погіршення якісних характеристик людського капіталу: персонал підприємства не має бажання підвищувати освітній рівень, проходити перекваліфікацію, зміцнювати власне здоров'я. Отже, можна зазначити, що нераціональне, без урахування здібностей особистості, використання людського капіталу на підприємствах має наслідком втрату персоналу, зниження його потенціалу та підвищення плинності кадрів. Нажаль, сформувалися передумови коли вже накопичений людський капітал не знаходить адекватної реалізації і змушений шукати інші місця роботи, де можна було б реалізувати свої потенційні можливості і здібності.

Список використаних джерел

1. Бородіна О.М. Людський капітал на селі: наукові основи, стан, перспективи розвитку : моногр – К. : Ін-т агр. економіки УААН, 2003. 274 с.
2. Грейсон Дж. Американский менеджмент на пороге XXI века. М. Экономика, 1991. 319 с.
3. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку. моногр Донецьк. НАН України. Ін-т економіки пром-сті, 2007. 348 с.
4. Нестеров Л. Национальное богатство и человеческий капитал. Вопросы экономики. 2003, № 2. С. 103–110.
5. Климко С. Г. Людський капітал : світовий досвід і Україна. К. Основа, 2006. 224 с.
6. Добрынин А.И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: Формирование, оценка, эффективность использования. СПб. Наука, 1999. 309 с.
7. Журавльова І.В. Управління людським капіталом підприємства. Харків. Вид-во ХНЕУ, 2004. 284 с.
8. Коровський А.В. Еволюція людського фактора економіки та проблеми його формування моногр К. КНЕУ, 2004. 184 с.
9. Ушенко Н.В. Людський капітал: регуляторні механізми відтворення : моногр. Донецьк : Юго-Восток, 2008. 287 с.
10. Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір [колективна моногр.] К. Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. 316 с.
11. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. К. Т-во «Знання», КОО, 2001. 254 с.
12. Голікова Н.В. Людський капітал як фактор зростання та розвитку економіки. НАН України. Ін-т екон. прогнозування. К. 2004. – 23 с.

13. Регіональні особливості формування, оцінювання та використання людського капіталу. Моногр. Івано-Франківськ. ІФНТУНГ, 2006. 124 с.
14. Головінов О.М. Людський капітал у системі виробничих відносин: моногр. Донецьк Дон ДУЕТ, 2004. 161 с.
15. Бородіна О.М. Людський капітал на селі: наукові основи, стан, перспективи розвитку. моногр. К. : Ін-т агр. економіки УААН, 2003. 274 с.
16. Риковська О.В. Сучасний стан та оцінка людського капіталу в контексті розвитку села. К. Ін-т екон. та прогнозув., 2010. С. 122 -138.
17. Буркинський Б.В. Ефективність використання трудового потенціалу: теорія і практика: моногр. Хмельницький ХНУ, 2009. 223 с.
18. Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень. Житомир : Вид-во Рута, 2006. 320 с.
19. Практикум по психологии профессиональной деятельности. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. 304 с.
20. Касавин И.Т. Миграция. Креативность. Текст. Проблемы неклассической теории познания. СПб. РХГИ, 1998. 408 с.
21. Йоас Ханс. Креативность действия ; пер. с нем. – СПб.: Алетейя, 2005. 320 с.
22. Михайлова Л.І. Управління персоналом. Центр учбової літератури, 2007. 248 с.
23. Харченко В.Е. Человеческий капитал: проблемы накопления и использования. Белгород : Изд-во БелГТАСМ, 2001. 248 с.
24. Назарова Г.В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств. Харків. Вид. ХНЕУ, 2006. 240 с.
25. Михайлова Л.І. Людський капітал: формування та розвиток в сільських регіонах. моногр. К. Центр учбової літератури, 2008. 388 с.

Н.А. Мазур

Бухгалтерський облік в управлінні активами суб'єктів господарювання в умовах змін

В умовах змін організаційно-методичні положення систем бухгалтерського обліку та економічного аналізу господарської діяльності підприємства мають враховувати всю сукупність факторів впливу на об'єкти управління для формування якісного інформаційного простору. Проблеми облікового відображення та аналітичного супроводу управління активами на підприємствах є актуальними питаннями для підприємств різних форм власності, розмірів та галузей.

Сучасна концепція бухгалтерського обліку ґрунтується на системно-цільовому підході. Для бухгалтерського обліку, як складної соціально-обумовленої системи, мета завдається ззовні і змінюється та розвивається відповідно з тенденціями розвитку системи вищого порядку (системи управління). Тенденції розвитку системи управління, ускладнення його механізмів, виникнення якісно нових суб'єктів і об'єктів в умовах ринку, зумовлюють необхідність розширення кола облікових задач і відповідно еволюцію його функцій в напрямку задоволення цільових запитів управління на різних рівнях, що обумовлює необхідність оптимізації форм бухгалтерського обліку як елементу його організації [1, с.145].

Умови жорсткої конкуренції на ринку, глобалізаційні процеси розвитку світового господарства, інформатизація суспільства спричинили докорінні зміни у вимогах до професії бухгалтера. Ведення бізнесу в сучасних умовах висуває підвищені вимоги до якості інформації, яка повинна бути пристосована до запитів користувачів. А тому завдання бухгалтерської служби сьогодні – формування якісної, достовірної і повної інформації про діяльність підприємства та її результати. Правильне використання цієї інформації дозволяє керівнику оптимізувати управлінські та фінансові рішення.

Основним законом, на якому ґрунтується система бухгалтерського обліку в Україні, є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2]. Саме цей нормативно-правовий документ визначає категоріальну базу бухгалтерського обліку, формулює основні принципи, методи, які покладено в основу облікової системи країни, описує сферу застосування відповідних норм та регламентує основні аспекти організації бухгалтерського обліку.

Одним із принципово нових аспектів, які запроваджені з 1 січня 2018 р., є новий підхід до класифікації підприємств. Після введення Закону України [3] в дію всі підприємства в Україні, окрім бюджетних установ, розподілено на чотири групи залежно від критеріїв, яким вони відповідають. Критеріями розмежування підприємств визначено:

– балансову вартість активів в еквіваленті до іноземної валюти євро;

– чистий дохід від реалізації продукції в еквіваленті до іноземної валюти євро;

– середню кількість працівників.

Під час визначення еквіваленту до іноземної валюти євро необхідно керуватися розрахунковою величиною, яка визначена на підставі офіційних курсів валют Національного банку України, середньою за звітний період. Причому розрахунок та визначення відповідності критерію відбувається на момент складання річної фінансової звітності.

Таким чином, Законом України [3] виділено наступні групи: мікропідприємства; малі підприємства; середні підприємства та великі підприємства.

До мікропідприємств відносять підприємства, які мають балансову вартість активів менше за еквівалент 350 тис. євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) менше ніж 700 тис. євро та середню кількість працівників до 10 осіб.

До малих підприємств можна віднести підприємства, які мають балансову вартість активів менше, ніж еквівалент 4 млн. євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) менше, ніж 8 млн. євро та середню кількість працівників до 50 осіб.

До середніх підприємств відносять підприємства, які мають балансову вартість активів менше, ніж еквівалент 20 млн. євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) менше ніж 40 млн. євро та середню кількість працівників до 250 осіб.

Відповідно до великих підприємств віднесені всі інші підприємства, тобто ті, які мають балансову вартість активів більше ніж 20 млн. євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) більше ніж 40 млн. євро та середню кількість працівників більше 250 осіб.

Залежно від того, до якої групи підприємств за визначеними критеріями попадає підприємство, воно має керуватися відповідними положеннями Закону України про бухгалтерський облік. Тобто, нова класифікація може зумовити необхідність складання нових форм фінансової звітності та коригування відповідних процедур у процесі організації бухгалтерського обліку.

Окрім зазначеної класифікації, положення нового закону про бухгалтерський облік вводять нову категорію підприємств, яка раніше не застосовувалася ні в одному нормативно-правовому документі України, – це підприємства, що становлять суспільний інтерес. Так, підприємствами, що становлять суспільний інтерес, є підприємства – емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств) та

підприємства, які відповідно до класифікації, представленої в новому Законі [3], належать до великих підприємств.

Суб'єкти господарської діяльності, які підпадають під визначення категорії підприємств, що становлять суспільний інтерес, з 1 січня 2018 року зобов'язані впровадити певні зміни в організації бухгалтерського обліку та привести його у відповідність до вимог законодавства, оскільки закон чітко регламентує та обмежує вибір підприємств, що становлять суспільний інтерес, щодо форми організації бухгалтерського обліку. Законом визначено лише один варіант для таких підприємств – це створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером. Мінімальна кількість працівників такої служби становить дві особи. Більше того, на законодавчому рівні закріплено кваліфікаційні вимоги щодо головного бухгалтера підприємства, що становить суспільний інтерес.

Так, до посади головного бухгалтера підприємства, що становить суспільний інтерес, висуваються професійно-кваліфікаційні вимоги, серед яких мінімальними є повна вища економічна освіта, стаж роботи у сфері фінансів, бухгалтерського обліку та оподаткування не менше трьох років, відсутність непогашеної або незнятої судимості за вчинення злочину проти власності та у сфері господарської діяльності [3].

Для забезпечення ведення бухгалтерського обліку підприємство самостійно з дотриманням вимог Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» обирає форми його організації:

1) введення до штату підприємства посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером;

2) користування послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, який здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи;

3) ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією або підприємством, суб'єктом підприємницької діяльності, самозайнятою особою, що провадять діяльність у сфері бухгалтерського обліку та/або аудиторської діяльності;

4) самостійне ведення бухгалтерського обліку та складання звітності безпосередньо власником або керівником підприємства. Ця форма організації бухгалтерського обліку не може застосовуватися на підприємствах, звітність яких повинна оприлюднюватися, та в бюджетних установах [2].

Управлінський погляд на облікову політику виходить з міркувань, що така політика має засновуватись на розумінні того, що самі по собі облік і політика його ведення не потрібні в принципі. Облік як одна з функцій управління має за мету створення інформаційних передумов та реальних можливостей для цілеспрямованого здійснення інших функцій управління – планування, контролю, аналізу,

регулювання, стимулювання. Саме в цьому його початковий смисл, його значущість і його політика – стратегія, тактика та все інше.

Методика бухгалтерського обліку регулюється трьома групами нормативно-правових актів: дещо проаналізованим вище Законом України про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні; НП(С)БО та П(С)БО, які регулюють процес облікового відображення в частині ідентифікації, визнання, оцінки та порядок представлення інформації у фінансовій звітності; Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку, в якій визначено порядок відображення господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку.

Проте, на сьогоднішній день глобалізація економіки та інформатизація суспільства зумовлюють необхідність подальшої конвергенції вітчизняних та міжнародних облікових підходів. Глобалізація світової економіки в контексті гармонізації бухгалтерського обліку зумовлює підвищення мобільності капіталу і, як наслідок, потребу інвесторів у єдиних підходах до вимірювання, оцінювання та обслуговування таких інвестицій для прийняття ними обґрунтованих рішень.

Міжнародні стандарти фінансової звітності не є статичними, вони постійно вдосконалюються у міру розвитку ринків капіталу, ускладнення бізнес-процесів, появи нових господарських операцій. Необхідно відмітити, що у світі сформувалась певна тенденція щодо застосування міжнародних стандартів фінансової звітності. Ця тенденція полягає в тому, що обов'язковість використання МСФЗ може бути закріплена відповідними державними документами. Умовно, за таким критерієм, країни світу можна розділити на 3 групи:

- в яких заборонено використовувати МСФЗ суб'єктам підприємницької діяльності, що не знаходяться у лістингу;
- керуються національними стандартами, які розробляються на базі МСФЗ. Використання МСФЗ дозволено всім суб'єктам господарювання;
- всі фірми використовують виключно МСФЗ.

До 1-ої групи можна віднести такі держави, як наприклад: Індія, Китай, Узбекистан, Японія і т.д. Така ситуація спричинена сильним впливом територіальних традицій системи ведення обліку.

Україна поряд з такими країнами, як США, Фінляндія, Франція, очевидно, відноситься до 2-ої групи країн.

Країни, що намагаються уніфікувати власну, традиційну систему ведення обліку з МСФЗ або не мають достатньо кваліфікованих кадрів для розробки стандартів самостійно, використовують у якості національних вимог, ті що зазначені у МСФЗ. Ці держави відносяться до 3-ої групи, за вищенаведеною класифікацією. До них належать: Вірменія, Грузія, Киргизстан, Кіпр, Сербія і т.д.

Україна обрала шлях розробки національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку (НП(С)БО), які ґрунтуються на

основних концепціях МСФЗ. Процес трансформації національної облікової системи у відповідності до вимог МСФЗ триває і досі. Так, Верховна Рада постійно удосконалює застосування міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) в бухгалтерському обліку. Закон [3] зобов'язує підприємства, які застосовують МСФЗ, подавати фінансову звітність в єдиному електронному форматі, а також зобов'язує їх надавати копії фінансової звітності за запитом юридичних і фізичних осіб відповідно до законодавства. При цьому, 1 січня 2018 року на міжнародні стандарти фінансової звітності перейшли банки.

Але, в Україні існують певні суб'єкти господарювання, для яких складання фінансової звітності з повним дотриманням міжнародних стандартів вже є обов'язковим. Згідно з листом Міністерства Фінансів України від 29.12.2017 р. [4], до таких належать (рис. 1):

1) підприємства, що становлять суспільний інтерес (підприємства – емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств) та підприємства, які відповідно до класифікації, представленої в новому Законі [3], належать до великих підприємств;

2) публічні акціонерні товариства;

3) підприємства, які здійснюють діяльність з видобутку корисних копалин загальнодержавного значення;

4) підприємства, які провадять господарську діяльність за наступними видами:

– надання фінансових послуг, крім страхування та пенсійного забезпечення;

– недержавне пенсійне забезпечення;

– допоміжна діяльність у сферах фінансових послуг і страхування, за винятком допоміжної діяльності у сфері страхування та пенсійного забезпечення [5].

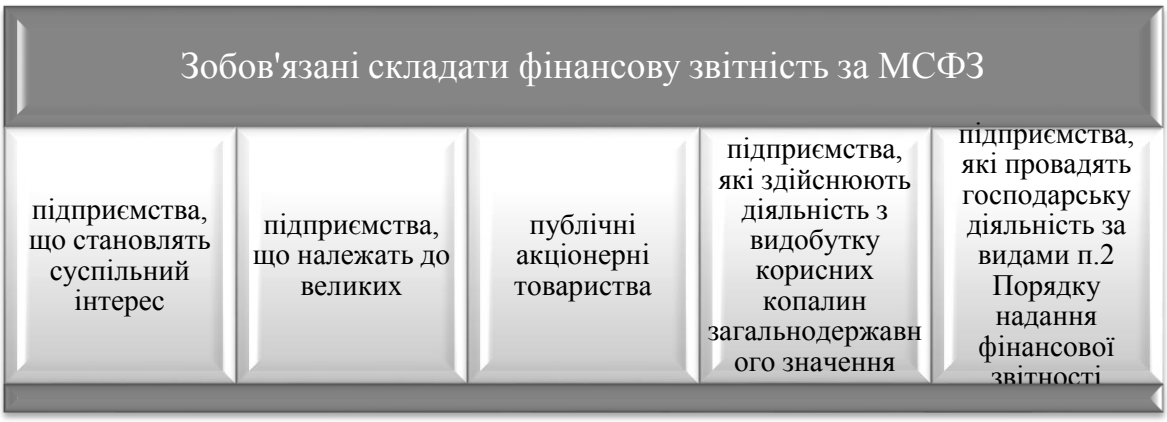


Рис. 1. Суб'єкти господарювання, для яких складання фінансової звітності з повним дотриманням міжнародних стандартів є обов'язковим

Джерело: побудовано автором на підставі [5]

Крім того, складати фінансову звітність за МСФЗ повинні підприємства, які застосовують міжнародні стандарти за самостійним рішенням (ч. 3 ст. 121 Закону № 996). Всі інші суб'єкти господарської діяльності мають право складати звітність за МСФЗ у разі їх згоди.

На рівні окремого суб'єкта господарювання використання фінансових звітів, складених за міжнародними стандартами, має ряд переваг:

1) об'єктивність, зіставність та відповідність потребам користувачів фінансових звітів, складених за міжнародними стандартами;

2) задоволення потреб користувачів фінансової звітності;

3) полегшення процесу гармонізації стандартів шляхом зі ставності і прозорості, незалежно від країни або галузі;

4) сприяння підвищенню довіри і зрозумілості серед іноземних користувачів;

5) доступ до міжнародних ринків капіталу [1, с.61].

Вітчизняні підприємства повинні зрозуміти, що МСФЗ – це нормальні витрати, які необхідні як для зовнішніх, так і для внутрішніх користувачів. Підприємства та організації, які, все ж таки, прийняли рішення про впровадження на підприємстві МСФЗ, повинні залучати значні ресурси: фінансові, кадрові, консалтингові. Чимало підприємств втрачає інтерес до поставленої задачі, оскільки хочуть за дуже короткий період часу здійснити підготовку спеціалістів, однак на практиці це неможливо.

Ст. 1 Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначає активи як ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод у майбутньому [2].

Активи як об'єкт фінансового менеджменту являють собою ресурси, які перебувають у розпорядженні підприємства і використання яких веде до збільшення економічних вигод у майбутньому. До активів відносять всі види майна підприємства, що належать йому на праві власності й використовуються для здійснення статутної діяльності.

Згідно ст.139 розділу III Господарського Кодексу України майном визнається «сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються чи використовуються у діяльності суб'єктів господарювання та відображаються в їх балансі або враховуються в інших передбачених законом формах обліку майна цих суб'єктів [6].

Залежно від економічної форми, якої набуває майно у процесі здійснення господарської діяльності, майнові цінності належать до основних фондів, оборотних засобів, коштів, товарів.

Як показують проведені вченими дослідження, у 80% підприємств фінансова стійкість залежить від якості довгострокових і середньострокових управлінських рішень щодо управління активами

[7]. Процес прийняття рішень на підприємстві щодо управління активами та роль у ньому даних бухгалтерського обліку відобразимо на рис. 2.

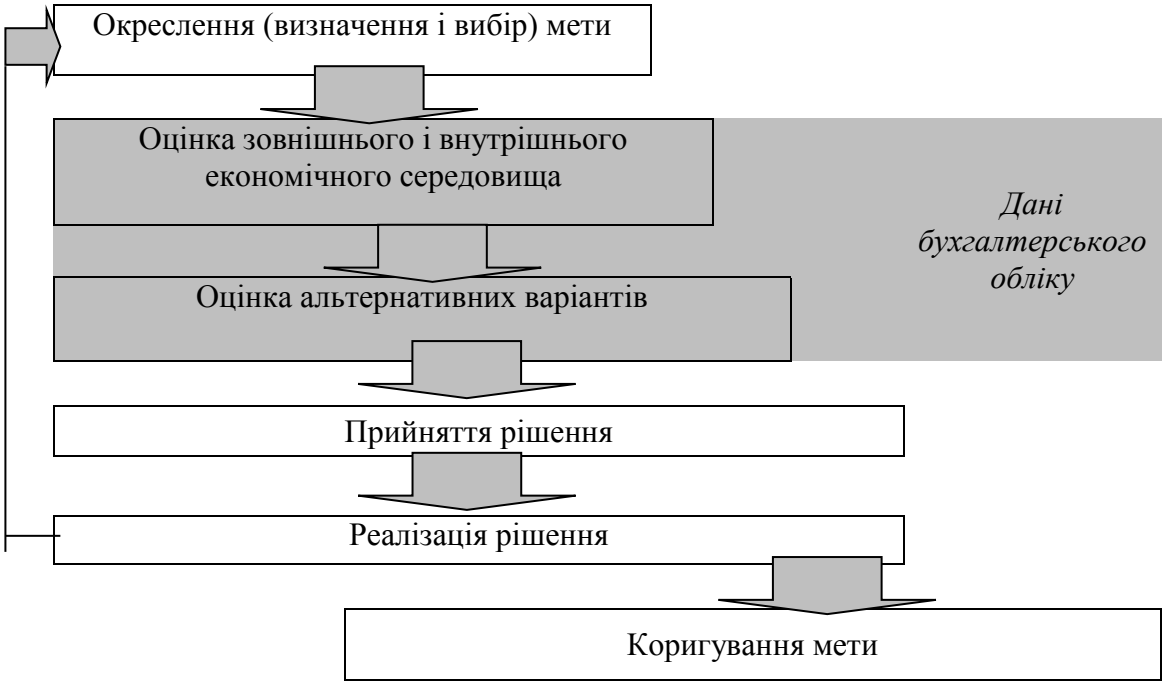


Рис. 2. Бухгалтерський облік в прийнятті рішень на підприємстві щодо управління активами

Джерело: розроблено автором

Оцінка внутрішнього середовища включає розроблення заходів щодо управління оборотними і необоротними активами підприємства. Таку оцінку суб'єкт господарювання може здійснити лише з використанням даних бухгалтерського обліку (як фінансового, так і управлінського). При цьому використовуються результати економічного та фінансового аналізу, прогнозування та багато способів і специфічних методів (зокрема, фінансового контролінгу АБС- аналізу та XYZ- аналізу тощо), але всі вони ґрунтуються на використанні даних бухгалтерського обліку.

Діагностика зовнішнього середовища здійснюється за такими параметрами: динаміка цін на необоротні і оборотні активи; зміна процентних ставок щодо банківських кредитів; оцінювання діяльності конкурентів. Ці та інші дані суб'єкт господарювання використовує як із зовнішніх, так і внутрішніх джерел.

Бухгалтерія підприємства приймає участь у прийнятті стратегічних рішень і здійснює стратегічні впливи, пов'язані не тільки з управлінською діяльністю підприємства, яка відбувається в бухгалтерській службі, але й у економічних процесах підприємства, які відбуваються у бухгалтерії, наприклад, бере участь у поверненні значних безнадійних боргів. А через впливи на процеси формування та виконання облікової політики щодо всіх об'єктів обліку бухгалтерія

безпосередньо приймає участь якщо не в самих процесах, то у набагато важливішому етапі – формуванні економічної інформації про ці процеси.

В управлінні економікою підприємства не існує взаємодії функцій взагалі, є взаємодія конкретних функцій планування, обліку, контролю, регулювання, стимулювання в сферах маркетингу та збуту, формування капіталу, постачання тощо, тобто немає управлінського циклу самого по собі, є цикл управління конкретними об'єктами, що здійснюється для досягнення ними певних конкретних цілей.

Політика управління активами є складовою фінансової політики підприємства, її складові наведено на рис. 3.

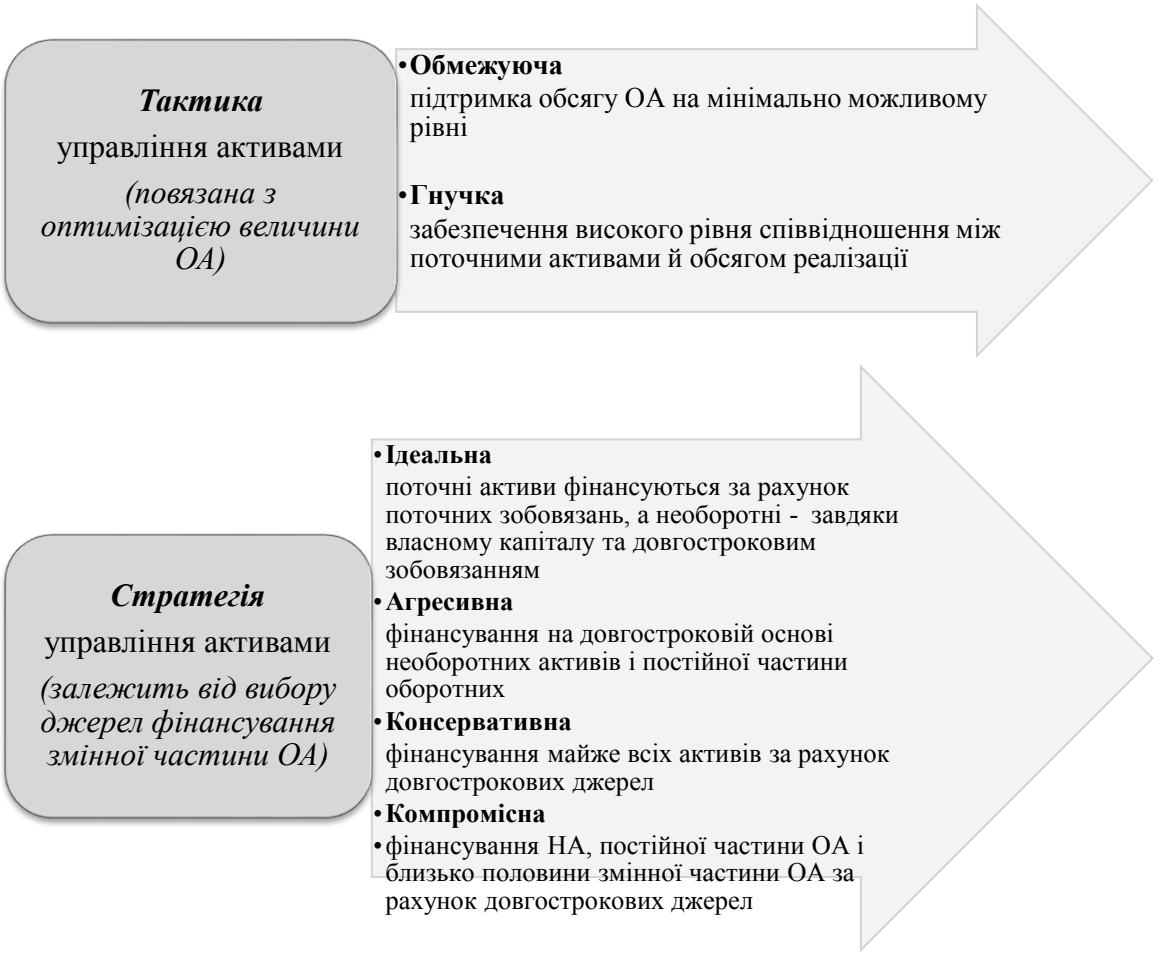


Рис. 3. Складові фінансової політики управління активами
Джерело: сформовано автором за даними [7]

Тактичні рішення управління оборотними активами пов'язані з оптимізацією величини оборотних активів і полягають у виборі відповідної політики управління запасами, грошовими коштами, дебіторською заборгованістю.

Розрізняють дві тактики вибору величини оборотних активів залежно від їх співвідношення з обсягами реалізації: обмежуючу і гнучку.

Використання обмежуючої тактики потребує підтримки обсягу оборотних активів на мінімально можливому рівні, тобто підприємство не створює додаткових резервів, підтримує сувору дисципліну розрахунків з постачальниками. Така тактика зменшує витрати на обслуговування оборотних активів, мінімізує ризик втрат при використанні оборотних коштів. Але за цієї моделі підприємство має обмежені можливості збільшення прибутків за рахунок розширення обсягів діяльності, не може швидко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. При цьому збільшується ризик, пов'язаний із формуванням оборотних коштів. Що ж до ліквідності, то якщо підприємство має невеликий обсяг поточних зобов'язань і намагається якомога швидше зменшити зайві запаси та безнадійну дебіторську заборгованість, ця політика може підтримувати необхідний рівень ліквідності. Але при значних розмірах поточних зобов'язань і обмежених обсягах оборотних активів ліквідність підприємства буде низькою.

Гнучка тактика полягає у забезпеченні високого рівня співвідношення між поточними активами й обсягом реалізації, тобто підприємство збільшує такі статті балансу, які забезпечують можливість збільшення обсягів виробництва при відповідній зміні кон'юнктури ринку і дають змогу стимулювати обсяг продажу за рахунок надання відстрочки платежів.

До таких статей можна віднести: грошові кошти, цінні папери, страхові й резервні запаси. У результаті ліквідність підприємства (за умови формування переважної частини його оборотних коштів на довгостроковій основі) збільшується. Проте ця політика є затратною і управління оборотними активами має будуватись на виборі між затратами, пов'язаними зі збільшенням оборотних активів, і вигодами від збільшення оборотних активів.

Стратегії фінансування оборотних активів залежать від покладених у їх основу принципів фінансування змінної частини. При цьому постійна частина оборотних активів визначається на рівні мінімальної потреби в оборотних активах у досліджуваному періоді. Змінна частина – різницею між фактичною і мінімальною потребою в оборотних активах.

Частина оборотних активів, яка фінансується за рахунок власного і довгострокового позикового капіталу, називається чистим оборотним (робочим) капіталом. Чистий оборотний капітал = оборотні активи – поточні зобов'язання. Чим більший чистий оборотний капітал, тим менший ризик втрати ліквідності.

Залежно від вибору джерел покриття змінної частини оборотних активів, виділяють чотири стратегії фінансування оборотних активів:

1. Ідеальна стратегія – поточні активи фінансуються за рахунок поточних зобов'язань, необоротні – власним капіталом та довгостроковими зобов'язаннями. З позиції ліквідності ця модель є

найбільш ризикованою, оскільки у випадку одночасного пред'явлення кредиторами всіх зобов'язань підприємство буде змушене розпродавати частину своїх основних засобів.

2. Агресивна стратегія полягає у фінансуванні на довгостроковій основі необоротних активів і постійної частини оборотних активів. Змінна частина оборотних активів повністю покривається за рахунок короткострокової заборгованості, постійна частина завдяки довгостроковим зобов'язанням, необоротні активи – власним капіталом. Ризик високий. Таку стратегію може дозволити собі лише підприємство, яке не має проблем з поновленням короткострокових кредитів або з отриманням комерційних кредитів від постачальників.

3. Консервативна стратегія полягає у фінансуванні майже всіх активів за рахунок довгострокових джерел. Оборотні активи – довгострокові зобов'язання, необоротні – власний капітал. Консервативна стратегія застосовується на початкових стадіях існування підприємства за умови достатньої величини капіталу власників підприємства і доступності довгострокових кредитів для інвестиційного фінансування.

4. Компромісна стратегія полягає у фінансуванні необоротних активів, постійної частини оборотних активів і приблизно половини змінної частини оборотних активів за рахунок довгострокових джерел. Інша частина оборотних активів фінансується на короткостроковій основі. Модель є найбільш реальною, проте в окремі періоди підприємство може мати зайві оборотні активи, що зменшує їх прибутковість.

З погляду оптимізації прибутковості й ризику найбільш оптимальною є стратегія компромісного фінансування. Вона оптимально поєднує рівень прибутковості й середній рівень ризику, забезпечує достатньо високий рівень фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Проте, виходячи з пріоритетності цілей фінансово-господарської діяльності підприємства на окремих етапах його розвитку, оптимальною може стати інша стратегія фінансування. Взагалі, під час вибору стратегії фінансування необхідно знайти бажане співвідношення між рівнем рентабельності використання власного капіталу і рівнем ризику зниження фінансової стійкості підприємства, яка оцінюється величиною його чистого оборотного капіталу.

Необоротні активи є найменш мобільною частиною майна, основна відмінність якої полягає у багаторазовому використанні в процесі господарської діяльності та частковій амортизації протягом кожного операційного циклу. У процесі формування й управління необоротними активами необхідно усвідомлювати їх переваги і недоліки у порівнянні з оборотними активами.

Одними з факторів, що впливають на управління активами, є галузеві особливості діяльності підприємства, а також їх розміри. Структура майна підприємств саме за розмірами наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Склад та структура активів підприємств за їх розмірами, на кінець року

Назва показника	2014 р.		2015 р.		2016 р.		Зміни, +/-	
	Сума, млн. грн.	Структура, %	Сума, млн. грн.	Структура, %	Сума, млн. грн.	Структура, %	Сума, млн. грн.	Структура, %
Необоротні активи:								
великі підприємства	1147129,5	51,5	2137937,8	61,6	2427715,9	61,0	1280586,4	+9,5
середні підприємства	840329,1	40,9	960445,0	38,9	1024650,1	35,5	+184321,0	-5,4
малі підприємства	730161,7	42,9	861766,1	40,3	760447,2	24,4	+30285,5	-18,5
Оборотні активи:								
великі підприємства	1084050,9	48,5	1331339,4	38,4	1550548,0	39,0	+466497,1	-9,5
середні підприємства	1216334,3	59,1	1503874,9	61,1	1867027,6	64,5	+650693,3	+5,4
малі підприємства	971568,9	57,1	1273388,3	59,7	2355240,9	75,6	+1383672,0	+18,5

Джерело: розраховано за даними [8]

Як свідчать дані проведеного дослідження (табл. 1), за період 2014-2016 років питома вага необоротних активів у великих підприємствах зросла на 9,5% (або на 1280586 млн. грн. у абсолютному виразі), що кардинально відрізняє середні та малі підприємства у даній ситуації. Так, у середніх підприємствах цей показник зменшився на 5,4%, у малих – аж на 18,5% (або майже вдвічі).

Попри це, відмічаємо зростання вартісних значень обсягів необоротних активів як середніх, так і малих підприємств, що зумовлено, передусім, інфляційними процесами, притаманними українській економіці останніми роками.

Основним завданням управління необоротними активами є забезпечення своєчасного оновлення основних виробничих фондів та висока ефективність їх використання. Можливості оперативного управління необоротними активами незначні.

При управлінні оборотними активами необхідно комплексно оцінювати їх позитивні та негативні сторони порівняно з необоротними активами.

Політика управління оборотними активами характеризується значною маневреністю, можливістю активного впливу на їх розмір, склад, структуру, оборотність, ліквідність та прибутковість. Відповідно, в процесі управління оборотними активами вирішується набагато ширше коло завдань фінансового менеджменту.

До основних завдань управління оборотними активами належать:

- забезпечення безперебійності виробничого процесу;
- прискорення оборотності в цілому оборотних активів;

– забезпечення ліквідності оборотних активів;

– забезпечення підвищення рентабельності оборотних активів;

– мінімізація ризиків і втрат, пов'язаних з формуванням і використанням оборотних активів.

Основні ризики та наслідки в управлінні оборотними активами**:**

– ризик втрат (особливо в умовах дії інфляційних факторів) призводить до зменшення капіталу підприємства;

– недостатність грошових коштів може призвести до перебоїв у виробничому процесі, невиконання зобов'язань, втрат можливого прибутку;

– недостатність виробничих запасів спричинює перебої у виробництві, зайві витрати, недоотримання реалізаційного доходу;

– наявність зайвих оборотних активів спричинює зайві витрати на фінансування, іммобілізацію фінансових ресурсів, недоотримання частини доходу і прибутку.

Як свідчать результати дослідження (табл. 1), частка оборотних активів середніх та малих підприємств складає понад 57% і щороку зростає, як і загальний їх обсяг.

Для нормального функціонування підприємству необхідно закуповувати сировину та матеріали, трансформувати їх у готову продукцію, а потім продавати її клієнтам, щоб отримати кошти і мати можливість продовжити свій експлуатаційний цикл.

Результати досліджень засвідчують певні зміни у обсягах та структурі оборотних активів підприємств за 2014-2016 роки (табл. 2). Зокрема, необхідно зазначити суттєве зростання частки дебіторської заборгованості у малих підприємствах – з 59 до 76% оборотних активів (або на 17 в.п), що засвідчує погіршення стану і контролю розрахункової дисципліни та негативно характеризує ефективність управління активами саме малих підприємств. Результатом таких змін є зменшення частки грошових коштів (найбільш ліквідних активів) на 2% та запасів – на 4,5 в.п.

Структура оборотних активів середніх підприємств зазнала несуттєвих змін (частка запасів зросла на 1,7%, дебіторської заборгованості – на 5%, частка грошових коштів зменшилась на 1,9%), а великих – залишалась майже незмінною.

Абсолютні розміри всіх складових оборотних активів українських підприємств за 2014-2016 роки збільшились, причому найсуттєвіше – дебіторська заборгованість малих і середніх підприємств – у 3,1 та 1,7 рази відповідно, що ще раз підтверджує зроблені висновки.

Таблиця 2

Динаміка основних складових оборотних активів підприємств за їх розмірами, на кінець року

Назва показника	2014 р.		2015 р.		2016 р.		Зміни, +/-	
	Сума, млн. грн.	Питома вага, %	Сума, млн. грн.	Питома вага, %	Сума, млн. грн.	Питома вага, %	Сума, млн. грн.	Питома вага, %
Запаси:								
великі підприємства	259581,2	23,9	310006,2	23,3	380205,6	24,5	+120624,4	+0,6
середні підприємства	242932,9	20,0	319641,2	21,3	405252,1	21,7	+162319,2	+1,7
малі підприємства	151547,7	15,6	221188,0	17,4	261010,3	11,1	+109462,6	-4,5
Поточні біологічні активи:								
великі підприємства	2461,2	0,2	3669,2	0,3	2913,1	0,2	+451,9	0,0
середні підприємства	7891,6	0,6	8541,1	0,6	11489,0	0,6	+3597,4	0,0
малі підприємства	3097,6	0,3	3572,0	0,3	4523,3	0,2	+1425,7	-0,1
Дебіторська заборгованість:								
великі підприємства	675877,2	62,3	836198,8	62,8	964616,0	62,2	+288738,8	-0,1
середні підприємства	714273,4	58,7	915865,1	60,9	1189970,1	63,7	+475696,7	+5,0
малі підприємства	572621,5	58,9	765139,5	60,1	1791045,2	76,0	+1218423,7	+17,1
Грошові кошти:								
великі підприємства	95684,2	8,8	117696,1	8,8	136333,8	8,8	+40649,6	0,0
середні підприємства	100115,7	8,2	115880,8	7,7	118277,5	6,3	+18161,8	-1,9
малі підприємства	52856,2	5,4	68010,4	5,3	79916,9	3,4	+27060,7	-2,0

Джерело: розраховано за даними [8]

Різниця між поточними активами і поточними пасивами являє собою чистий оборотний капітал (ЧОК) підприємства. Його ще називають робочим капіталом, а також власними оборотними коштами (ВОК).

Чистий оборотний капітал можна розраховувати за балансом підприємства двома способами: «знизу і «згори».

«Знизу»: ЧОК = Поточні активи – Поточні пасиви;

«Згори»: ЧОК = (Власні кошти + Довгострокові зобов'язання) – Основні засоби.

Використовуючи вищенаведені формули, розрахуємо величину оборотних активів підприємств, яка формується за рахунок власних коштів і довгострокових запозичень – табл. 3.

Таблиця 3

Динаміка чистого оборотного капіталу підприємств за їх розмірами

Назва	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 до 2014 рр, %
Поточні активи, млн. грн				
великі підприємства	1085932,8	1332749,5	1552234,1	142,9
середні підприємства	1217196,4	1505273,5	1868800,1	153,5
малі підприємства	973516,1	1275611,5	2357943,8	242,2
Поточні зобов'язання і забезпечення, млн. грн				
великі підприємства	1025878,6	1300897,9	1559321,8	152,0
середні підприємства	1124249,6	1480588,7	1847412,3	164,3
малі підприємства	1001124,8	1333416,6	2439954,5	243,7
ЧОК, млн. грн				
великі підприємства	60054,2	31851,6	-7087,7	х
середні підприємства	92946,8	24684,8	21387,8	23,0
малі підприємства	-27608,7	-57805,1	-82010,7	297,0

Джерело: розраховано за даними [8]

Дані розрахунків, наведені у табл. 3, засвідчують суттєве погіршення показника чистого оборотного капіталу великих підприємств – з 60054 млн. грн. у 2014 році до (-)7088 млн. грн. у 2016 році, тобто, нестачі робочого капіталу в останньому звітному році.

Негативним є також зростання від'ємного значення ЧОК за аналізований період у малих підприємствах майже у 3 рази, що

спричинено дещо переважаючим збільшенням поточних зобов'язань і забезпечень (у 2,44 рази) та збільшенням поточних активів (у 2,42 рази відповідно).

Для середніх за розмірами підприємств України характерною є тенденція позитивного значення показника робочого капіталу, хоча необхідно зазначити про його зниження за досліджуваний період з 92947 до 21388 млн. грн. (або майже у 4 рази).

Частину оборотних активів, що залишилася, якщо вона не покрита грошовими коштами, потрібно фінансувати у борг – кредиторською заборгованістю. А якщо не вистачає кредиторської заборгованості – потрібно брати короткостроковий кредит. Звідси випливає поняття поточних фінансових потреб (ПФП).

Поточні фінансові потреби – це різниця між поточними активами (без грошових коштів) і кредиторською заборгованістю; різниця між коштами, іммобілізованими у запасах сировини, готової продукції, а також дебіторської заборгованості, і сумою кредиторської заборгованості; нестача власних оборотних коштів; потреба у короткостроковому кредиті.

ПФП = Запаси сировини і готової продукції + Дебіторська заборгованість – Кредиторська заборгованість.

З економічного змісту ПФП випливає потреба розрахунку середньої тривалості обороту оборотних коштів, тобто часу, необхідного для перетворення коштів, вкладених у запаси і дебіторську заборгованість, у гроші на рахунку. Підприємство зацікавлене у скороченні періоду оборотності запасів та дебіторської заборгованості та зростанні строку сплати кредиторської заборгованості з метою скорочення періоду оборотності оборотних коштів.

Прискорення оборотності оборотних коштів – найважливіший спосіб скорочення поточних фінансових потреб. Заходами скорочення ПФП є:

- принцип дорогої закупівлі та дешевого продажу, який відповідає формулі Дюпона;
- знижки покупцям за скорочення строків розрахунку (спонтанне фінансування);
- облік векселів та факторинг.

Напрямки застосування положень П(С)БО для облікового відображення активів можемо розділити на 2 групи:

1) стандарти, що регулюють порядок бухгалтерського обліку необоротних активів підприємства: П(С)БО 7 «Основні засоби», П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», П(С)БО 14 «Оренда», П(С)БО 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність», П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів», П(С)БО 30 «Біологічні активи», П(С)БО 32 «Інвестиційна нерухомість»

2) стандарти, якими визначено порядок бухгалтерського обліку оборотних активів підприємства: П(С)БО 9 «Запаси», П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів», П(С)БО 30 «Біологічні активи».

Проведене дослідження діяльності суб'єктів господарювання у розрізі їх стратегічного розвитку дає змогу зробити висновки, що низкою підприємств впроваджено елементи стратегічного обліку, більшість підприємств частково використовують елементи системи управлінського обліку. Причому облікова політика для таких підприємств є одним з інструментів організації всіх видів обліку і, відповідно, інструментів стратегічного розвитку [9].

В сучасних умовах з'являються альтернативні до бухгалтерського обліку системи, методології або управлінські інформаційні системи вищого рівня, що забезпечують комплексне стратегічне управління підприємствами з урахуванням мінливості зовнішнього середовища шляхом постійної адаптації до його змін. Такі інформаційні системи можна об'єднати у три групи:

1) системи управління інтелектуальним капіталом;

2) високопорядкові управлінські інформаційні системи;

3) нові (тривимірні) системи бухгалтерського обліку.

Вони забезпечують надання інформації про фактори і явища, які не включаються до складу об'єктів бухгалтерського спостереження. Поява альтернативних систем збору інформації про зовнішнє середовище, які поступово витісняють систему бухгалтерського обліку зі складу основних постачальників інформації, необхідної для стратегічного управління, є основною причиною необхідності розробки теорії і методології обліку активів і капіталу зовнішнього середовища.

Ведення управлінського, стратегічного та інших видів обліку є визнаною практикою і в багатьох країнах світу. Більше того, ефективність розвитку підприємств корелюється із рівнем організації управлінського та стратегічного обліку на підприємстві.

Облікова політика є одним з інструментів взаємоузгодження інформаційного середовища для всіх видів обліку через визначення певних правил, методів, процедур. Підприємство самостійно визначає необхідність та ступінь регулювання елементів стратегічного та управлінського обліку інструментарієм облікової політики. Виходячи із зазначеного, вважаємо, що звуження сфери впливу облікової політики та концентрація її винятково на бухгалтерському обліку не є позитивною зміною.

Стратегія системи управління розуміється нами як довгостроковий, якісний напрямок розвитку, можливо, навіть ідеологія здійснення суттєвих змін в усіх її підсистемах – організаційній структурі, функціях, кадрах, технічних засобах з метою досягнення нею бажаного стану. На відміну від неї обрана облікова політика для цілей управління являє собою програму дій, сукупність вироблених рішень, які конкретизують цей напрямок з точки зору змісту та спрямованості

передбачених змін і заходів, котрі треба вжити для того, щоб зміни відбулися.

Виходячи з такого розуміння відмінності програми від стратегії, всі розробки в напрямку створення управлінської облікової політики підприємства мають лежати у площині формування саме такої програми, що сприяє реалізації цілей та розвитку всієї системи управління.

Одним із основних принципів оцінки об'єктів обліку є принцип консерватизму (обачності). Враховуючи існуючі критичні заяви дослідників проти застосування принципу консерватизму, а також критику застосування справедливої вартості, Легенчуком С.Ф. запропоновано підхід до застосування принципу консерватизму при виборі методів обліку, що базується на концепції ризику Ф. Найта. За таким підходом вибір методу обліку з наявного переліку має бути обґрунтований достовірністю відображення інформації про об'єкт, тобто залежно від ступеня визначеності щодо об'єкта обліку, відносно якого обирається цей метод.

Принцип безперервності складається з трьох основних положень: 1) існує два варіанти діяльності – безперервна та діяльність, що не є безперервною (діяльність звужується або припиняється), залежно від яких має використовуватись різна оцінка для активів і зобов'язань; 2) при безперервній діяльності для активів і зобов'язань нормальною є історична оцінка; 3) при діяльності, яка не є безперервною для активів і зобов'язань нормальною є ліквідаційна оцінка.

На сьогодні дослідники критикують як логіку і сутність самого принципу, так і окремі випадки його застосування в системі бухгалтерського обліку, вказують на його суперечливість у співвідношенні з іншими принципами. Для забезпечення відповідності принципу безперервності потребам користувачів бухгалтерської інформації в постіндустріальній економіці Легенчуком С.Ф. запропоновано здійснювати його диференціацію для двох видів активів:

- при оцінці активів, для яких оцінка на основі додавання витрат є нормальною та співпадає з їх цінністю, використовувати історичну оцінку;
- при оцінці активів, для яких оцінка на основі додавання витрат не є нормальною, використовувати ту оцінку, яка відображає їх цінність (економічну сутність) [10, с.13].

Перевагами застосування історичної оцінки в бухгалтерському обліку є: простота використання, що не потребує застосування складного математичного апарату; високий рівень об'єктивності та надійності, оскільки така оцінка проводиться відносно подій, що вже відбулись, та можуть бути документально підтверджені; позбавляє систему обліку від прогнозних та ймовірних показників; замикає ланцюг створення "арифметичної вартості" в системі бухгалтерського

обліку (від моменту виникнення факту господарського життя – до складання балансу).

На сьогодні існують такі напрями критики принципу: неможливість адекватного відображення прибутку та вартості активів підприємства під час зміни цінових рівнів; неможливість відображення цінності активу на основі понесених на його одержання витрат; суперечність із принципом обачності (консерватизму); невідповідність окремим релігійним канонам [11, с.357].

В національних П(С)БО та в міжнародних доктринах IAS/IFRS та GAAP US застосовується змішана модель оцінки, що передбачає використання набору оцінок залежно від виду активу та окремих ситуацій, де така оцінка застосовується. Внаслідок цього в бухгалтерському обліку можливі такі варіанти подальшого використання оцінки за історичною вартістю:

1) ведення обліку лише на основі історичної вартості;

2) паралельне (подвійне) ведення обліку на основі історичної вартості та ведення обліку на основі альтернативних методів оцінки;

3) застосування змішаного варіанту – одночасне ведення обліку на основі історичної вартості та інших альтернативних методів оцінки.

Враховуючи неможливість повної відмови від використання історичної вартості, вважаємо обґрунтованою доцільність застосування третього варіанту оцінки.

Таким чином, система бухгалтерського обліку в системі управління активами підприємства виконує функцію забезпечення управлінського персоналу усіх рівнів управління, сформованою відповідно до єдиних методологічних засад, аналітичною та узагальненою інформацією, необхідною для поточного та стратегічного планування, аналізу, контролю та прийняття управлінських рішень з метою досягнення визначених цілей господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Пальчук О.В., Савченко В.М., Рузмайкіна І.В. Розвиток бухгалтерського обліку в умовах глобалізації та інформатизації суспільства : монографія [Текст]. Кропивницький : ПП «Ексклюзив-Систем», 2017. 248 с.

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV, чинний, поточна редакція від 01.07.2018. URL : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14.

3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 05.10.2017 № 2164-VIII. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2164-19.

4. Про застосування міжнародних стандартів фінансової звітності : лист Міністерства фінансів України № 35210-06-5/37175 від 29.12.2017 р. URL : https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/Лист-МСФЗ.pdf.

5. Про затвердження Порядку подання фінансової звітності : Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. № 419, чинний, поточна редакція від 14.07.2018. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-п#n12.

6. Господарський Кодекс України URL : https://www.profiwins.com.ua/uk/legislation/kodeks/1132.html.

7. Фінансовий менеджмент URL : https://pidruchniki.com/1292052264639/finansi/.

8. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва : Статистичний збірник. Державна служба статистики України, 2016. URL : http://www.ukrstat.gov.ua.

9. Писарчук О.В. Особливості організації бухгалтерського обліку підприємств в контексті змін Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 20. URL : http://global-national.in.ua/archive/20-2017/207.pdf.

10. Легенчук С.Ф. Розвиток теорії і методології бухгалтерського обліку в умовах постіндустріальної економіки [Текст] : автореф. дис. … д-ра екон. наук : 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Житомир, 2011. 37 с.

11. Легенчук С.Ф. Теорія і методологія бухгалтерського обліку в умовах постіндустріальної економіки. Монографія. Житомир : ЖДТУ, 2010. 652 с.

І.В. Семенець

Облікове забезпечення управління витратами на якість

Сучасна економічна ситуація, жорстка конкуренція, а також бажання виходу на зовнішній ринок спонукає підприємства України підвищувати вимоги щодо якості продукції та послуг. Адже належний рівень якості продукту дозволяє підприємствам міцно закріпитися на ринку, розширювати його, а відтак примножувати результативність своєї діяльності. Тобто, успішним і стабільним підприємство може стати за умови виготовлення продукції належного рівня якості в максимально можливих обсягах при мінімальних витратах.

Такий підхід, на перший погляд, є очевидним, однак не всі вітчизняні товаровиробники, особливо на внутрішньому ринку, незважаючи на посилення конкурентної боротьби, приділяють належну увагу підвищення якості своєї продукції та послуг. При цьому ставлять на перше місце при прийнятті управлінських рішень зниження витрат на виготовлення продукції, а не її якість.

Розглядаючи питання витрат на якість продукції доречно визначитись з основними категоріями та поняттями.

Поняття якості має досить давню історію і походить від латинського слова «guamtec», що дослівно означає властивість або якість. Поняття якості має властивість постійно змінюватись з розвитком суспільства, науки та техніки.

Категорія якості є досить широким та до певної міри суперечливою. Загалом, якість є універсальною філософською категорією охоплюючи собою явища зовнішнього світу, а також і свідомість людини. В цьому контексті до питань якості зверталися такі відомі філософи як Арістотель та Гегель. За словами Царека О.М. більшість вчених вважають, що вперше тлумачення якості було зроблене саме Аристотелем. Який розумів її як певну «відмінність» між предметами однакового виду, розглядав її як зміну стану речей [1].

Економісти сучасності (Дж. Джуран, К. Ісікава, У. Шухарт) приділяють значну увагу категорії якості, в тому числі, її філософському розумінню [1, с.16; 2, с.214-215].

В узагальненому вигляді сучасне філософське розуміння категорії якості зводиться до того, що вона є характеристикою певного об’єкта, яка визначає певну його властивість чи сукупність властивостей, які дають можливість ідентифікувати його.

В повсякденній діяльності ми постійно стикаємось з більш вузькими трактуваннями якості, такими як якість продукції, якість послуг, якість праці та інше.

В Україні тлумачення якості закріплюється і в офіційних документах, зокрема, воно дається ДСТУ 9000-2015: «якість (quality) -

ступінь, до якого сукупність власних характеристик об'єкта задовольняє вимоги» [6, с.13].

Вимоги і характеристики якості різноманітні і багатогранні. При цьому виділяють її фізичну форму, технічну, а також і економічну [3, с.7].

Багатогранні характеристики продукції, які визначають її якість, досить часто суперечать одна одній. Відтак покращення однієї з них може призводити до погіршення іншої. Так використання більш якісних матеріалів, висококваліфікованої робочої сили покращує кінцеві технічні характеристики продукції, але натомість неминуче призведе до її здорожчання, що може негативно відбитися на її конкурентоздатності.

За таких обставин перед фахівцями завжди стоїть питання забезпечення гармонійного, оптимального поєднання усіх характеристик продукції. Отож оптимальна структура характеристик продукції є запорукою забезпечення її якості.

Таким чином можемо говорити про те, що якість з точки зору виробника та споживача є поняттям, з одного боку, досить чітко визначеним та закріпленим у стандартах, а з іншого – відносним.

Будь-які заходи по підвищенню якості продукції так чи інакше пов’язані з економічними чинниками. В контексті економічної характеристики якості немає єдності в поглядах вчених, однак в більшості вони сходяться до наведеного нижче трактування, яке переважає в більшості навчальних матеріалів. В них якість трактується як сукупність властивостей продукції, що характеризують її призначення, особливості, корисність (здатність задовольняти конкретні потреби споживачів). Вона залежить від рівня розвитку науки й техніки, прогресивності виробництва, кваліфікації кадрів і може бути визначена показниками якості самої продукції, якості її виготовлення, експлуатації та супровідних послуг [4, 5].

Забезпечення належного рівня якості продукції вимагає проведення ряду специфічних організаційних та виробничих заходів, які неминуче призводять до збільшення витрат, які можна охарактеризувати як витрати на якість.

Таким витратам досить довгий час не надавали значення, вважаючи, що їх питома вага є незначною. Проте за результатами досліджень, які були проведені групою з якості і стандартів Великої Британії, показали, що витрати на якість для промислових підприємств лежать у межах 5–25% від їх товарообігу. Їх обсяг залежить від галузі промисловості, систем управління якістю та масштабів заходів на постійне поліпшення якості [7, с. 28]. Такі дані говорить про те, що контроль за обсягами таких витрат необхідно посилювати.

Перші спроби вивчення питань витрат на якість (або в іншому визначенні «вартість якості») робилися зарубіжними вченими ще на початку XX століття в плані зниження витрат в рамках діяльності

окремих підприємств. Серйозно проблемою витрат на якість почали займатися у 50-60-хх рр. ХХ ст. американські та японські дослідники. В результаті досліджень в 1951 р. Дж.Джуран запропонував розглядати витрати на якість як окрему категорію і розвиваючи свою ідею в 1960 р. визначив витрати на якість як витрати, яких би не було за умови бездефектного виробництва [8, 9].

Одним з найпоширеніших формулювань витрат на якість є подане А. Фейгенбаумом: «Витратами виробника на якість є витрати, пов'язані з установленням рівня якості, його досягненням у процесі виробництва, контролем, оцінкою та інформацією про відповідність продукції вимогам якості, надійності й безпеки, а також витрати, пов'язані з установленням відмов виробів на підприємстві чи в умовах їх використання споживачем» [10, с. 138].

На думку Бестерфілда витратами на якість є витрати, які виникають при не досягненні продуктом або послугою якості, встановленої стандартами підприємства та його контракт із клієнтами та суспільством [8].

За твердженням Дєйла та Планкетта: «витрати на якість — витрати на гарантію та забезпечення якості, а також збитки, понесені через невідповідність рівня якості» або «витрати на якість — витрати на попереджуючи заходи та визначення якості плюс збитки через внутрішній та зовнішній брак» [8]

З точки зору бухгалтерського обліку найбільш вдалим, на нашу думку, є трактування витрат на якість яке надав Джон Ч. Шоттміллер: «Витрати на якість являють собою різницю між фактичною собівартістю продукції або послуг та її можливою (зменшеною) собівартістю, визначеною при умові відсутності випадків надання неякісних послуг, відмовою продукції або виникнення невідповідності при її виробництві» [11, с.7].

В законодавчому полі України поняття витрат на якість продукції з'явилося в ДСТУ 3230-95, з посиланням на ISO 8402:1994 (який на сьогоднішній день втратив свою чинність): «це витрати, які виникають при забезпеченні та гарантуванні задовільної якості, а також витрати, пов′язані з втратами в тому разі, якщо не досягнуто задовільної якості» [12, с. 16].

Таким чином можна зробити висновок, що витрати на якість є витрати, які необхідні, щоб забезпечити задоволеність споживача продукцією чи послугами. При цьому з часом дане поняття почало вміщувати в себе не тільки витрати на заходи по усуненню невідповідності якості продукції, а й на попереджувальні заходи для уникнення можливості виникнення невідповідності продукції, а відтак і збитків підприємства у майбутньому.

Важливе значення для ефективного управління такими витратами є обґрунтована їх класифікація.

В наукових працях найбільш цитованою є класифікація яку

запропонував 1956 р. Арманд В. Фейгенбаум в рамках розробленої ним так званої PAF-моделі, поділивши витрати на якість на такі категорії:

– превентивні витрати (prevention costs);

– витрати на оцінку якості (appraisal costs);

– внутрішні втрати від невідповідної якості (internal failure costs);

– зовнішні втрати від невідповідної якості (external failure costs) [10, с. 138].

Превентивні витрати це кошти, спрямовані на попередження можливості виникнення невідповідності якості продукції, що виробляється, необхідним технічним характеристикам або вимогам споживача, попередження та зниження ризику невідповідності або помилки, що виникають через будь-які функції підприємства [8, 11].

Під витратами на оцінку (контроль) якості розуміють витрати які спрямовані на не допущення появи у споживача неякісної продукції [11]. Або іншими словами це витрати на контроль якості є витратами на оцінювання досягнення вимог до якості продукції [8].

Внутрішні витрати на невідповідність (брак) пов’язані із невідповідністю або браком, що були визначені до того, як продукція потрапила до споживача, або відходами виробництва [8].

Зовнішні витрати на невідповідність (брак) пов’язані із невідповідністю та дефектами, що виявлені після доставки споживачеві готової продукції, або із незадоволеністю споживача [8, 11].

Проте така класифікація є далеко не єдиною. Отож заслуговують на увагу і думки інших дослідників.

Так Ф.Кросбі розглядає дещо спрощену класифікацію витрат на якість виділяючи дві групи витрат:

1. Витрати на відповідність або конформні витрати

2. Неконформні витрати

Перша група витрат, таким чином, об’єднує в собі превентивні витрати та витрати на оцінку якості, а друга внутрішні за зовнішні витрати від невідповідної якості [8].

Своєрідними були погляди вчених радянської доби. Так в 1979 році група вчених Є.М. Карлік, Д.С. Деміденко, В.М. Шкловський запропонували виділяти дві групи витрат на якість:

1. Витрати на виробництво продукції необхідної якості.

2. Витрати на створення продукції підвищеної якості.

До першої групи пропонувалося відносити витрати, які виникли в процесі виробництва, обігу, використання. В свою чергу друга група витрат пов’язана з розробкою і проектування нового виду продукції та на підготовкою її виробництва [13].

Інший погляд на класифікацію витрат на забезпечення якості продукції мав З.Ю. Хамдамов, виділяючи чотири групи витрат:

1. Організаційно-управлінські витрати на забезпечення якості продукції.

2. Витрати на запобігання браку продукції.

3. Витрати на контроль, випробування і оцінку якості продукції.

4. Втрати від браку продукції.

Перша група включала витрати на розробку, впровадження й удосконалення системи управління якістю продукції; витрати на її функціонування та витрати на створення і обслуговування інформаційної системи управління якістю продукції.

Друга – витрати які на практиці виникають під час процесів постачання виробництва та збуту.

Третя – включала витрати, спрямовані на перевірку якості сировини та готової продукції службами підприємства та зовнішніми організаціями (метрологічними службами).

Четверта – складала втрати від браку, без їх поділу на внутрішні та зовнішні [15].

На сьогоднішній день значна частина вітчизняних та зарубіжних дослідників опираючись на класифікацію А. В. Фейгенбаума та враховуючи погляди Ф.Кросбі поділяє витрати на якість на дві групи.

Зокрема, Л.Е. Скрипко, Харламова Т.М. поділяють витрати на якість на такі групи:

1. Витрати на відповідність: витрати виробника на забезпечення та покращення якості продукції; витрати споживача на підтримку якості продукції в процесі споживання та зберігання.

2. Витрати невідповідності: збитки, які виникли в процесі виробництва продукції; понесені втрати, зумовлені дефектами, що з'явились у споживача [16, 17].

Такий підхід повністю збігається з класифікацією витрат на якість з такими, які зазначені в британському стандарт BS 6143.

Цікаву ієрархічну модель класифікації витрат на якість запропонував В.М. Пархоменко [19] виділивши шість рівнів класифікації витрат на якість.

На першому рівні витрати групуються за видами продукції, робіт, послуг; на другому - за стадіями життєвого циклу продукції; на третьому - за місцями виникнення витрат та центрами відповідальності; на четвертому - за призначенням (витрати на оцінку, забезпечення та покращення якості продукції); на п'ятому - за періодичністю (одноразові та систематичні); на шостому рівні вчений рекомендує розподіляти витрати на - ті, які включаються до собівартості продукції і ті, які відшкодовуються за рахунок прибутку.

Така модель класифікації є досить ґрунтовною, однак вона не відповідає одному з ключових принципів управління якістю – поліпшенню, визначеному у ISO 9000:2015.

Як зазначає Момот О.І. відповідно до вимог ISO 9004 (починаючи з 1994 р.) витрати на якість поділяються на виробничі та невиробничі. Загалом таку класифікацію можна узагальнити у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація витрат на якість за вимогами ISO 9000

<table>
<tr><td colspan="5">Витрати на якість</td></tr>
<tr><td colspan="4">Виробничі</td><td rowspan="2">Невиробничі витрати</td></tr>
<tr><td colspan="2">Витрати, пов’язані з досягненням відповідності якості продукції, або витрати попереджувальної дії</td><td colspan="2">Витрати на невідповідність якості продукції, або витрати на усунення дефектів.</td></tr>
<tr><td>витрати, пов'язані з попередженням дефектів та невідповідності</td><td>витрати, пов'язані з виявленням, оцінкою та контролем невідповідностей та дефектів</td><td>Витрати на усунення дефектів до передачі продукції споживачам (внутрішній брак)</td><td>Додаткові витрати на виправлення дефектів, виявлених після придбання продукції споживачами (зовнішній брак)</td><td>включають конкретні і додаткові засоби по забезпеченню якості, заходи, процедури, дані, демонстраційні випробування та окремі й додаткові оцінки, проведені незалежними випробними органами</td></tr>
</table>

Джерело: узагальнено на основі [18, с. 203-204]

Узагальнюючи викладене можна стверджувати, що така класифікація є узагальненням багаторічного практичного досвіду та наукових розробок провідних світових фахівців в сфері якості, а відтак повинна застосовуватися і при обліку та аналізі у вітчизняній практиці.

Проводити аналіз та приймати управлінські рішення в частині витрат на якість продукції на вітчизняних підприємствах є досить проблематично і причиною цьому є відсутність систематизованої облікової інформації.

Вітчизняні облікові школи довгий час взагалі не розглядали дане питання і лише з початку 2000-х, з прийняттям нової облікової концепції, в зв’язку з переходом на положення (стандарти) бухгалтерського обліку та орієнтацію на міжнародні стандарти фінансової звітності були розпочаті серйозні дослідження.

Причина ігнорування в обліку витрат на якість полягає в тому, що фінансова сторона якості продукції мала рекомендаційний характер. Крім того організація обліку витрат на якість продукції є досить складним і трудомістким процесом який вимагає додаткового залучення матеріальних та трудових ресурсів. Також до сьогоднішнього дня організація бухгалтерського обліку і економічного аналізу витрат на якість продукції в нашій державі не регламентується НП(С)БО, галузевими методичними матеріалами чи іншими документами, тому, при потребі, кожне підприємство має змогу організовувати облік витрат на якість готової продукції на власний розсуд та відповідно до поставлених цілей.

На сьогоднішній день, з посиленням конкуренції серед вітчизняних товаровиробників необхідність мати систему збору інформації, щодо витрат на якість, стає життєво необхідним.

Прийнявши рішення про формування інформації стосовно витрат на якість підприємство повинно вирішити ряд питань, серед них:

- Визначення відповідальних осіб за збір та передачу оперативної інформації про витрати на якість.
- Формування кола користувачів інформації, з врахуванням того, що витрати на якість є комерційною таємницею підприємства.
- Підбір методів збору, обробки та аналізу витрат на якість, які найбільше відповідають вимогам та можливостям підприємства.
- Проектування внутрішньої звітності з фіксування витрат на якість з врахування специфіки виробництва та структури управління підприємством.
- Тестування проведених розробок в рамках діяльності невеликого типового підрозділу підприємства та усунення виявлених недоліків та прорахунків.
- Розробка в рамках підприємства Положення про витрати на якість, та доведення його до відповідальних осіб в межах їх посадових обов'язків [20, с. 128].

Збір інформації про витрати на якість продукції можна здійснювати декількома шляхами:

- формування інформації про витрати на якість шляхом проведення додаткових виборок в межах діючої системи рахунків;
- відслідковування інформації про витрати на якість в системі управлінського обліку підприємства;
- інтегрування ведення обліку витрат в систему фінансового обліку.

Перший варіант, на нашу думку, може бути використаним на підприємствах з невеликим обсягом інформації, проте він є екстенсивним шляхом, який потребуватиме додаткових витрат праці, а час витрачений на збір інформації неминуче призведе до втрати її оперативності при прийнятті управлінських рішень, що в кінцевому результаті може звести нанівець усю проведену роботу.

Вважаємо, що збір інформації про витрати на якість бажано здійснювати в інтегрованій системі фінансового та управлінського обліку.

Попова Т.Д. зазначає, що при розробці методики обліку витрат на якість продукції необхідно дотриматись таких основних вимог:

- вона повинна відповідати завданням фінансового обліку;
- отримана в результаті інформація повинна бути повна та достовірна;
- бути в рамках правового поля та враховувати специфіку галузі;
- дотримання єдності синтетичного та аналітичного обліку;
- реальність впровадження з точки зору складності та

економічності [21].

Каменем спотикання в організації обліку витрат на якість продукції є визначення з рахунком (рахунками) бухгалтерського обліку де будуть акумулюватися такі витрати. Адже такі витрати на сьогоднішній день, при їх об'єктивному існуванні, розпорошені і лише їх незначна частина, яка пов'язана із витратами на невідповідність, акумулюється на рахунку 24 «Брак у виробництві», який ведеться в розрізі видів продукції. Такий підхід є відголоском ще радянського підходу за контролем даних витрат і суперечить сучасній концепції управління якістю та не забезпечує її усіма необхідними обліковими даними.

За таких обставин відкривається широке поле для роздумів дослідників, при цьому є відсутнє будь-яке стереотипне обмеження у вигляді вже існуючих нормативних документів, про що вже говорилось вище.

А відтак їх погляди є надзвичайно різноманітними. Загалом можна виділити чотири підходи до відображення в обліку витрат на забезпечення якості.

1. Використання спеціального окремого рахунку.

2. Відкриття окремого субрахунку в складі рахунку «Виробництво».

3. Відкриття окремого субрахунку в складі рахунку «Інші витрати операційної діяльності».

4. Відкриття окремих аналітичних рахунків існуючих рахунків на всіх стадіях господарського процесу.

Найбільше прихильників має саме перший підхід, однак в рамках такого підходу єдності в думках дослідників немає. Сходячись на необхідності відкриття окремого спеціального рахунку, вони по різному трактують склад такого рахунку.

Так Попова Т.Д. вважає за можливе запровадження окремого збирально-розподільчого рахунки «Витрати на якість» і вести його в розрізі трьох субрахунків: «витрати на підвищення якості продукції», «витрати на забезпечення необхідного рівня якості», «витрати на невідповідність». За дебетом такого рахунку впродовж місяця рекомендує відображати всі витрати, пов'язані з якістю, а в кінці місяця по кредиту їх списувати на рахунки «Виробництво», «Загальновиробничі витрати», «Брак у виробництві», «Витрати майбутніх періодів» тощо.

Притримуються такого підходу, але з використанням інших субрахунків Н.А. Морозова-Герасимович, Г.О. Трегубова та інші.

Так Н.А. Морозова-Герасимович схиляється до думки, що облік витрат на якість можна побудувати аналогічно обліку інших комплексних витрат передбачивши Планом рахунків окремий збирально-розподільчий рахунок. До нього пропонує два субрахунками: «витрати на забезпечення належного рівня якості» та

«витрати на невідповідність продукції». По першому субрахунку «витрати на забезпечення належного рівня якості» вона пропонує акумулювати впродовж місяця продуктивні витрати, а в кінці місяця списувати їх на відповідні рахунки витрат. Щодо другого субрахунку «витрати на невідповідність продукції» то на ньому рекомендує акумулювати непродуктивні витрати на виправлення виявлених дефектів та витрати від остаточного браку [22].

Свій підхід пропонує і Г.О. Трегубова, але вона пропонує рахунок «Витрати на забезпечення якості» з субрахунками «витрати на контроль, випробування та оцінку якості продукції» та «витрати на попередження браку і організаційно-управлінські витрати на забезпечення браку» при цьому окремо залишається рахунок «Брак у виробництві» [23].

Використання такого підходу має свої як позитивні так і негативні моменти. Так до переваг такого підходу можна віднести те, що він забезпечує максимальну концентрацію витрат на якість продукції в рамках підприємства, однак він не забезпечує отримання інформації в розрізі видів продукції та в розрізі господарських процесів.

Прихильником відображення витрат на якісь продукції на окремому субрахунку в складі синтетичного рахунку «Виробництво» є, зокрема. І.Ю. Тимрієнко [24, 25], пропонуючи своє бачення організації аналітичного обліку витрат на якість. Зокрема вести його за видами витрат та статтями витрат з використанням наступної кодифікації рахунку в робочому плані рахунків підприємства, а саме:

231 XXXX YY:

перші три знаки – номер рахунку за планом рахунків (231 – основне виробництво);

наступні чотири знаки – XXXX – привласнюються на основі Державного класифікатору продукції та послуг.

останні два знаки – YY – з класифікатору «Стаття витрат на якість».

Таким чином аналітичні рахунки приймуть наступний вигляд:

231.301001 «Витрати на контрольні заходи»;

231.301002 «Витрати на попереджувальні заходи»;

231.301003 «Втрати, пов’язані з появою дефектів»;

231.301004 «Витрати на підтвердження і поліпшення якості» [25].

Свій підхід до відображення витрат на якість продукції (зокрема, в контексті галузі виробництва будівельної продукції) пропонує К.А. Ягмур [26]. Використовуючи рахунок 94 «Інші витрати операційної діяльності» з використанням діючого субрахунку 941 «Витрати на дослідження та розробки».

Вибір даного субрахунку для відображення витрат на якість даний автор бачить в тому, що він за своїм призначенням і характером операцій, що на ньому обліковуються, відповідає витратам, що

забезпечують функціонування системи управління якістю.

Субрахунок 941 рекомендує деталізувати субрахунками подальшого порядку: 9411 «Профілактичні витрати на забезпечення якості» та 9412 «Оціночні витрати на контроль якості».

Субрахунок 9411 «Профілактичні витрати на забезпечення якості» (використовуються для накопичення витрат з функціонування системи управління якістю: утримання відділу якості, створення системи документування заходів з якості тощо). При цьому виділяти в його складі дві групи витрат, а саме: витрати на утримання відділу якості, витрати на розробку й складання правового, регламентного та інформаційного забезпечення; витрати на стимулювання якості серед персоналу.

Субрахунок 9412 «Оціночні витрати на контроль якості» (на ньому пропонує для акумулювати інформацію про витрати на здійснення контрольних процедур на всіх етапах виробничого процесу, метою яких є оцінка відповідності якості державним нормам). Такі витрати К.А. Ягмур вважає за необхідне враховувати за трьома напрямами залежно від стадії їхнього утворення: 1) витрати, пов'язані з вхідним контролем будівельних матеріалів; 2) витрати, що забезпечують контроль у процесі будівництва; 3) витрати, пов'язані з кінцевим приймальним контролем.

Акумульовані витрати на якість на дебеті пропонованих 9411 та 9412 субрахунків автор пропонує списувати за наступними напрямками:

В дебет 92 «Адміністративні витрати» - витрати на утримання відділу якості, витрати на розробку й складання правового, регламентного та інформаційного забезпечення.

В дебет 23 «Виробництво» - витрати на стимулювання якості серед персоналу, а також витрати, пов'язані з вхідним контролем матеріалів та витрати, що забезпечують контроль у процесі виробництва.

В дебет 93 «Витрати на збут» витрати, пов'язані з кінцевим приймальним контролем.

Бондар Т. Л. [27] критикує таку позицію аргументуючи це тим, що такий підхід суперечить Інструкції по застосуванню Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та природі самого субрахунку 941 «Витрати на дослідження та розробки». Ми повністю підтримуємо таку критику.

Четвертий підхід до відображення в обліку витрат на забезпечення якості, який передбачає відкриття окремих аналітичних рахунків до існуючих рахунків на всіх стадіях господарського процесу підтримує відомий вітчизняний вчений В.М. Пархоменко [19]. Він рекомендує відкривати аналітичні рахунки з обліку витрат на забезпечення якості до наступних рахунків 20 «Виробничі запаси», 23

«Виробництво», 24 «Брак у виробництві», 26 «Готова продукція», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності». При цьому облік витрат на якість здійснюватиметься в розрізі статей витрат, видами продукції, видами здійснюваних заходів, видами діяльності, процесами, центрами відповідальності та джерелами фінансування.

Аналогічної думки притримується і І.Д. Десяткіна [28], яка зазначає що витрати на якість виникають як на стадії постачання так і виробництва та реалізації, а відтак їх слід обліковувати окремо.

Витрати на якість стадії придбання рекомендує обліковувати на рахунку 91 «Загальновиробничі витрати» і включати до них: витрати на заробітну плату персоналу, який займається оприбуткуванням та визначенням якості придбаних товарів; нарахування на заробітну плату.

Витрати на якість стадії виробництва – на рахунках 23 «Виробництво» та 91 «Загальновиробничі витрати», це: витрати пов'язані із навчанням персоналу питанням якості; витрати на підтвердження якості зразків; відрядження працівників пов'язанні із вдосконаленням навичок; витрати на перевірку зразків продукції.

Витрати на якість стадії реалізації – на рахунку 93 «Витрати на збут», а саме: витрати на надання споживачам доказів відповідності продукції встановленим вимогам; витрати, пов'язані із навчанням персоналу питанням якості.

В рамках зазначених рахунків І.Д. Десяткіна рекомендує відкрити такі аналітичні рахунки: «витрати на оцінку якості», «витрати на покращення якості», «витрати на підтвердження якості».

На субрахунок «витрати на оцінку якості» пропонує відносити: витрати на вхідний контроль та випробування; витрати на технічний контроль; аудит якості продукції; проведення лабораторних досліджень.

На субрахунок «витрати на покращення якості» - витрати, направлені на задоволення передбачуваних потреб споживачів (витрати на дослідження та розробки, виготовлення нових видів продукції).

На субрахунок «витрати на покращення якості» - витрати пов'язані із наданням споживачам доказів відповідності продукції встановленим вимогам.

Розвиваючи та вдосконалюючи ідеї В.М. Пархоменка та І.В. Десяткіної своє бачення даного способу відображення витрат на якість пропонує Т.Л. Бондар [27]. Вона відстоює ідею відображення витрат на якість продукції за господарськими процесами на різних рахунках бухгалтерського обліку.

І пропонує свою специфічну структуру аналітичних рахунків додаючи до номера синтетичного рахунку подвійне значення коду аналітичного і надаючи їм наступного значення:

01 «Витрати на попередження»;

02 «Витрати на оцінку»;

03 «Витрати через внутрішні дефекти»;

04 «Витрати через зовнішні дефекти».

Такі аналітичні рахунки пропонує відкривати до наступних снтетичних рахунків:

Процес постачання: 20 «Виробничі витрати» (01 «Витрати на попередження»; 02 «Витрати на оцінку»).

Процес виробництва: 23 «Виробництво» («01 Витрати на попередження»; 02 «Витрати на оцінку»; 03 «Витрати через внутрішні дефекти»); 24 «Брак у виробництві» (02 «Витрати на оцінку»; 03 «Витрати через внутрішні дефекти»; 04 «Витрати через зовнішні дефекти»).

Процес збуту продукції: 93 «Витрати на збут» (01 «Витрати на попередження»; 03 «Витрати через внутрішні дефекти»; 04 «Витрати через зовнішні дефекти»).

Та окремо виділяє витрати на контроль якості продукції – на рахунку 91 «Загальновиробничі витрати»» із субрахунком 02 «Витрати на оцінку».

Автор цієї методики вважає, що вона дозволяє розподілити витрати на забезпечення якості згідно з такими класифікаційними ознаками, як за цільовим призначенням та місцем виникнення витрат.

Проаналізувавши підходи різних авторів до питання відображення та акумулювання витрат на забезпечення якості продукції можемо говорити, про те, що в принципі кожен з них має своє раціональне зерно.

Підтримуємо думку авторів, які вважають за необхідне відображати витрати на якість продукції в розрізі господарських процесів, видів продукції та відповідальних підрозділів. Проте не погоджуємося з думкою щодо відображення операцій на значній кількості синтетичних рахунків з досить широкою номенклатурою аналітичних рахунків, що, на нашу думку, розпорошує інформацію і не дає цілісної картини про витрати на забезпечення якості продукції.

Вирішення даного питання вбачаємо у запровадженні окремого транзитного рахунку, з присвоєнням йому вільного в Плані рахунку номера 99 «Витрати на забезпечення якості». Таким кроком ми досягнемо концентрації інформації про витрати на якість в рамках усього підприємства.

З метою ж забезпечення отримання інформації про витрати на якість в розрізі господарських процесів доцільно відкрити наступні субрахунки першого порядку:

991 «Витрати на якість процесу постачання»;

992 «Витрати на якість процесу виробництва»;

993 «Витрати на якість процесу збуту».

Для подальшої деталізації інформації субрахунки другого порядку пропонуємо застосувати за структурою, аналогічною

пропозиції Т.Л. Бондар з універсальною для їх нумерацією (де х – номер відповідного субрахунку першого порядку), а саме:

99х1 – «Витрати на попередження дефектів та невідповідностей»;

99х2 – «Витрати на виявлення, оцінку, контроль дефектів та невідповідностей»;

99х3 – «Витрати на усунення дефектів до передачі продукції споживачам (внутрішній брак)»;

99х4 – «Витрати на виправлення дефектів, виявлених після придбання продукції споживачами (зовнішній брак)».

Таким чином структура запропонованого рахунку матиме вигляд наведений на рис. 1.

Рисунок 1. Структура рахунку 99 «Витрати на забезпечення якості»

Джерело: авторська розробка

Тепер щодо складу цих субрахунків.

На субрахунку 99х1 – «Витрати на попередження дефектів та невідповідностей» знайдуть відображення: витрати на навчання персоналу; витрати на створення системи управління якістю; витрати на сертифікацію системи управління якістю; витрати на повірку (калібрування) та ремонти засобів вимірювання та випробувального устаткування, здійснені працівниками підприємства витрати на повірку (калібрування) та ремонти засобів вимірювання та випробувального устаткування, здійснені сторонніми організаціями.

На субрахунку 99х2 – «Витрати на виявлення, оцінку, контроль дефектів та невідповідностей» знайдуть відображення: витрати на перевірку якості сировини; витрати на здійснення контролю якості та усунення недоліків технологічної документації; витрати на здійснення контролю процесу виробництва, проведення випробувань виготовленої продукції, забезпечення якості продукції під час її упакування,

зберігання і транспортування; витрати на сертифікацію продукції.

На субрахунку 99х3 – «Витрати на усунення дефектів до передачі продукції споживачам (внутрішній брак)» знайдуть відображення: брак, що виявлено у виробництві; брак, що виявлено при передачі продукції на склад; брак у зв'язку з неякісною сировиною;

На субрахунку «Витрати на виправлення дефектів, виявлених після придбання продукції споживачами (зовнішній брак)» знайдуть відображення: витрати на усунення дефектів, виявлених покупцем протягом гарантійного періоду; втрати від дефектів, виявлених покупцем після закінчення гарантійного періоду; втрати від бракованої продукції, пов'язані з юридичною відповідальністю.

За потреби для більш поглибленого аналізу інформацію про витрати на якість продукції можна ще більше деталізувати запровадивши субрахунки нижчого рівня.

Щодо техніки облікових записів то вона матиме наступний вигляд (фрагмент) (табл. 2).

Таблиця 2

Бухгалтерські записи з відображення витрат на якість

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
	Дебет	Кредит
Витрати на ремонт вимірювальних засобів, що використовується при вхідному контролі якості сировини	9911	63, 20
	20	9911
Витрати на вхідний контроль сировини	9912	68
	20	9912
Витрати на навчання та підвищення кваліфікації виробничого персоналу	9921	68
	23	9921
Витрати на здійснення контролю за процесом виробництва	9922	66, 65
	23	9922
Витрати на виправлення виявленого браку в процесі виробництва	9923	20, 66, 65
	24	9923
Витрати на забезпечення якісного пакування	9931	20, 66, 65
	93	9931
Втрати внаслідок виявлених невідповідностей підчас зберігання, відвантаження та транспортування продукції	9933	26
	93	9933

Джерело: авторська розробка

Акумульована таким інформація в оборотах рахунку 99 «Витрати на забезпечення якості» та його субрахунках дасть можливість проводити їх належний аналіз в розрізі господарських процесів та оцінювати їх ефективність а це дозволить провести їх оптимізацію в рамках підприємства та окремих структурних підрозділах.

Належна та раціональна побудова збору облікової інформації буде сприяти підтриманню високих показників якості продукції та дасть виявляти відхилення на всіх етапах операційного циклу.

Список використаних джерел

1. Царенко О. М., Руденко В.П. Управління якістю агропромислової продукції. Суми, 2006. 431 с.
2. Шаповал М. І. Менеджмент якості. Київ, 2007. 471 с.
3. Аристов О. В. Управление качеством. Москва, 2005. 204 с.
4. Бутенко Н.В. Маркетинг. Київ, 2008. 300 с.
5. Савуляк, В. В. Управління якістю продукції. Вінниця, 2012. 91 с.
6. . ДСТУ ISO 9000-2015 (ISO 9000:2015, IDT). Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. Київ, 2016. 49 с.
7. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації: Київ, 2001. 172 с.
8. Setijono D., Dahlgaard J. J. The value of quality improvements. International Journal of Quality & Reliability Management. Vol. 25. No. 3, 2008. pp. 292—312.
9. Tsai W.-H. Quality cost measurement under activity-based costing. International Journal of Quality & Reliability Management. Vol. 15. No. 7, 1998, pp. 719—752.
10. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции: Сокр. пер. с англ. Москва, 1986. 471 с.
11. Шоттмиллер Дж. Затраты на качество стимулируют процессы непрерывного совершенствования. *Методы менеджмента качества*. 2003. № 2. С. 4—9.
12. ДСТУ 3230-95 Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення. – Київ, 1996.
13. Карлик Е.М., Демиденко Д.С., Шкловский В.М. Затраты на повышение качества продукции на машиностроительных предприятиях. – Ленинград, 1979. – 28 с.
14. Кросби Ф.Б. Качество и Я. пер. с англ. А.В. Денисова. Москва, 2008. 263 с.
15. Хамдамов З.Ю. Совершенствование учета и анализа качества продукции на примере предприятий и объединений машиностроения : автореф. дис. … канд. екон. наук. Москва, 1983. 19 с.
16. Скрипко Л., Рахлин К. Состав затрат на обеспечение качества. *Стандарты и качество*. 1998. № 8. С. 51–54.
17. Харламова Т.Н., Герасимов Б.И., Злобина Н.В. Управление затратами на качество продукции: отечественный и зарубежный опыт. – Тамбов, 2006. 108 с.
18. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості. Київ, 2007. 368 с.
19. Пархоменко В.М. Бухгалтерський облік, внутрішній контроль і економічний аналіз витрат на поліпшення якості продукції: проблеми теорії та методології. Житомир, 2010. 1 ел. опт. диск (CD-ROM)
20. Демиденко Д. С. Управление затратами при формировании качества промышленной продукции. Санкт-Петербург, 1995.

21. Попова Т.Д. Учет затрат на качество. *Бухгалтерский учет*. 2001. № 11. С. 71—72.

22. Морозова-Герасимович Н.А. Методичні засади організації оперативного аналізу затрат на забезпечення якості на плодоовочеконсервних підприємствах. *Економічні науки. Вісник ЖДТУ*. 2004. № 2(28). С. 131—137.

23. Трегубова Г.О. Учет качества промышленной продукции и затрат на его повышение : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Санкт-Петербург, 1993. 17 с.

24. Тимрієнко І.Ю. Обліковий аспект відображення витрат на якість продукції підприємств переробної промисловості. URL: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2009_3/40.pdf.

25. Тимрієнко І.Ю. Управлінський облік витрат на якість продукції: концептуальний підхід, теорія і практика. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_1/Timrienko_109.htm.

26. Ягмур К.А. Облік витрат на виробництво будівельної продукції: теорія, організація і методика : автореф. дис. ... канд. екон. Наук. Київ, 2008. 22 с.

27. Бондар Т. Л. Методика фінансового обліку витрат на забезпечення якості продукції. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка.* Одеса, 2015. т. 2, Вип. 1(1). - С. 151-156.

28. Десяткіна І.В. Відображення витрат на якість продукції підприємств ресторанного господарства: обліковий аспект. *Проблеми теорії та методології бухгалтерськогообліку, контролю та аналізу : міжнародний збірник наукових праць ЖТУ*. Житомир, 2011. № 2(20). С. 168—175.

Ю.С. Залознова, Н.В. Трушкіна

Щодо організації логістичної діяльності підприємств

В умовах трансформаційних перетворень національної економіки в контексті євроінтеграції та глобалізації значно підвищується роль логістичної діяльності. Це обумовлено значенням логістичного сервісу та раціонального управління запасами, підвищенням вимог до обслуговування споживачів на основі застосування цифрових технологій. Завдяки зростанню потенціалу логістичної діяльності можливо підвищити організаційно-економічну стійкість і конкурентні позиції підприємства на ринку [1, с. 5].

Як стверджують вчені, мета логістичної діяльності досягається за рахунок інтеграції функціональних ланок логістики (фізичного розподілу, підтримки виробництва та постачання) та її компонентів (транспорт, запаси, склади тощо) на основі загальних витрат; скоординованості у сукупності інтегрованих функціональних ланок логістики підприємства в єдиний матеріальний потік; взаємопов'язаності та взаємоузгодженості логістичної політики підприємства з його загальною економічною політикою (маркетинг, виробництво, фінанси, кадри) [2, с. 28].

Завдання логістичної діяльності підприємств полягають у координації фізичного переміщення запасів, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих і готової продукції за ланцюгом 5П «постачальники – посередники – підприємство – посередники – споживачі» з метою раціоналізації витрат на транспортування, складування, а також у плануванні виробництва на основі прогнозу потреб у готовій продукції, розробці планів-графіків виробничих завдань, випуску продукції, встановленні нормативів незавершеного виробництва, оперативному управлінні виробництвом та організації виконання виробничих завдань, контролі за кількістю та якістю виготовленої продукції, контролі за собівартістю продукції [3, с. 171].

У науковій літературі розглядаються різні рівні чи етапи розвитку логістичної діяльності на підприємстві, серед яких етап становлення логістики як науки, початковий етап розвитку логістики, етап впровадження підходів логістики, реалізації концепції логістики, здійснення професійної логістичної діяльності (табл. 1).

Для впровадження філософії логістики на підприємстві необхідно розробляти концептуальні положення. Концепція логістичної діяльності має принципові відмінності від традиційного менеджменту в сфері постачання та збуту і характеризується такими основними рисами: мінімальними (нульовими) запасами; короткими виробничими

(логістичними) циклами; невеликими обсягами виробництва готової продукції та поповнення запасів (постачань); відносинами із закупівлі матеріальних ресурсів із невеликою кількістю надійних постачальників та перевізників; ефективною інформаційною підтримкою; високою якістю продукції та логістичного сервісу [5, с. 28].

Таблиця 1

Характеристика етапів розвитку логістичної діяльності на підприємстві

Етапи розвитку логістики	Характеристика
Етап становлення логістики як науки	Перші спроби розробки концепції логістики
Початковий етап розвитку логістики	Розробка заходів щодо організації логістичних процесів на підприємстві
Етап впровадження підходів логістики	Філософію логістики втілено в окремі види діяльності підприємства (наприклад, у логістиці постачання)
Етап реалізації концепції логістики	Логістичні процеси на підприємстві узгоджено. Розглядається створення логістичного ланцюга
Етап здійснення професійної логістичної діяльності	Філософію логістики втілено у діяльність підприємства. Логістика враховується при стратегічному плануванні

Джерело: складено на основі [4].

Суть концепції логістичної діяльності полягає в управлінні (плануванні, організації та контролі) матеріальними, інформаційними й іншими потоками, орієнтованому на ефективне використання потенційних можливостей, засобів і зусиль для вирішення комплексу завдань із фізичного переміщення продукції всередині підприємства та в зовнішньому середовищі з метою задоволення потреб споживачів у транспортно-експедиційних послугах і постачальницько-збутових роботах [6, с. 341].

Виходячи з аналізу й узагальнення різних наукових концепцій, логістичну діяльність пропонується розглядати як вид господарської діяльності, реалізація якої потребує здійснення послідовних процесів логістичної діяльності в єдиному комплексі, що дозволяє мінімізувати витрати та збитки підприємства з урахуванням впливу різних ризиків (політичних, інституційних, ринкових, фінансових, економічних, пов’язаних з процесами матеріально-технічного забезпечення, збутових, інформаційних тощо).

При цьому слід зазначити, що метою логістичної діяльності підприємств є здійснення всього переліку її процесів в єдиному комплексі, що сприятиме мінімізації витрат, поліпшенню рівня сервісу та якості обслуговування споживачів, а також підвищенню рівня рентабельності підприємств.

До основних положень логістичної діяльності підприємств віднесено: системний підхід до організації логістичних процесів на підприємстві; встановлення високого рівня обслуговування споживачів; аналіз логістичного ланцюга; вибір варіантів логістичної системи на основі порівняння їх техніко-економічних показників; розрахунки вартості кожної логістичної операції для техніко-економічного обґрунтування рішень з організації вантажопотоку; облік витрат, що пов'язані із здійсненням логістичних процесів; врахування потреб ринку при розробці процедури організації матеріального потоку; планування обсягів реалізації продукції; проектування ланок логістичного ланцюга; аналіз впливу змін в одній ланці логістичного ланцюга на матеріальний потік і результати логістичного процесу; створення та підтримка партнерських взаємовідносин між учасниками логістичного ланцюга; відповідність рішень з планування та організації матеріальних потоків загальній стратегії підприємства.

На основі узагальнення положень різних наукових шкіл запропоновано види логістичної діяльності підприємств систематизувати таким чином:

- ✓ закупівельна логістика (вибір постачальників, укладання договорів на поставку матеріальних ресурсів, закупка матеріальних ресурсів та їх транспортування на склади, формування виробничих запасів з метою безперервного здійснення процесу виробництва продукції);
- ✓ виробнича логістика (виробництво продукції, управління матеріальними потоками в процесі здійснення виробництва);
- ✓ транспортна логістика (вибір виду транспортних засобів і способу транспортування, укладання договорів на транспортне обслуговування, визначення раціональних маршрутів доставки, організація перевезень готової продукції споживачам);
- ✓ сервісна логістика (організація процесів обслуговування споживачів, поліпшення рівня сервісу);
- ✓ збутова логістика (укладання договорів на поставку продукції споживачам; реалізація продукції);
- ✓ інформаційна логістика (управління інформаційними потоками, інформаційне забезпечення здійснення логістичних процесів);
- ✓ логістика переробки (переробка та утилізація відходів виробництва);
- ✓ складська логістика (здійснення логістичних процесів на складах, формування виробничих і складських запасів);
- ✓ фінансова логістика (управління фінансовими потоками).

Отже, у сучасних умовах господарювання логістична діяльність підприємств має базуватися на таких концептуальних засадах:

✓ застосування комплексного підходу до організації логістичних процесів;

✓ скорочення витрат на їх здійснення; підвищення рівня сервісу та якості обслуговування споживачів;

✓ збільшення рентабельності від реалізації продукції;

✓ впровадження інформаційно-комунікаційних, цифрових технологій і логістичних концепцій.

Актуальність сучасного розвитку логістичної діяльності підтверджується створенням логістичних організацій, що пов'язано з такими ключовими чинниками:

➢ неефективне законодавче та нормативно-правове регулювання організації логістичної діяльності підприємств;

➢ формування ринку праці в Україні вимагає підготовки кваліфікованих менеджерів-логістів, які б забезпечували високий рівень обслуговування споживачів, що відповідатиме сучасним стандартам якості логістичних послуг; для цього у вищих навчальних закладах впроваджено спеціальність «Логістика»;

➢ як показує світовий досвід, важливим чинником економічного зростання є формування інтегрованих логістичних систем, які охоплюють різні сфери господарської діяльності в регіонах та країні в цілому;

➢ низька якість транспортно-логістичного сервісу, яка не відповідає міжнародним стандартам;

➢ відсутність діючої системи сертифікації транспортно-логістичних послуг і необхідних нормативних документів; у зв'язку з цим підприємства втрачають значну частку ринків транспортних, експедиторських, складських та інших послуг;

➢ недостатній рівень сприйняття логістики як науки та ефективного інструменту бізнесу, тому доцільним є популяризація логістики шляхом викладання її основ у вищих навчальних закладах, видання спеціальної літератури, а також організації науково-практичних конференцій різного рівня, спеціалізованих виставок, семінарів, круглих столів, тренінгів;

➢ необхідність встановлення, розвитку та координації контактів з провідними міжнародними логістичними організаціями (рис. 1).

У багатьох країнах світу створено логістичні організації, які здійснюють наукові дослідження в сфері логістики, підготовку та перепідготовку кадрів, координують організацію процесів з транспортування, складування, матеріально-технічного забезпечення тощо (рис. 2).

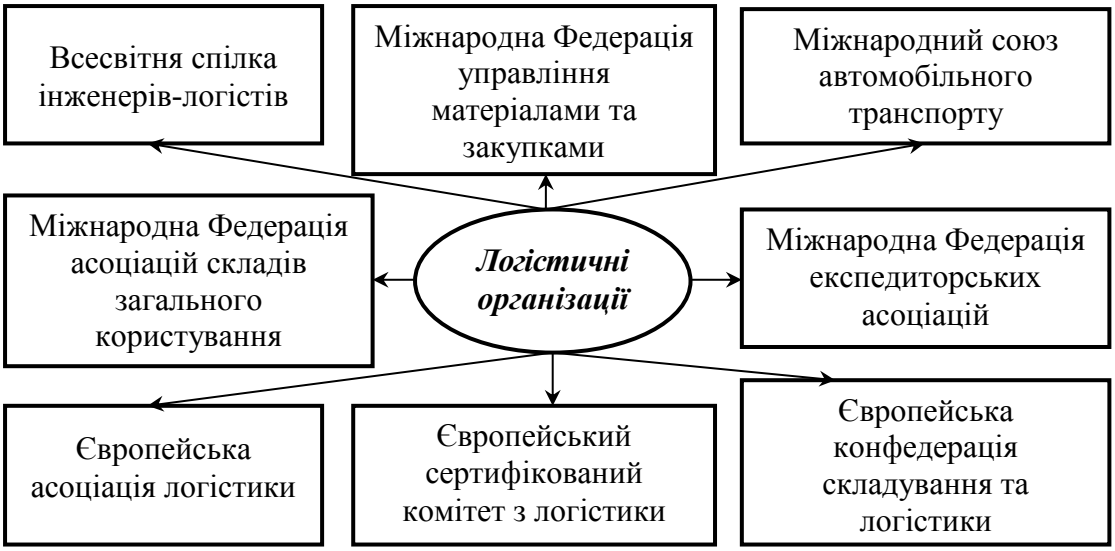


Рис. 1. Міжнародні логістичні організації

Джерело: побудовано авторами

Рис. 2. Провідні зарубіжні логістичні організації

Джерело: побудовано авторами

В умовах нестабільності розвитку економіки в Україні актуалізуються проблеми організації логістичної діяльності. Як показують дослідження Всесвітнього банку, Україна посіла в 2016 р. 80-е місце серед 160 країн світу в рейтингу Індексу ефективності логістики (LPI). При цьому за критерієм «Ефективність митного оформлення» Україна посіла 116-е місце, «Якість інфраструктури» – 84-е, «Простота організації міжнародних перевезень» та «Якість і компетентність логістичних послуг» – 95-е, «Відстеження проходження

вантажів» – 61-е, «Своєчасність поставок вантажів» – 54-е місце серед 160 країн світу [7, с. 39].

На думку фахівців, низька ефективність логістичної діяльності в Україні пов'язана з необґрунтовано високим рівнем портовим тарифів і зборів [8]. За оцінками експертів, ПАТ «Укрзалізниця» задовольняє логістичні потреби української промисловості лише на 10–30% [9].

На основі аналізу та узагальнення статистичних даних виявлено такі особливості розвитку логістичної діяльності в Україні:

✓ зростання співвідношення обсягів реалізованої та виробленої продукції підприємств за 2012-2016 рр. з 1,72 до 1,77 рази;

✓ зниження загального обсягу перевезень вантажів за 2010-2017 рр. на 15,8% (з 755,3 до 635,9 млн т) у результаті скорочення обсягів відвантаження водним транспортом на 46,8% (з 11,1 до 5,9 млн т), трубопровідним – на 25,2% (з 153,4 до 114,8 млн т), залізничним – на 21,5% (з 432,5 до 339,5 млн т); збільшення обсягів вантажоперевезень автомобільним транспортом на 11% (з 158,2 до 175,6 млн т); обсяги перевезень вантажів авіаційним транспортом залишились без змін і становили в 2017 р. 0,1 млн т;

✓ зменшення загального обсягу вантажообігу на 15,2% (з 404,6 до 343,1 млрд ткм) унаслідок зниження обсягів вантажообігу водного транспорту на 52,8%, авіаційного – на 27,9%, трубопровідного – на 23,8%, залізничного – на 12%; збільшення обсягів вантажообороту автомобільного транспорту на 6,4%;

✓ зростання обсягів оптового товарообороту підприємств у порівнянних цінах за 2012-2016 рр. на 33,8% (з 1111 до 1486,1 млрд грн), обороту роздрібної торгівлі – на 68,5% (з 668,7 до 1126,9 млрд грн), обсягів роздрібного товарообороту підприємств – на 47,5% (з 360,7 до 532,0 млрд грн);

✓ перевищення витрат на виробництво над доданою вартістю: в 2012 р. у 2,05 рази, у 2016 р. – в 1,62 рази;

✓ зростання рентабельності операційної діяльності підприємств за 2010-2017 рр. на 6,1% – з 4 до 10,1%;

✓ збільшення співвідношення обсягів реалізованої продукції та витрат операційної діяльності підприємств з 1,52 до 1,61 рази, а обсягів реалізованої продукції та витрат на виробництво – з 2,15 до 2,5 рази;

✓ скорочення обсягів експорту транспортних послуг за 2010-2016 рр. на 30,8% (з 11936,3 до 9867,9 млн дол. США), а імпорту – на 15,1% (з 5421,6 до 5326,5 млн дол. США), тобто зменшення сальдо експортно-імпортних операцій у транспортній сфері на 33,7%;

✓ збільшення сальдо експортно-імпортних операцій при наданні послуг з переробки матеріальних ресурсів на 18% через зростання обсягів експорту цих послуг на 9,2%;

✓ зростання обсягів експорту в структурі зовнішньої торгівлі України товарами з країнами ЄС на 3,4% (з 13051,9 до 13496,3 млн дол. США); зниження обсягів імпорту – на 10,3% (з 19101,2 до 17140,8 млн дол. США);

✓ зменшення обсягів експорту в структурі зовнішньої торгівлі України послугами з країнами ЄС на 3,6% (з 3117 до 3004,9 млн дол. США) та імпорту – на 19,1% (з 2994,4 до 2421,6 млн дол. США).

Мінливий розвиток зовнішнього ринкового середовища призводить до різних видів ризиків господарської діяльності, у тому числі логістичної [5, с. 320; 10, с. 47; 11, с. 310; 12, с. 59; 13, с. 56].

Як показують дослідження, при управлінні логістичною діяльністю підприємств доцільно враховувати екзогенні та ендогенні ризики (табл. 2).

Таблиця 2

Систематизація ризиків логістичної діяльності підприємств

Група ризиків	Перелік ризиків	Зміст
1	*2*	*3*
Екзогенні	Політичні	нестабільна політична ситуація
	Інституційні	недостатньо ефективна дія законодавчих і нормативно-правових документів, що регулюють процеси закупівельної, збутової, комерційної, транспортної діяльності
	Ринкові	непередбачуваність кон'юнктури ринку; негнучкість діючих логістичних систем підприємств до постійних коливань попиту споживачів, змін і ризиків ринкового середовища
	Фінансові	постійні зміни курсових валютних коливань; збільшення заборгованості за реалізовану продукцію; обмежений обсяг фінансових коштів підприємств
Ендогенні	Економічні	зниження сальдо експортно-імпортних операцій у транспортній сфері; скорочення рівня рентабельності від операційної діяльності підприємств; відсутність недостатнього організаційно-економічного забезпечення для надання якісних логістичних послуг
	Ризики, що пов'язані з матеріально-технічним забезпеченням	недосконала система контрактних взаємовідносин підприємств з постачальниками матеріальних ресурсів; обмежена кількість урахування множини чинників при розрахунку оптимальної партії поставки матеріальних ресурсів; збільшення обсягів виробничих запасів
	Збутові	недостатнє врахування особливостей обслуговування різних категорій споживачів в контексті концепції маркетингу взаємовідносин; недосконала система контрактних взаємовідносин підприємств зі споживачами; неефективне управління транспортними потоками та товарними запасами
	Інформаційні	недостатнє використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та електронних платформ як інструментів інформаційного забезпечення організації логістичної діяльності та управління взаємовідносинами зі споживачами

Джерело: авторська розробка

Для комплексного вирішення проблем організації логістичної діяльності та їх координації в Україні створено різні логістичні організації (рис. 3).

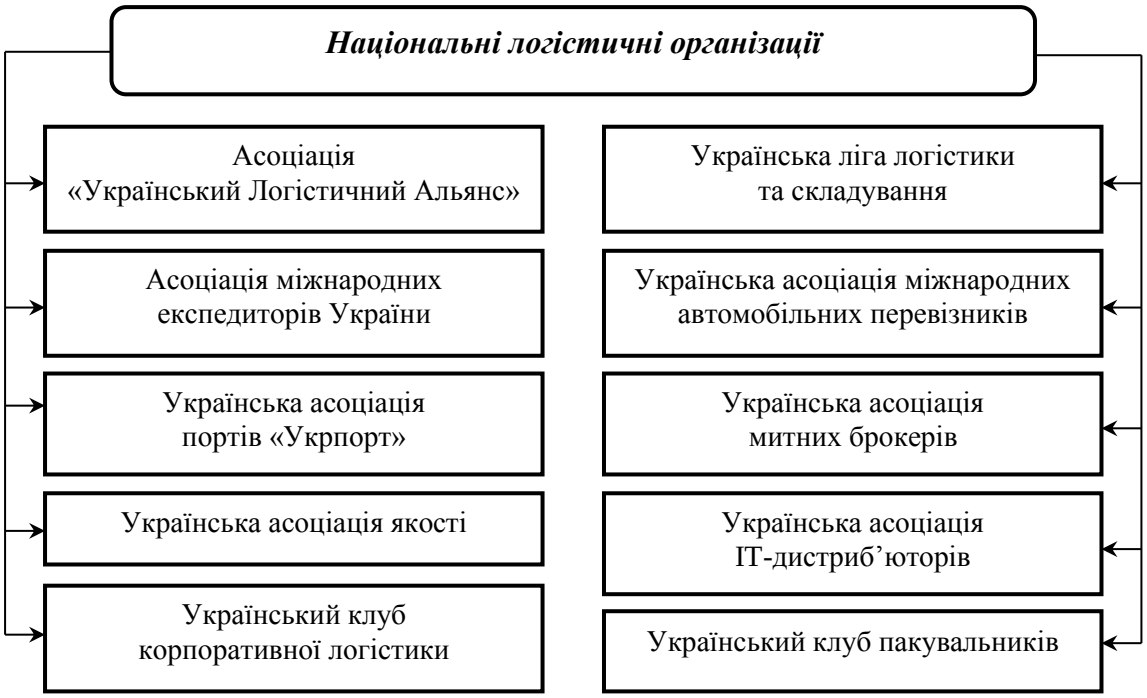


Рис. 3. Національні українські логістичні організації
Джерело: побудовано авторами

З метою ефективної координації діяльності підприємств, які займаються виробництвом, транспортуванням, складуванням та наданням транспортно-експедиторських послуг, створено такі логістичні організації (рис. 4).

Міжнародна Федерація управління матеріалами та закупками (засновано в 1974 р.) сприяє проведенню досліджень з проблем організації управління матеріальним потоком у промисловості і торгівлі, формулювання принципів ділової етики управління матеріальним потоком, навчанню фахівців, налагодженню міжнародної співпраці.

Міжнародна Федерація асоціацій складів загального користування (засновано в 1975 р.) сприяє міжнародній співпраці в розробці організаційно-економічних засад експлуатації складів загального користування, обмін науково-технічною інформацією.

Європейська конфедерація складування та логістики (створено в 1993 р.) представляє інтереси складів загального користування на території ЄС.

Міжнародна Федерація експедиторських асоціацій (створено в 1928 р.) – міжнародна неурядова організація, яка представляє експедиторську галузь на міжнародному ринку та інтереси понад 50

тис. експедиторських фірм різних форм власності із 150 країн світу. Мета створення – захист інтересів експедиторської галузі.

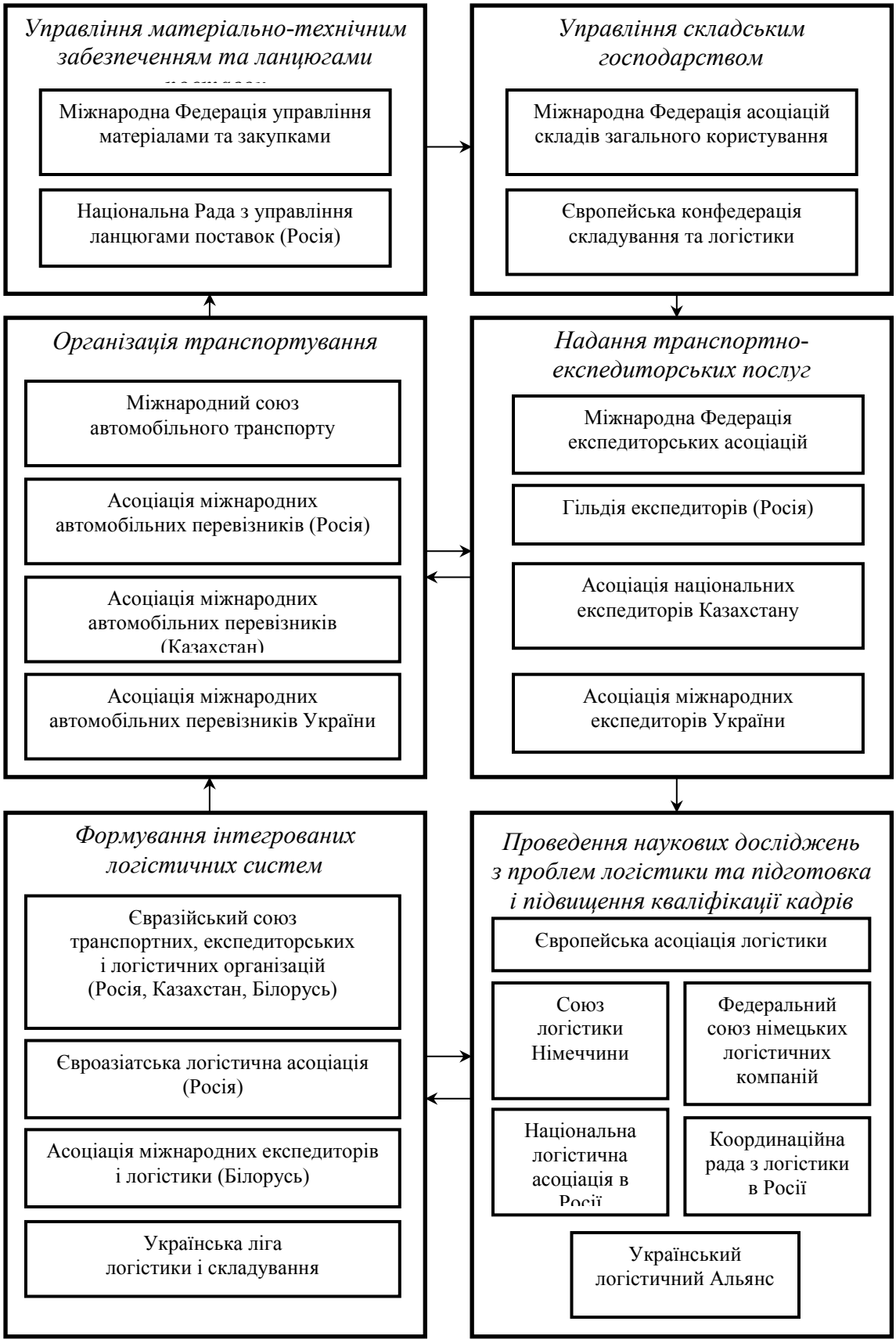


Рис. 4. Організації, які здійснюють логістичні процеси

Джерело: побудовано авторами

Асоціація міжнародних експедиторів України – професійне, добровільне, некомерційне об’єднання міжнародних експедиторів України, яке засновано в 1994 р. за ініціативою більше 100 транспортно-експедиторських організацій України різних форм власності. Є національною асоціацією Міжнародної Федерації експедиторських асоціацій. Метою створення є координація зусиль експедиторів України для вирішення проблем їх професійної діяльності, які представляють загальний інтерес. Члени Асоціації діють у всіх регіонах України і за кордоном, працюють зі всіма видами транспорту і вантажу, а також, відповідно до доручень вантажовласників, надають їм послуги, пов'язані із зовнішньоторговельними операціями (митне оформлення, фрахт, страхування, стеження і т.д.) при перевезенні експортних, імпортних і транзитних вантажів (табл. 3).

Таблиця 3

Міжнародні та національні логістичні організації, які координують діяльність транспортно-експедиторських організації

Елементи	Міжнародна Федерація експедиторських асоціацій	Асоціація міжнародних експедиторів України
Рівень	Міжнародна неурядова організація, яка представляє експедиторську галузь на міжнародному ринку. Представляє інтереси понад 50 тис. експедиторських фірм різних форм власності із 150 країн світу	Професійне, добровільне, некомерційне об’єднання міжнародних експедиторів України. Засновано за ініціативою більше 100 транспортно-експедиторських організацій України різних форм власності
Мета створення	Захист інтересів експедиторської галузі	Є національною асоціацією Міжнародної Федерації експедиторських асоціацій. Координація зусиль експедиторів України для вирішення проблем їх професійної діяльності, які представляють загальний інтерес
Основні напрями діяльності	✓ об’єднання світової експедиторської галузі; ✓ представлення, підтримка та захист інтересів експедиторської галузі шляхом участі в якості радників і експертів у роботі міжнародних органів та організацій; ✓ розповсюдження інформації про послуги експедиторів серед представників торгівлі, промисловості, видання публікацій;	✓ сприяння в становленні експедиції як новій галузі економіки в Україні; ✓ узагальнення світового досвіду експедиторської діяльності з метою інтеграції України в світовий ринок експедиторських послуг; захист українського ринку транспортний-експедиторських послуг від недобросовісних вітчизняних і іноземних експедиторів;

Основні напрями діяльності	✓ підвищення якості наданих експедиторами послуг за рахунок розвитку та впровадження в практику стандартних експедиторських документів і типових експедиторських умов; ✓ сприяння в професійному навчанні, підвищенні кваліфікації експедиторів, страхуванні експедиторської діяльності, в електронному обміні інформацією	✓ встановлення тісних партнерських зв'язків як між членами АМЕУ, так і між ними і їх колегами в Україні і за її межами; ✓ інформаційне забезпечення з питань професійної діяльності; ✓ проведення семінарів, нарад, конференцій з питань організації і практики експедиторської діяльності; науково-методичне і правове забезпечення транспортний-експедиторської діяльності, надання членам Асоціації допомоги в отриманні необхідної інформації, видання інформаційних бюлетенів і нормативно-довідкової літератури; ✓ захист професійних інтересів членів АМЕУ в органах державної влади і управління, уявлення їх на міжнародних конференціях, виставках; ✓ сприяння підвищенню якості послуг, що надаються у сфері перевезень і транспортний-експедиторського обслуговування в цілому, залучення додаткових обсягів перевезень через Україну; ✓ підготовка професійних кадрів і підвищення рівня кваліфікації фахівців експедиторських організацій відповідно до стандартів FIATA

Джерело: складено авторами.

Міжнародний союз автомобільного транспорту – всесвітня організація, яка займається проблемами автотранспорту в 68 країнах на 4 континентах світу.

Створено в 1948 р. з метою захисту інтересів автотранспортної галузі та організація міжнародної співпраці в області вантажного та пасажирського автотранспорту.

Асоціація міжнародних автомобільних перевізників України – договірне об’єднання, яке створено з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися для роботи.

Асоціацію створено для сприяння розвитку перевезення вантажів та пасажирів автомобільним транспортом, в тому числі у міжнародному сполученні, представлення інтересів своїх Учасників в органах

державної влади, міжнародних організаціях, захисту прав Учасників, забезпечення зв'язків з громадськістю (табл. 4).

Функції Асоціації:

✓ розробляє і вносить пропозиції та зауваження до органів державної влади під час розгляду проектів законодавчих і нормативних актів, які стосуються статутної діяльності Асоціації;

✓ підтримує і розвиває ділові контакти з органами державної влади та місцевого самоврядування;

✓ співпрацює з Міністерством транспорту та зв'язку України у сфері вироблення основних напрямків автотранспортної політики на ринку міжнародних перевезень;

✓ співпрацює із засобами масової інформації, проводить прес-конференції, видає інформаційні бюлетені, нормативно-довідкові видання з питань діяльності Асоціації та її Учасників, створює і підтримує власні інформаційні органи; інформаційне забезпечення Учасників про умови перевезення вантажів та пасажирів та їх зміни;

✓ здійснює господарську діяльність у відповідності до покладених на Асоціацію завдань;

Таблиця 4

Міжнародні та національні логістичні організації, які координують діяльність транспортних організації

Елементи	Міжнародний союз автомобільного транспорту	Асоціація міжнародних автомобільних перевізників України
Рівень	Всесвітня організація, яка займається проблемами автотранспорту в 68 країнах на 4 континентах світу	Договірне об'єднання, яке створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися для роботи. Є гарантійним об'єднанням, господарською, недержавною, добровільною асоціацією, яка об'єднує суб'єктів господарської діяльності всіх форм власності, які здійснюють перевезення вантажів та пасажирів, в тому числі у міжнародному сполученні
Мета створення	Захист інтересів автотранспортної галузі та організація міжнародної співпраці в області вантажного та пасажирського автотранспорту	Створено для сприяння розвитку перевезення вантажів та пасажирів автомобільним транспортом, в тому числі у міжнародному сполученні, представлення інтересів своїх учасників в органах державної влади, міжнародних організаціях, захисту прав Учасників, забезпечення зв'язків з громадськістю

Основні напрями діяльності	➢ стимулювання розвитку автомобільного транспорту шляхом усунення штучних бар'єрів, уніфікація технічних стандартів, спрощення правил і митних стандартів; ➢ створення та впровадження освітніх програм для транспортних операторів і водіїв; ➢ просунення ідей стійкого розвитку в рамках автомобільного транспорту шляхом удосконалення енергозбереження, дорожньої безпеки та захисту навколишнього середовища; ➢ протидія всім формам дискримінації автомобільного транспорту як на національному, так і на міжнародному рівнях, просунення концепції мультимодальних перевезень і взаємного доповнення всіх видів транспорту.	➢захист прав та інтересів Учасників Асоціації, забезпечення правових гарантій їх діяльності; ➢представлення інтересів Учасників Асоціації та відстоювання їх прав у Міжнародному Союзі Автомобільного Транспорту (МСАТ) та інших національних і міжнародних організаціях; ➢задоволення господарських потреб Учасників Асоціації; ➢координація господарської діяльності Учасників Асоціації, яка пов'язана з міжнародними перевезеннями вантажів; ➢сприяння створенню правової бази по організації міжнародних перевезень вантажів та пасажирів; ➢професійна підготовка й перепідготовка водіїв, спеціалістів, керівників, які зайняті в галузі міжнародних автомобільних перевезень, транспортно-експедиторського обслуговування; ➢надання гарантій, що покривають відповідальність перевізників перед компетентними органами за транспортні операції, які виконуються на території України;
		➢встановлення взаємодовіри, надійності, порядності та ділового партнерства у взаємовідносинах між учасниками Асоціації, забезпечення дотримання Кодексу честі міжнародних автомобільних Учасників Асоціації; ➢надання своїм учасникам аналітичної, довідково-методичної, кон'юнктурно-економічної інформації з питань міжнародних автомобільних перевезень вантажів та пасажирів, транспортно-експедиторського обслуговування. надання різних послуг, у т.ч. страхових, маркетингових, консалтингових, агентських, посередницьких, консультаційних, юридичних, представницьких, рекламних.

Джерело: складено авторами.

✓ надає консультації та допомогу Учасникам Асоціації у справах, що стосуються міжнародних перевезень, сприяє роботі Третейського суду Асоціації; самостійно або спільно з органами державної влади, органами місцевого самоврядування та зацікавленими організаціями організовує конференції, семінари, заходи з обміну досвідом роботи, сприяє встановленню ділових контактів;

✓ самоврядування та зацікавленими організаціями організовує конференції, самостійно або спільно з органами державної влади, органами місцевого семінари, заходи з обміну досвідом роботи, сприяє встановленню ділових контактів;

✓ вивчає і поширює досвід, надає рекомендації щодо ефективного виконання міжнародних перевезень;

✓ залучає Учасників Асоціації до участі в заходах, які проводяться органами державної влади, Міжнародним Союзом Автомобільного Транспорту (МСАТ) або національними і іноземними організаціями, з метою розвитку ділових стосунків;

✓ визначає потреби Учасників Асоціації в іноземних дозволах для здійснення міжнародних перевезень територіями іноземних країн вантажним і пасажирським автомобільним транспортом та бере участь у підготовці і проведенні міжурядових переговорів по встановленню квоти таких дозволів;

✓ забезпечує Учасників Асоціації міжнародними документами митного транзиту (книжками МДП) та іншими митними документами, необхідними для здійснення міжнародних автомобільних перевезень;

✓ несе відповідальність перед МСАТ та Державною митною службою України за кожну книжку МДП, видану Міжнародним союзом автомобільного транспорту будь-якому об’єднанню – члену МСАТ, що використовується на території України.

Європейська асоціація логістики – міжнародна організація, яка координує дослідження та розробки в області логістики в Європі. Створено в 1984 р. у результаті об’єднання Європейського логістичного форуму та групи логістичних організацій

Завдання асоціації:

✓ створення загальноєвропейського банку даних з логістики;

✓ проведення логістичних досліджень та їх координація;

✓ розробка програм підготовки та підвищення кваліфікації спеціалістів в області логістики;

✓ підготовка рекомендацій з проблем логістики для Європейської комісії та національних урядів;

✓ розробка багатомовного термінологічного словника з логістики.

Асоціація «Український Логістичний Альянс» була організована в 2005 р українськими логістичними компаніями для розвитку логістичної сфери, заснованої на принципах чесної конкуренції.

Основними завданнями Асоціації є:

✓ захист професійних інтересів членів Асоціації та представлення їх в органах державної влади і управління, професійних і міжнародних організаціях;

✓ сприяння підвищенню якості послуг, які надаються в сфері транспорту, експедирування та логістики;

✓ створення сприятливих умов для побудови міжнародних ланцюгів постачання через територію України всіма видами транспорту;

✓ розширення співпраці між членами Асоціації, створення рівних можливостей, встановлення і підтримання дружніх партнерських зв'язків між членами Асоціації, надання не заборонених законодавством послуг для членів Асоціації та недопущення між ними недобросовісної конкуренції тощо.

Для ефективного виконання перерахованих завдань Асоціацією були створені і функціонують три комітети: Комітет інформаційних технологій; Комітет інноваційного розвитку логістики; комітет стандартизації і професійного навчання.

Українська Ліга логістики та складування є неприбутковою громадською організацією. Вона сформована для формування найбільш сприятливих умов на ринку України та для комплексної реалізації бізнес-стратегій, як крупних логістичних системних операторів, так і виробників широкого спектру продукції, а також формування максимального рівня взаємодії між ними.

Основні напрями діяльності Ліги:

✓ презентація логістичного потенціалу України на міжнародному рівні;

✓ координація роботи вищих навчальних закладів та комерційних центрів підготовки логістів в таких напрямках, як: стандартизація програм навчання, розробка сучасної навчально-методичної бази,використання передового міжнародного досвіду підготовки висококваліфікованих менеджерів з логістики в українських і провідних зарубіжних університетах;

✓ створення міжрегіональних та міжнародних інтегрованих логістичних транспортних, торговельних та інформаційних систем, які будуть максимально сприяти розвитку української частини міжнародних транспортних коридорів, збільшенню обсягів зовнішньої торгівлі і вантажоперевезень,підвищення ефективності економічної інтеграції України з іншими регіонами та світовою економічною спільнотою;

✓ установлення, розвиток і координація контактів з провідними світовими логістичними організаціями та спільнотами, зокрема, з Європейською асоціацією логістичної (ELA), Європейським сертифікаційним комітетом з логістики (ECBL), Радою логістичного менеджменту США (CLM), Світовим Товариством інженерів-логістів (SOLE) тощо;

✓ участь у процесі популяризації логістики в Україні через систему навчання, широке використання засобів масової інформації, випуск тематичних брошур, організація форумів, конференцій, виставок, семінарів, «круглих столів» тощо;

✓ робота з усунення бар'єрів, які існують в податковому, митному, транспортному законодавстві України і перешкоджають ефективному використанню стратегічного потенціалу логістики в економіці нашої країни;

✓ підтримка і захист прав та інтересів членів Ліги в органах законодавчої та виконавчої влади України; координація діяльності підприємств, організацій та установ, зайнятих дослідженнями в області проектування, побудови та забезпечення функціонування систем логістики; обмін передовим досвідом застосування логістичних розробок в Україні та за кордоном.

Таким чином, функціонування логістичних організацій сприяє розвитку логістики як одного з перспективних наукових напрямів, удосконаленню організації логістичних процесів, підготовці та підвищенню кваліфікації кадрів.

Для підвищення ефективності розвитку логістичної діяльності підприємств в Україні доцільно розробити комплекс заходів з:

✓ підвищення ефективності управління матеріальними потоками:

удосконалення системи планування, обліку та аналізу витрат, що пов’язані з управлінням матеріальними потоками, та розробка пропозицій щодо їх оптимізації;

інформаційне забезпечення руху матеріальних потоків;

✓ управління виробничими, складськими та товарними запасами:

розробка методичних підходів до нормування та методів планування виробничих запасів;

уточнення формул розрахунку оптимального обсягу партії поставки матеріальних ресурсів та удосконалення економіко-математичного інструментарію;

розробка методики вибору оптимального постачальника матеріальних ресурсів на основі спеціального програмного забезпечення для здійснення розрахунку рейтингу постачальників за вибраними критеріями;

моделювання систем управління виробничими, складськими запасами та запасами готової продукції на основі використання інформаційно-комп’ютерних технологій;

розробка методів обліку запасів із застосуванням спеціального програмного забезпечення та систем електронного документообігу для ефективного управління запасами;

✓ удосконалення управління складською діяльністю:

пропозиції щодо обґрунтування створення логістичного центру для складування матеріальних ресурсів;

удосконалення інформаційного забезпечення складської діяльності на основі впровадження інформаційних систем обліку та обробки даних, засобів комунікацій;

розробка програмного забезпечення з метою оптимізації складських залишків і складських витрат;

✓ удосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів із застосуванням цифрових технологій (CRM, тощо);

✓ удосконалення управління транспортними потоками на основі впровадження систем управління вантажопотоками (Gonrand, Videotrans, CTC, GIS, GPS;

пропозиції щодо оптимізації завантаження транспорту;

розробка програмного забезпечення та використання інтернет-технологій для автоматизації транспортних процесів;

застосування автоматизованої обробки документів для оформлення процесу транспортування вантажів;

✓ підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на підприємствах:

удосконалення організації дистрибуції на основі використання DRP, DRPII;

розробка методики вибору ефективних каналів збуту на основі спеціального програмного забезпечення для здійснення розрахунків за допомогою економіко-математичних методів;

✓ удосконалення організаційної структури управління логістичною діяльністю:

формування на підприємствах організаційних структур спеціалізованого підрозділу з управління логістичною діяльністю;

створення робочих місць з метою розробки інформаційного забезпечення організації логістичних процесів на основі використання сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій.

Впровадження вищеперелічених заходів сприятиме підвищенню ефективності управління логістичною діяльністю в результаті скорочення часу виконання замовлень, зниження рівня складських запасів, зростання рівня задоволеності попиту та якості логістичного обслуговування, мінімізації витрат, оптимізації матеріальних, транспортних, інформаційних і фінансових потоків, збільшення рівня рентабельності операційної діяльності підприємств.

Список використаних джерел:

1. Гаджинский А.М. Логистика: учеб. М.: Дашков и К^0, 2012. 484 с.

2. Тридід О.М., Таньков К.М. Логістичний менеджмент. Харків: ІНЖЕК, 2005. 224 с.

3. Карп І.М. Роль інтегрованої логістики в управлінні підприємством *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 2 (32). С. 166-171.

4. Титюхин Н. Логистика в оргструктуре компании. Стадии развития. URL : http://www.logistika.ru.

5. Крикавський Є.В., Похильченко О.А., Чорнописька Н.В., Костюк О.С., Савіна Н.Б., Нікшич С.М., Якимишин Л.Я. Економіка логістики. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 640 с.

6. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади. К.: Знання, 2009. 379 с.

7. Connecting to Compete 2016: Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators. Washington: The World Bank, 2017. 76 p.

8. Украинская логистика оказалась одной из самых дорогих в мире. URL : https://comments.ua/money/595535-ukrainskaya-logistika-okazalas.html.

9. Віхров М. Потяг у нікуди. Як Укрзалізниця гальмує розвиток країни *Український тиждень*. 2017. № 46 (522). URL : http://tyzhden.ua/Politics/203972.

10. Мамчин М.М., Русановська О.А. Вплив логістичних ризиків на підвищення ефективності діяльності підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 720. С. 45-51.

11. Кулик Ю.М. Організаційні та прикладні засади ризик-менеджменту логістичних систем вітчизняних підприємств. *Економічний форум*. 2015. № 3. С. 306-311.

12. Ільченко Н.Б. Оцінювання логістичних ризиків підприємства торгівлі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. Вип. 15. С. 58-62.

13. Гришко В.В., Гунченко М.В. Системний аналіз ризиків у логістичній діяльності промислового підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2016. Вип. 17. . С. 54-58.

М.В.Коновалова

Соціальне підприємництво: формування та розвиток в Україні

В умовах економічної та соціальної кризи важливого значення набуває функціонування соціальних підприємств як субєктів господарювання, які здатні відповідати на сучасні соціальні виклики.

Дослідження про сучасне підприємництво пішли набагато далі від класичних факторів – землі, праці та капіталу. До цієї категорії в наш час додається соціальне значення, тому що підприємства не тільки створюють додану вартість, але і прямо впливають на середовище, в якому функціонують. Господарський кодекс України визначає мету підприємництва як «досягнення економічних та соціальних результатів». З одного боку, підприємництво не може уникнути впливу на соціум, який іноді буває негативним, а, з іншого, підприємства мають інструменти для позитивних змін в суспільстві.

Соціальна економіка та соціальне підприємництво є предметом наукових досліджень, особливо в останні роки. Це пояснюється їх потенціалом для пошуку шляхів вирішення проблем суспільства, пов'язаних із створенням стійких робочих місць, сприянням соціальній та трудовій інтеграції, наданням соціальних послуг та підвищення якості життя, включаючи боротьбу з бідністю та соціальним відторгненням. Соціальне підприємство визначається як ключовий компонент джерел фінансування соціальної сфери та європейської соціальної моделі. Соціальні підприємства є невід'ємною частиною громадянського суспільства та однією з основних компонентів сектору соціальної економіки, яка політично та фінансово підтримується європейською політикою. Актуальність дослідження визначається сучасними соціальними трендами в підприємництві, необхідністю розкрити сутність та описати відмінності між соціальним підприємництвом та іншими суміжними категоріями.

Проблематика соціального підприємництва стала почала привертатим увагу науковців з 90-х років XX століття, проте ще й досі в науковому середовищі існують розбіжності у його визначені. Теоретичною платформою наукового дослідження соціального підприємництва є концепція «змішаної» або «комбінованої цінності» Дж. Емерсона [10], згідно якої організація є елементом соціально-економічної реальності, в діяльності якої сполучаються економічна та соціальна складові. При цьому зазначені складові розглядаються не ізольовано, а як взаємодоповнюючі. На думку Дж. Емерсона, результати економічної та соціальної діяльності організації не можна протиставляти. «Питання полягає не в тому, що обирати — створення

економічного багатства або соціальне удосконалення, а у тому, щоб створювати цінності та використовувати ресурси для збільшення благ за безперервного виробництва обох їх видів (економічних і соціальних)» [6, с.25]. Основу концепції комбінованої цінності у контексті дослідження соціального підприємництва становлять такі її положення:

- всі організації створюють комбіновану цінність;
- існує безперервна взаємодія соціальних та економічних цілей діяльності організації;
- оцінка ефективності інвестицій у створювану цінність з використання лише фінансових інструментів призводить до недооцінки ефективності в цілому.

Отже, концепція Дж. Емерсона хоча і вказує на соціальну природу будь-якої економічної діяльності, але не дозволяє пояснити особливості соціальних підприємств. Тому, першочерговим завданням вбачаємо в розмежуванні понять "соціальне підприємництво" та "підприємництво".

Ключовим словом в категорії соціального підприємництва є «підприємництво», а «соціальність» грає лише модифікуючу роль. Головні властивості всякого підприємництва – створення цінності; перетворення діяльності; пошук змін і використання можливостей. Все це в рівній мірі стосується як підприємництва, так і соціального підприємництва, кожне з яких пропонує нову цінність, долаючи сталу рівновагу.

Основна відмінність понять пов'язана з метою або з тим, що підприємство намагається примножити. Для бізнес-підприємців головним пунктом плану є примноження прибутку чи багатства акціонерів. Для соціальних підприємців найголовніша мета – соціальні зміни (здебільшого – завдяки вирішенню нагальної проблеми, яку було недооцінено чи проігноровано іншими інституціями (державними установами, бізнес-структурами тощо)). Відмінності між двома типами підприємництва можна знайти не лише в площині мотивації, а й у сфері характеристик «очікуваної та виробленої цінності». У комерційному підприємництві отриманий прибуток може бути використаний як кінцевий показник цінності, що створило підприємство. Г. Діс робить висновок про те, що у випадку, коли підприємець не здатний забезпечити достатній платоспроможний попит на свій товар, за ціною набагато вищою, ніж його собівартість, це є індикатором недостатньої цінності створеного ним товару для суспільства. Підприємці, які не здатні створити товару достатньої суспільної цінності, зрештою втрачають ресурси для забезпечення та розвитку виробництва, що є причиною припинення їх діяльності на ринку. Підприємці, які успішно створюють цінність, що визначається суспільством мають кошти і

залучення необхідних ресурсів для подальшого розвитку та посилюють свої конкурентні позиції на ринку.

На думку Роджера Мартіна та Саллі Осберг, у разі соціального підприємництва це – цінність, що виражається в перевазі, яку отримує значна частина суспільства або суспільство в цілому від здійсненої соціальним підприємцем «великомасштабної трансформації». При цьому цільовими групами, для яких призначено «цінність», є найменш захищені та найменш благополучні верстви населення, що не мають фінансових ресурсів і політичних важелів для досягнення одержаної в результаті трансформації «цінності» власними силами [11].

Європейські вчені Дж. Майр і І. Марті узагальнили концепцію соціального підприємництва як процес створення вартості шляхом поєднання ресурсів організації в новий спосіб для реалізації можливостей, що сприяють створенню соціальної цінності, стимулюють соціальні зміни або дозволяють виявити соціальні потреби. Ця концепція показує, що соціальне підприємництво є бізнес-підходом, ідентичним до підприємництва, але *відмінним за місією та метою діяльності*.

Українська вчена З. Галушка вважає, що соціальне підприємництво ґрунтується на усвідомленні суб'єктом свого обов'язку перед суспільством, що виражається в розумінні його потреб як особисто цінних і пріоритетних над груповими. З. Галушка стверджує, що відмінність традиційного підприємництва від соціального полягає у безпосередньому сприянні соціального підприємництва *позитивним змінам* у суспільстві засобами, відмінними від традиційної благодійності [3].

Проаналізувавши різні концепції та підходи до соціального підприємництва, ми доходимо висновку, що це поняття включає дві компоненти:

1) виявлення та застосування бізнес-можливостей через привернення уваги до нових проблем, що ще не ідентифіковані або недостатньо вирішені традиційними підприємствами;

2) створення соціальних цінностей для тих верств населення, які найбільше їх потребують, таких як безробітні, особи з обмеженими можливостями, ВПО тощо.

Проте варто зауважити, що обидва види підприємництва потребують бачення своєї місії, ініціативності, організаційної розбудови, ефективного менеджменту та маркетингу. З погляду навичок і знань соціальні підприємці та бізнес-підприємці є дуже схожими. Однак їхні основні цілі – різні.

Часто соціальне та комерційне підприємництво перебирають ознаки одне одного: соціальні підприємці часто одержують прибуток за рахунок соціальних підприємств, а бізнесмени ведуть соціально

відповідальний бізнес. Соціальна складова бізнесу проявляється через впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Такі підприємства часто називають соціальними.

Для чіткого розуміння різниці між КСВ та соціальним підприємництвом розглянемо приклади впровадження корпоративної відповідальності на підприємствах в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Корпаративна соціальна відповідальність підприємств України

КСВ ДТЕК (https://dtek.com/)
Ведення бізнесу компанії ґрунтується на таких принципах: 1. Якісне задоволення потреб споживачів продукції. Відкрито дистанційний доступ до особових рахунків за допомогою власних комп'ютерів і глобальної мережі Інтернет. Завдяки цій послузі клієнти компанії можуть отримати повний контроль над інформацією щодо особового рахунку, зокрема над платежами, рахунками, спо- живанням протягом року, показаннями, актами порушень та багато іншого. 2. Бездоганне дотримання законодавства. Кодекс етики і ділової поведінки ДТЕК містить сформульовані та систематизовані принципи поведінки, яких повинні дотримуватися всі співробітники ДТЕК, реалізує практичні заходи для забезпечення прозорості бізнесу. 3. Забезпечення безпеки праці та інвестування в розвиток людського потенціалу. Управління системою безпеки праці є основою для прийняття заходів із забезпечення ефективності та без- пеки виробництва. Комітети зі здоров'я, безпеки та захисту навколишнього середовища були створені в рамках Наглядової ради та Правління ДТЕК. Сертифікаційний аудит проводився міжнародним агентством Moody 's International і підтвердив успішну інтеграцію вимог стандарту у виробничі процеси видобутку і збагачення вугілля, енергогенерації та збуту. 4. Турбота про навколишнє середовище. Збереження екологічного балансу є невід'ємною частиною успішного ведення бізнесу ДТЕК. Компанія активно працює над поліпшенням екологіч- ної обстановки в регіонах присутності та збереженням навко- лишнього середовища для майбутніх поколінь. 5. Внесок у розвиток місцевих громад, зокрема шляхом створення взаємовигідних соціальних партнерств у регіонах присутності підприємств ДТЕК. ДТЕК будує відносини з місцевими громадами, ґрунтуючись на принципі взаємовигідного співробітництва, залучаючи представників місцевих органів влади і мешканців до розробки соціальних програм та оцінки їх результативності. Ці принципи викладені в Декларації соціального партнерства, прийнятої Компанією в 2008 році: кошти спрямовуються на вирішення соціальних проблем і/або підтримку вразливих соціальних груп, реалізацію інфраструктурних проектів соціального характеру; ДТЕК не спонсорує проекти політичної або релігійної спрямованості; благоотримувачі надають звітність, яка дозволяє ДТЕК контролювати цільове використання коштів. 6. Відкритість і прозорість, розвиток соціальної звітності. Корпоративна соціальна відповідальність Компанії має публічний характер. Це проявляється у прозорості реалізованих нею со- ціальних проектів. Компанія взяла на себе зобов'язання випу- скати соціальні звіти з періодичністю раз на два роки.

КСВ компанії «НІБУЛОН» (www.nibulon.com)

Соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу компанія «НІБУЛОН» реалізує за наступними напрямками:

– забезпечення належних умов для здобуття базової освіти;

– покращення рівня медичного обслуговування;

– розбудова інфраструктури українського села;

– охорона та збереження навколишнього середовища;

– впровадження енергозберігаючих новітніх технологій на виробництві;

– рівні можливості та найкращі умови праці.

Свою роботу компанія будує у відповідності до визнаних світових стандартів КСВ та норм чинного українського законодавства.

Підприємство комплексно та системно співпрацює з місцевими громадами і системно реалізує великі інфраструктурні проекти у регіонах своєї присутності. Лише така системність приносить гідний результат.

КСВ компанії «Тойота» (www.toyota.com.ua)

«Тойота» повністю усвідомлює свою відповідальність перед суспільством. При визначенні стратегії свого розвитку і у поточній діяльності компанія виходить з того, що обов'язковою умовою сталого розвитку бізнесу є неухильне дотримання принципів соціальної відповідальності. Відповідно з такими принципами вона бачить свої завдання не лише у виробництві необхідної для суспільства продукції, а й у сприянні соціальному прогресу, зростанню добробуту суспільства в цілому та підвищенні рівня життя своїх співробітників зокрема. Компанія прагне здійснювати свою виробничу діяльність у суворій відповідності до вимог не лише законодавства у сфері екології та природокористування, але й власної екологічної політики, а також відповідно до «Екологічної хартії Toyota». На практиці це означає, що кожен співробітник в офісі або на виробництві прагне дбайливо ставитися до природних ресурсів, а саме заощаджувати електроенергію і воду, раціонально витрачати папір, намагаючись в більшій мірі використовувати електронні багаторазові носії. Взаємини керівництва і співробітників компанії будуються на принципах соціального партнерства. «Тойота» забезпечує співробітникам конкурентоспроможний рівень винагороди. Особливу увагу «Тойота» приділяє професійному росту співробітників. На постійній основі діють програми навчання та підвищення кваліфікації. «Тойота» веде активну благодійну та спонсорську діяльність як самостійно, так і в партнерстві з громадськими та державними організаціями, залучаючи своїх співробітників до участі в суспільно-ефективних проектах у соціальній та природоохоронній сферах. У рамках реалізованої політики соціальної відповідальності «Тойота» сприяє розвитку культури, спорту та освіти. Особливу увагу в компанії приділяють програмам, пов'язаним з безпекою на автомобільних шляхах. Зокрема, «Тойота» веде постійну пропаганду використання ременів безпеки. На тверде переконання експертів, саме цей нескладний пристрій допоміг врятувати життя мільйонам автомобілістів в аварійних ситуаціях на дорозі.

КСВ Компанії P&G (www.pg.com.ua/)

Піклування у кожен дім. Компанія P&G надає особливого значення турботі про суспільство через реалізацію соціальних і благодійних проектів. Діючи в рамках програми корпоративної соціальної відповідальності «P&G Піклування у кожен дім», компанія прагне покращувати життя людей за допомогою простих, але значущих речей, необхідних кожній родині. У 2015 році благодійна допомога P&G в Україні перевищила суму в 1,5 млн. доларів США. Всі кошти і продукція були використані для підтримки сиріт, малозабезпечених сімей, вимушених переселенців зі сходу України та реалізації проектів з підтримки місцевих громад де ми живемо і працюємо. Волонтерство співробітників. Співробітники P&G Україна особисто беруть участь у соціальній активності компанії: • допомагають упаковувати гігієнічні набори для переселенців зі сходу України та підписують листівки з малюнками своїх дітей;
• надають грошову допомогу через UNICEF Україна і Дитячі містечка СОС; • ремонтують дитячі майданчики; • купують подарунки та відвідують дітей у дитячих будинках.

Джерело: складено за матеріалами з офіційних сайтів компаній

З огляду на наведені приклади соціально відповідальних підприємств, можемо зробити такі висновки:

- бізнес, який має корпоративну соціальну відповідальність, зазвичай, є великою корпорацією, керівництво якої розуміє свій вплив на локальну спільноту або суспільство в цілому. Тому він прагне покращити певні аспекти життя стейкхолдерів – жителів цієї спільноти шляхом реалізації певних соціальних проектів;
- соціально-відповідальний бізнес створюється в першу чергу для отримання прибутку, але своєю діяльністю формує достатньо великий соціальний вплив та соціальний ефект;
- КСВ є публічною діяльністю та передбечає звітність.

Треба зауважити, що при впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві не тільки суспільство отримує користь, а й саме підприємство. Можна назвати такі переваги для підприємств:

– формується привабливий імідж компанії;

– зростає довіра до підприємства;

– збільшуються товарообіг, кількість клієнтів, дохід і т. д., обумовлені поліпшенням ставлення до підприємства;

– збільшується впізнаваність компанії, завдяки позитивному PR;

– покращуються відносини з місцевою владою, з’являється можливість домогтися оподаткування на пільгових умовах.

Принциповою відмінністю соціального підприємства від феномену соціальної відповідальності бізнесу є добровільність застосування останньої для вирішення соціальних проблем та

вирішення соціальних запитів суспільства за допомогою комерційних підходів. Наприклад, юридична контора, яка вирішила стати соціально відповідальною, може регулярно надавати безоплатні послуги для внутрішньопереміщених осіб та організовувати інформаційні проекти для громади, однак основна мета її діяльності – в отриманні прибутку, а не у вирішенні проблем ВПО. Соціальна юридична організація насамперед створюється для вирішення конкретної соціальної проблеми, це прописується в її статутних документах, тобто надання юридичних послуг буде інструментом отримання прибутку, який спрямовуватиметься для вирішення соціальних цілей. Як от, ГПО "Права людини" – правозахисна організація і аналітичний центр, місія якої є підвищення самосвідомості людей з інвалідністю у сфері захисту їхніх прав. Але, крім того організація веде юридичну та аналітичну практику і на комерційній основі.

В результаті аналізу запропонованих категорій, можна говорити про одну голову спільну рису – соціального підприємництва та соціальна відповідальність бізнесу направлені на *створення соціальної цінності* (вирішення соціальних проблем, реалізацію соціальних ініціатив тощо). Соціальна відповідальність бізнесу часто є філософією компанії, охоплює всі сфери її діяльності і знаходить своє продовження у піклуванні про робітників компанії, покупців, партнерів, виготовленні безпечних товарів високої якості, проведенні соціальних ініціатив.

Відмінними є шляхи виконання завдання із формування соціальної цінності. Характерні риси наведено в таблиці 2:

Таблиця 2

Відмінності між соціально-відповідальним бізнесом та соціальним підприємством

Соціально-відповідальний бізнес:	Соціальне підприємство:
✓ працює в умовах прибутковості;	✓ може існувати і в умовах неприбутковості;
✓ КСВ виникає в межах основної діяльності підприємства;	✓ саме соціальна мета є причиною його створення;
✓ головною метою діяльності є максимізація прибутку.	✓ головною метою діяльності для соціальних підприємств є соціальна місія
✓ частка доходу може бути спрямована на соціальний проект	✓ дохід спрямовується на подолання суспільних проблем на постійній основі
✓ Короткостроковий ефект, не сталий	✓ Довгостроковий ефект
✓ Принцип "давати"	✓ Принцип "змінювати"

Джерело: складено за джерелами [1, 6]

Для окреслення місця соціального підприємства серед інших форм підприємств, звернемо увагу на критерії класифікації соціальних підприємств, запропоновані американськими науковцями Г. Діз та Дж.

Емерсоном, залежно від мети діяльності СП та напрямку використання прибутку СП розрізняють:

- благодійні – СП філантропічної спрямованості, метою діяльності яких є створення соціальної цінності, джерелом фінансування яких є спонсорські та благодійні внески, гранти, які використовуються безпосередньо на реалізацію соціальної програми;
- комерційні – підприємства, які виготовляють товари (надають послуги) соціального характеру, але мають на меті створення економічної цінності, а прибуток від їх діяльності розподіляється між акціонерами та власниками;
- гібридні – підприємства, метою діяльності яких є одночасно створення соціальної та економічної цінності, а отриманий прибуток використовується для реалізації соціальної місії та/або розвитку бізнесу, а отже і збільшення у майбутньому соціальних та економічних результатів [6, с.19].

Соціальними у цьому контексті можна називати лише гібридні підприємства, адже соціальні підприємства поєднують соціальні цінності із комерційною практикою.

Розглянемо місце соціального підприємництва в моделі "Гібридного спектру" Грегорі Діса, яку використовують для визначення власної мотивації підприємця (рис. 1):

Гібридний спектр

Традиційна неприбуткова організація	Неприбуткова організація із отриманням доходу	Соціальне підприємництво	Соціально відповідальний бізнес	Корпорація із КСВ	Традиційне підприємство

- Мотивація місії
- Підзвітність зацікавлених сторін
- Дохід реінвестується в соціальні програми чи поточну діяльність

- Мотивація доходом
- Відповідальність акціонерів
- Дохід перерозподіляється між акціонерами

Рис.1. Візуалізація місця соціального підприємництва за моделлю Г.Діза.

Джерело: складено за джерелом [9]

Отже, бачимо, що різниця виявляється в основній меті соціального підприємства та соціально відповідального підприємства, а також в принципах соціальної дії. Якщо соціально відповідальне підприємство керується принципом "давати", тобто витратити частину свого прибутку на суспільнокорисну справу чи продукт, то соціальне підприємство має на меті перетворити існуючий стан речей. І звичайно, основною відмінністю є мотивація підприємницької діяльності, яка заключається в чи в отриманні прибутку, чи соціальному ефекті.

На сучасному етапі розвитку суспільних відносин виокремлюють три основних підходи до визначення соціального підприємництва:

1. У США соціальним підприємництвом називають підприємницьку діяльність неприбуткових організацій, дохід від якої спрямовується на реалізацію статутних цілей організації. Місія та статутні цілі таких соціальних підприємств спрямовані на вирішення соціальних проблем, цільової групи, заради якої створювалась організація.

2. В європейських країнах соціальне підприємництво визначається як бізнес із соціальною місією. На відміну від звичайного підприємництва на перше місце тут виходить соціальний аспект, а потім економічна ефективність. Особливостями діяльності соціальних підприємств в Європі є колективна форма власності і діяльність на користь територіальної громади. Тобто суб'єктом соціального підприємництва тут виступають бізнес-підприємства з соціальною місією.

3. Використовується міжнародними приватними та громадськими фондами, створеними задля розвитку та підтримки даного напрямку соціально-економічної діяльності. Такі відомі та дієві фундації, як Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (Швейцарія), Skoll Foundation (США) та Ashoka Foundation (Індія), визначають соціальне підприємництво як інноваційну підприємницьку діяльність із метою соціальних змін у суспільстві. Діяльність таких організацій спрямовується на пошук соціальних новаторів по всьому світі і створення сприятливих умов для їх праці [4]. Організаційно-правові форми бізнесу таких підприємств включають діапазон від ініціативної групи в громаді, приватного бізнесу або науково-дослідного інституту.

Організаційним базисом діяльності соціального підприємства є такі принципи:

• підприємство перебуває у спільній та рівній власності його членів;

• демократичний стиль прийняття рішень;

• отримані доходи інвестуються в підприємство, а також спрямовуються на соціальні та екологічні цілі;

• місія соціального підприємства спрямовується на створення суспільного багатства, а не на отримання приватного капіталу.

У цьому аспекті суспільне багатство можна визначити як результати, отримані суспільством унаслідок задоволення його запитів.

Найбільшого поширення у зарубіжній науковій літературі набуло визначення соціального підприємництва, запропоноване американським професором Грегором Дісом, який виділив п'ять факторів, що визначають соціальне підприємництво, а саме:

1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);

2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;

3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації та навчання;

4) рішучість дій, що не обмежується наявними ресурсами;

5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [8].

Сотула О. визначає соціальне підприємництво як підприємницьку діяльність, що спрямована на пом'якшення або вирішення соціальних проблем, яка характеризується такими основними ознаками:

- соціальний вплив - цільова спрямованість на вирішення/ пом'якшення існуючих соціальних проблем, стійкі позитивні соціальні результати;
- інноваційність - застосування нових, унікальних підходів, що дозволяють збільшити соціальний вплив;
- самоокупність і фінансова стійкість - здатність соціального підприємства вирішувати соціальні проблеми до тих пір, поки це необхідно і за рахунок доходів, одержуваних від власної діяльності;
- масштабованість і тиражованість - збільшення масштабу діяльності соціального підприємства (на національному та міжнародному рівні) і розповсюдження досвіду (моделі) з метою збільшення соціального впливу;
- підприємницький підхід - здатність соціального підприємця бачити провали ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгострокове позитивний вплив на суспільство в цілому [7].

Узагальнимо визначення соціального підприємства, які різняться поглядами на форми підприємства та визначення характерних рис таких підприємств. Відповідно соціальне підприємство (СП) − це бізнес-організація, пріоритетна мета прозорої (публічної) діяльності якої полягає у вирішенні соціальних проблем за рахунок інноваційних підходів. Забезпечувальна мета містить у собі отримання прибутку, який реінвестується у її розвиток. Зазначені цілі тісно взаємопов’язані: від обсягів отриманого соціальним підприємством прибутку залежать і параметри соціальних результатів його діяльності [6, с. 17]. Отже, соціальне підприємство − це організація, яка має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний. Зупинимося детальніше на кожному з них.

Бізнес складова є основною для соціального підприємства, як і для традиційного, адже це та риса, яка відрізняє СП від суто благодійних фондів та дає можливість функціонувати відповідно до поставленої мети. Не важливо, який бізнес, традиційний чи інноваційний, виробництво чи послуги, сільське господарство чи освіта, головне, щоб він був рентабельним.

Характерною рисою СП є й мте, що прибуток від соціального реінвестується в розширення діяльності та/або спрямовується на

досягнення соціальних цілей. Можна виділити кілька яскравих прикладів в Україні:

- *Весь прибуток реінвестується у розширення діяльності*. Такий підхід притаманний соціальним підприємствам, які створені людьми з особливими потребами або соціально-вразливими категоріями людей задля самодопомоги та працевлаштування, а також кооперативами, метою яких є підвищення якості життя громади.
- *Частина прибутку реінвестується, частина йде на соціальні цілі.* Такий розподіл характерний соціальним підприємствам, створеним громадськими організаціями та благодійними фондами. Та частина, яка призначена на соціальні цілі, перераховується громадській організації (благодійному фонду), які апріорі витрачають на виконання певної соціальної місії. Ця схема є найбільш поширеною у світі, оскільки сприяє розвитку комерційної компоненти і отримання більшого соціального ефекту. Пропорція розподілу може змінюватися в залежності від низки чинників, таких як: розвиток бізнесу, конкуренція, економічне становище в країні, рішення акціонерів тощо.
- *Весь прибуток йде на досягнення соціального ефекту*. Менш поширений підхід, що використовується соціальними підприємствами, здебільшого створеними тандемом ГО-ФОП (ГО-ПП), коли громадська організація надає у користування фізичній особі-підприємцю (або приватному підприємству) якісь засоби виробництва (приміщення) для комерційної діяльності, натомість весь прибуток повертається громадській організації.

Тут важливо визначити організаційно-правову форму соціального підприємства. На даному етапі розвитку СП в Україні, можливі такі форми:

- Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ);
- Приватне підприємство (ПП);
- Громадська організація (з комерційним проектом);
- Благодійний фонд (з комерційним проектом);
- Громадська організація + ФОП;
- Громадська організація + ПП;
- Кооператив.

Соціальна складова, як було визначено вище виявляється в тому, що соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності. Соціальне підприємство має позитивний ефекти від діяльності, це:

1) сприяння працевлаштуванню людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями та безробітних;

2) пропонування нових шляхів для реформування державних соціальних послуг;

3) підтримка залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;

4) розширення видів соціальних послуг, які залишаються поза увагою звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;

5) ефективне використання наявних ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;

6) зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів);

7) сприяють формуванню сприятливого конкурентного середовища [2].

На інноваційну складову СП посилаються більшість вчених. Визначимо в чому вона проявляється**.** Д. Борнштейн, М. Крамер та Г. Мулган визначають СП як організацію, діяльність якої орієнтована на розробку та впровадження інновацій у соціальній сфері. А. Передо і М. Маклін стверджують, що соціальне підприємництво виявляється в тих ситуаціях, коли особа (або група осіб) використовує інновації, починаючи від винаходу до адаптації новинки, створює та/або поширює соціальні цінності [12].

На нашу думку найбільш влучно пояснює інноваційність Б. Дрейтон, який визнає соціальне підприємництво як інноваційний підхід, завдяки якому індивіди можуть вирішити серйозні соціальні проблеми, з якими стикається їх спільнота. Діяльність соціального підприємця полягає в розпізнанні ситуації, коли частина суспільства обмежена у своєму розвитку та усуненні відповідних обмежень. Б. Дрейтон підкреслює, що соціальне підприємництво є беззаперечно важливим інструментом для економічного та соціального розвитку не лише для слаборозвинутих, але й для країн, що розвиваються, та розвинутих країн [5]. Так, інноваційність проявляється уже в самому змісті соціально підприємництва, в філісофії створення такого виду підприємства.

Ще однією характерною рисою соціального підприємництва варто назвати демократичне управління. З нашої точки зору, соціальне підприємство як торгівельна організація продає товари або послуги, і відрізняється від подібних бізнес установ тим, що належать та контролюються громадськістю. Не менш важливий критерій соціального підприємництва, який ще раз підкреслює відмінність СП від КСВ. Лише за демократичного управління можливо поставити чіткі соціальні цілі, а найголовніше – узгодити розподіл прибутку між реінвестуванням та соціальними цілями. Даний критерій легко застосовується у соціальних підприємствах, створених громадськими організаціями, найвищий орган правління яких – загальні збори. Також форма кооперативу може забезпечувати демократичне управління,

оскільки діє схема 1 акціонер – 1 голос. Ідеальним варіантом демократичного управління є залучення до процесу прийняття рішень усіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що б ілюструвало відкритість та прозорість роботи соціального підприємства.

В останні роки на Україну соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад. Деякі приклади успішних соціальних підприємств подано у таблиці 4.

Таблиця 4

Приклади соціальних підприємств в Україні

«Майстерня мрії», м.Львів (https://www.facebook.com/maysternia.mriyi/)
Соціальне підприємство «Майстерня мрії» націлене на допомогу людям з розумовою неповносправністю. Тут асистенти разом з людьми з особливими потребами спілкуються, розвивають власні таланти та роблять пакетовані чаї. Останнє допомагає «Майстерні» не просити постійно грошей у меценатів, не шукати гранти, а самоокуповуватися.
Благодійний магазин «Ласка», м. Києві (http://laskastore.com/)
Благодійний магазин «Ласка» у Києві – перший благодійний магазин в Україні. Тут продаються як уживані речі, так і новий одяг від більш ніж двадцяти українських виробників, тим самим популяризується та підтримується вітчизняна продукція. Близько 40 % прибутку магазину перераховується на підтримку благодійних фондів. Левова частка (70–80 %) принесених уживаних речей поширюється як гуманітарна допомога для тих, хто її потребує. За час існування проект передав 619 668 грн на благодійність і майже 159 т речей тим, хто їх потребував. Благодійний магазин «Ласка» було відкрито в серпні 2012 р. У проекті є як комерційна (продаж речей), так і благодійна складова. На сьогодні в «Ласці» працюють 15 осіб. Розвивається кілька напрямів діяльності: продаж одягу, пошитого київськими дизайнерами; продаж речей, які було пожертвувано відвідувачами: одяг, взуття, аксесуари (капелюхи, шарфи, хустки, ремені), сумки, книги, прикраси, платівки, фотоапарати, предмети інтер'єру, меблі; розповсюдження уживаних речей серед тих, хто їх потребує; виготовлення людьми з обмеженими можливостями екологічних килимків з одягу, який не підхо- дить для прямого використання; збір використаних батарейок для утилізації; проведення лекцій і майстер-класів; пакування подарунків; надання послуг пральні самообслуговування. Прибутки благодійного магазину «Ласка» спрямовуються на: фінансову допомогу важкохворим дітям (фонд «Таблеточки» – близько 40 % коштів, які перерахову ються магазином на доброчинність); фінансування притулків для бездомних тварин (фонд «Happy Paw», Гостомельський притулок для бездомних тварин – близько 25 % доброчинних коштів); фінансова підтримка незахищених верств населення (проект «Життєлюб» для підтримки пенсіонерів, будинок для громадян похилого віку «Перемога»); фінансування проекту, який займається благоустроєм Києва (соціальний проект «Дивовижні»); адресна допомога (оплата реабілітації дитини з діагнозом ДЦП); допомога речами учасникам АТО та переселенцям. Соціальний проект «Діти» – авторський проект «Ласки», у рамках якого здійснюється соціальна адаптація випускників дитячих будинків через комунікативні тренінги, профорієнтацію, додаткову освіту.

Соціальне підприємство «Миті», м.Київ (http://myti.com.ua/contact-us/)
Соціальне підприємство «Миті» було створено у 2015 році на базі неурядової благодійної організації «100 % життя. Київський регіон» в м.Києві, яка займається комплексною допомогою ВІЛ-інфікованим особам. Це підприємство займається виробництвом і продажем засобів гігієни. Соціальною місією СП «Миті» є надання можливості працевлаштування жінкам із особливими потребами та фінансування соціальної допомоги з боку благодійної організації «100 % життя, Київ» для внутрішньо переміщених осіб (ВПО); жінок, які потрапили у складні життєві обставини (інваліди, сироти, безпритульні, малозабезпечені; особи, що зазнали насильства в сім'ї; особи, які пережили стихійне лихо, катастрофу тощо); людей, що живуть із вірусом імунодефіциту людини. У вересні 2016 року було зареєстровано торгову марку «Миті». Під цим брендом ведеться продаж засобів гігієни та догляду власного виробництва – мило, тверді шампуні, бальзами для губ, скраби для обличчя та тіла тощо. Усю продукцію зроблено з натуральних інгредієнтів. Надходження від продажу продукції СП «Миті» розподіляються на оплату праці та розвиток самого підприємства. Згідно з окресленими планами з 2017 року щомісяця 10 % від доходу має передаватися на благодійність.
Urban Space 100 , м. Івано-Франківськ (http://urbanspace.if.ua/uk)
Це приклад успішного соціального підприємства в м.Івано-Франківськ. Ідея проекту – створити громадський ресторан у Івано-Франківську, що стане успішним прикладом об'єднання соціально активних людей навколо ідеї розвитку свого міста. 80% прибутку ресторану направляється винятково на реалізацію громадських проектів у Івано-Франківську. Цілі проекту: - створення, прозорого цільового фонду, призначеного для фінансування соціальних стартапів та проектів, спрямованих на розвиток міста; - створення фізичного майданчика для активізації проактивного кластера міста, що дає імпульс ініціативам та зберігає динаміку їх розвитку; - об'єднання ста людей практичного інтелекту, готових інвестувати у проект та розподіляти кошти на фінансування інших ініціатив. Заклад був відкритий 27 грудня 2014 р. З моменту відкриття Urban Space 100 вже було профінансовано 65 проектів. За три роки діяльності команда Urban Space 100 набула досвіду реалізації та управління проектом, тому готова ділитися своїми знаннями. Платформа "Тепле Місто" працює над розвитком програми, що передбачає відкриття закладів мережі Urban Space в інших містах на умовах соціальної франшизи. Найпершим таким закладом буде Urban Space 500 в Києві.

Джерело: складено за матеріалами з офіційних сайтів компаній

Сьогодні соціальне підприємництво в Україні має багато можливостей для свого розвитку. По-перше, відсутність законодавчої бази дає можливість підприємцям обирати будь-яку форму власності. Зародок соціального підприємства може еволюціонувати від комерційного проекту громадської організації до публічного акціонерного товариства.

В Україні не існує законодавчо затверджених понять «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство». Таким чином можна зробити висновок, що офіційно соціальних підприємств і соціального підприємництва в Україні немає, що розширює можливості соціальних підприємців працювати у будь-якому зручному форматі. Варто

наголосити, що не важливо, чи існує така форма, як соціальне підприємство, а важливо, з якою метою створюється бізнес. Тут інший підхід до бізнесу: не заради пільг ми створюємо підприємство, а для покращення якості життя вразливих груп населення чи громади загалом.

По-друге, можливість залучати широкий спектр ресурсів. Перш за все, мова йде про людські ресурси. Більшість соціальних підприємств України забезпечують робочими місцями представників цільових груп, з якими вони пов'язані своєю основною діяльністю:

- люди з обмеженими можливостями;
- біженці (внутрішньо переміщені особи);
- національні меншини;
- люди похилого віку;
- молодь;
- люди із залежностями;
- люди, що вийшли з місць позбавлення волі;
- ВІЛ-позитивні люди;
- багатодітні мами.

По-третє, ріст лояльності споживачів до продукції соціального підприємства дає можливість збільшення прибутку.

Споживацька культура українців змінюється у кращий бік. Якщо 10 років тому увагу звертали здебільшого на ціну, то зараз переглядається і країна-виробник, і термін придатності, й інгредієнти, а також наявність соціальної складової. Це пояснюється психологічними особливостями. Відчуття причетності до корисної справи стає вагомим аргументом на користь соціальних підприємств.

По-четверте, соціальне підприємництво підтримується міжнародними фондами і організаціями

В останні роки на Україну соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як ефективний механізм вирішення локальних соціальних та економічних проблем територіальних громад.

Починаючи з 2010 р. реалізується проект «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні» в пілотних регіонах України, а саме у Львівській та Донецькій областях, зусиллями Британської Ради в Україні, Фонду Східна Європа, PricewaterhouseCoopers в Україні, Ерсте Банку та Міжнародного фонду «Відродження» за сприяння Erste Stiftung та Українського фонду підтримки підприємництва. В рамках проекту «Сприяння соціальному підприємництву» створюються спеціальні центри, що надають соціальним підприємствам комплексну підтримку у започаткуванні та розвитку їхньої діяльності, проводять тренінги та навчання соціальних підприємців, здійснюють просвітницьку роботу. Проект «Соціальне підприємництво як інноваційний механізм вирішення питань суспільного розвитку» реалізується на період 2016-2019 років. Мета проекту, який реалізує

ФСЄ – створити підґрунтя для розвитку соціального підприємництва у східних областях України задля покращення соціальної та економічної ситуації вразливих груп населення, об'єднуючи зусилля бізнесу, влади та місцевої громади. Також в україні діє програма соціального інвестування "Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд", яка створена для комплексної підтримки соціальних підприємств через надання доступних кредитів, консультаційні і тренінгові послуги, а також налагодження соціального партнерства задля вирішення конкретних проблем у громадах.

Отже, соціальне підприємство як субєкт господарської діяльності сьогодні є перспективною та інноваційною формою бізнесу, яка може принести не тільки дохід, а й вирішити соціальні проблеми і стати одним з ефективних джерел фінансування соціальної сфери в Україні.

Список використаних джерел

1. Корнецький А.О., Нагаївська Д.Ю. Соціальне підприємництво і соціальна відповідальність бізнесу: визначення, критерії та регулювання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 204-208.
2. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Соціальне підприємництво: ефективний гібридний бізнес. *Економіка і суспільство*. 2018. №14. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/64.pdf
3. Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 4. С. 34-39. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2014_4_7.
4. Овсянюк-Бердадіна О., Крисько Ж. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем:передумови становлення та активізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. №6. С.129-132.
5. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво : посібник. К. 2017. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-Guide-WEB-1.pdf.
6. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник. К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.
7. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_72.
8. Dees J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). URL: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf.

9. Dees J.G. Why Social Entrepreneurship is Important to You, from Enterprising Nonprofits: A ToolKit for Social Entrepreneurs, point of access. URL: http://www.4lenses.org/setypology/print).

10. Emerson J., Bonini S., Brehm K. The blended value map: Tracking the Intersects and Opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation. 2003. № 10. 182 p. URL: http://www.blendedvalue.org/wp-content/uploads/2004/02/pdf-bv-map.pdf

11. Martin R., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Defi nition *Stanford Social Innovation Review*. 2007. Spring. C. 34–35.

12. Peredo A., McLean M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*. 2006. № 41(1). P. 56–65.

О.О. Логвін

Діяльність суб'єктів господарювання туристичної галузі Хмельницького регіону

На сьогоднішній день туризм у світовому економічному просторі виступає одним із ключових чинників встановлення міжнародних економічних зв'язків. Разом з тим, туристична галузь одна з найперспективніших і ключових галузей економіки багатьох країн світу. До того ж, туризм відіграє суттєву роль у стимулюванні економічного розвитку не тільки туристичної галузі, а також суміжних галузей економіки: транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення.

За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому валовому внутрішньому продукті (далі – ВВП), становить близько 9 % та близько 30 % в світовому експорті послуг та 6 % від обсягів світової торгівлі. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник. В 2015 році послугами туристичної галузі скористалося близько 983 млн. іноземних туристів, у 2017 році їх кількість досягла 1 млрд. осіб. На період 2017 року товарообіг світового туризму досягнув понад 1,2 трильйонів дол. США [17]. В деяких країнах світу туризм є основним джерелом надходжень до національного бюджету.

Україна значно відстає від економічно розвинених держав у сфері туризму. В Україні протягом останніх років внесок прямих надходжень від туризму у виробництво національного ВВП за 2012–2016 рр. зменшився з 2,03% до 1,52%. При цьому, Україна посідає одне з провідних місць в Європі за кількістю об'єктів історико-культурної спадщини, які викликають значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Потенційний фонд природоохоронних, оздоровчих та рекреаційних територій України становить 12,1 млн. га, тобто 20 % площі її території, що відповідає міжнародним показникам раціонального збереження природно-рекреаційних ресурсів. Одноразова місткість ландшафтів України, враховуючи допустимі природоохоронні норми, становить понад 40 млн. осіб. Найбільшу питому вагу територій і об'єктів природно-заповідного фонду мають:

– від 8 до 13 % – Тернопільська, Херсонська, Закарпатська, Івано-Франківська, Хмельницька області;

– 5-7 % – Сумська, Рівненська, Чернівецька області;

– 3-5 % – Чернігівська та Львівська області. Автономна Республіка Крим;

– до 3 % – Донецька, Миколаївська, Полтавська області;

– до 2 % – Волинська, Житомирська, Запорізька, Одеська, Черкаська області;

– до 1 % – Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Харківська області [5].

Отже, наявність вищезазначених проблем вітчизняної сфери туризму, нові цілі розвитку України, орієнтація на ефективне використання природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу країни та регіонів потребують додаткової уваги із сторони науковців, поглиблено вивчення теоретичних і практичних аспектів формування туристичної індустрії з метою її подальшого розвитку на довгостроковій основі.

Дослідження різноманітних аспектів розвитку туризму знайшли своє відображення у працях українських та зарубіжних науковців, а саме С. Баженової [21], І. Власенко [2], Г. Горіна [4], Мельниченко О. [11], О. Лотиш [9], К. Омельчак [13] та ін. Серед вітчизняних вчених, регіональну площину формування та розвитку індустрії туризму вивчали О. Бейдик [1], О. Мельниченко [11], О. Моран [12], К. Омельчак [13], С.Соколенко [15], В.Семенов [14].

Проблемі сталого розвитку туризму в країнах світу присвячені дослідження, які публікуються у матеріалах Всесвітнього економічного форуму (WEF). Дослідження проводяться у співпраці міжнародних організацій : Всесвітньої туристичної організацією (UNWTO), Всесвітньої Ради з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), Міжнародного союзу охорони природи (IUCN). Публікація обстежень проводиться один раз за два роки. Провідним показником сталого розвитку туризму визначено Індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму, який формується на підставі ряду показників, які згруповані у 14 складових і об’єднані у 4 субіндекси, що характеризують: 1) сприятливість середовища в країні для розвитку туризму, 2) державну політику, 3) інфраструктуру та наявні природні, 4) культурні ресурси.

У рейтингу 2017 року Україна отримала оцінку в 3,5 бали з семи можливих і опинилась на 88 місці серед 136 країн світу [25]. В десятку лідерів рейтингу ввійшли: Іспанія, Франція, Німеччина, Японія, Великобританія, США, Австралія, Італія, Канада та Швейцарія. Слід зазначити, що порівнюючи з оцінкою 2013 року (76 місце у рейтингу), Україна втратила 12 позицій. У рейтингу 2015 року дані дослідження України не проводилась.

Україна поступається розвитку туризму багатьом країнам світу, маючи всі передумови для відповідного розвитку економіки за рахунок туризму. Тому вивчення цієї тематики є життєво важливим на сучасному етапі економічного розвитку України, при цьому матеріали досліджень Всесвітнього економічного форуму слугують інструментарієм для визначення кращих практик світових лідерів у сфері туризму. Детальний аналіз показників країн в індустрії туризму,

оцінка їх конкурентоспроможності уможливить визначити перешкоди, які заважають сталому розвитку туристичної сфери Україні.

На сьогодні, враховуючи національний природний, ресурсний та історичний потенціал, саме сфера туризму дозволяє використовувати її в якості дієвого інструменту стимулювання соціально-економічного зростання як регіону, так і держави в цілому. Вважається, що головною рисою туризму є його здатність впливати на розвиток економіки на макро- та мікро рівні.

Одним з регіонів перспективного розвитку туризму в Україні є Хмельниччина. Історико-культурні надбання, географічні та кліматичні умови забезпечують чудові умови для розвитку туризму на Хмельниччині. Крім цього Хмельниччина характеризується відносно невисокою концентрацією промисловості та порівняно сприятливою екологічною ситуацією. Туристичний потенціал краю визначається насамперед культурно-історичною спадщиною, яка є багато в чому унікальною [1]. На території області 165 річок, які належать до басейнів Дніпра (Горинь, Случ та ін.), Південного Бугу (Бужок, Вовк, Згар, Рів, Іква), Дністра (Збруч, Жванчик,Смотрич). В області 270 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, в тому числі 8 пам'яток садово-паркового мистецтва (Антонінський, Голозубинецький, Малієвецький, Михайлівський, Новоселицький Полонського району, Новоселицький Старокостянтинівського району, Полонський, Самчиківський парки). В області розташований Національний природний парк «Подільські Товтри». Природною пам'яткою є Смотрицький каньйон у долині р. Смотрич. В області налічується 3 заповідники (національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець», державний історико-культурний заповідник у м. Кам'янець-Подільському, державний історико-культурний заповідник «Самчики»), і 9 музеїв із 3 відділами. Серед них - Меджибізький регіональний історико-етнографічний музей-фортеця, меморіальний музей А. Ахматової (с. Слобідка Шелехівська). Загальна кількість пам'яток археології, історії, архітектури, містобудування і монументального мистецтва у Хмельницькій області складає 2015 одиниць. На державному обліку перебуває 387 пам'яток архітектури і містобудування. Функціонують курортні території «Сатанів» та «Маків», готелі, санаторії, бази відпочинку, оздоровчі табори для дітей та юнацтва, кемпінги, мотелі тощо. На базі одного із найбільших у Європі, за запасами мінеральних лікувальних вод типу «Нафтуся» – Збручанського родовища – засновано курорт «Сатанів» [24] .

Наявність такого природно-ресурсного та культурного потенціалу виступає значимим фактором соціально-економічного розвитку регіону. Проте, якщо простежити динаміку туристичних потоків у Хмельницькій області за 2000-2016 роки (таб.1, рис. 1), то одразу помітно зниження туристичного руху, що в свою чергу зменшує вагомість галузі туризму в економіці області.

Таблиця 1

Туристичні потоки Хмельницької області 2007-2016 р.р., осіб

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів		
		іноземні туристи	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2007	56793	752	15386	40655
2008	69508	2461	13385	53662
2009	61032	1270	11390	48372
2010	59806	196	12816	46794
2011	31212	–	13048	18164
2012	32437	2	15410	17025
2013	24402	24	14966	9412
2014	19027	–	12373	6654
2015	25416	–	15227	10189
2016	19885	–	14158	5727

Джерело: складено автором за даними Головного управління статистики у Хмельницькій області [3]

Протягом 2007–2016 років в Хмельницькій області спостерігається зростання та спади в динаміці розвитку туристичної галузі, що відображено в таблиці1. Однією з важливіших причин, які гальмують в останні роки розвиток туристичної галузі – це політична та економічна нестабільність в державі, низька екологічна безпека і не виваженість державної туристичної політики. Якщо брати до уваги показники 2009 – 2010 років, то Хмельниччину досить стабільно відвідували як внутрішні, так і іноземні туристи. Надалі недостатня увага з боку місцевих органів влади до розвитку галузі, зумовила зниження інтересу, як наслідок, поступово зменшилась кількість іноземних туристів, а з 2013 року відвідування значно знизилось у зв’язку з нестабільною політичною ситуацією в Україні: Революцією Гідності, анексією Криму та військовою агресією Росії і зрештою призвело до відсутності іноземних туристів.

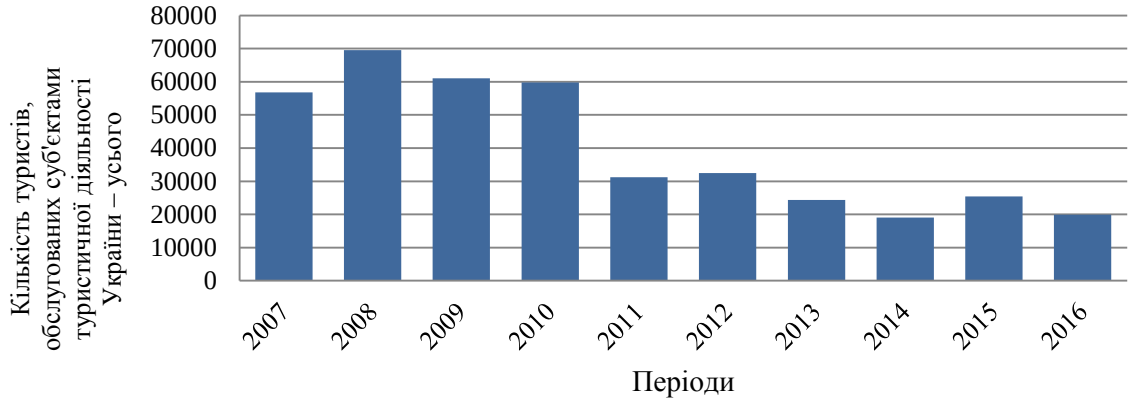


Рис. 1. Туристичні потоки Хмельницької області

Джерело: складено автором за даними Головного управління статистики у Хмельницькій області [3].

Туристичні потоки Хмельницької області за останні 10 років постійно змінювались. Максимальна кількість туристів, обслугованих суб'єктами господарювання туристичної галузі була відмічена у 2008 році – 69508 осіб. Починаючи з 2009 року присутня негативна динаміка, і в 2014 році туристичні потоки були найменші за останнє десятиріччя, у порівнянні з 2008 роком – зменшились у 3,6 рази. У 2015 році помітне незначне зростання цього показника, але у 2016 році він знову спав.

На відміну від стрімкого зниження і повної відсутності (2011, 2014-2016 рр.) кількості іноземних туристів, які відвідали Хмельниччину, зниження громадян регіону, що виїжджали за кордон було досить стриманим. Потік внутрішніх туристів за останні 10 років то зростав, то падав. У 2016 році він скоротився майже удвічі порівняно з 2015 роком, а порівняно з 2010 роком - у понад 4,5 разів (рис.2).

Рис. 2. Туристичні потоки вітчизняних туристів, обслугованих суб'єктами господарювання туристичної галузі Хмельницької області

Потік внутрішніх туристів за останні 10 років то зростав, то падав. У 2016 році він скоротився майже удвічі порівняно з 2015 роком, а порівняно з 2010 роком - у понад 4,5 разів. Економічна й політична ситуація в Україні, яка настала з початком агресії Росії, проблеми з біженцями та переселенцями суттєво вплинули на туристичні потоки.

Наведені статистичні дані щодо туристичних потоків Хмельниччини, дають змогу стверджувати, що 2014 рік характеризується найменшою загальною кількістю туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України. На відміну від стрімкого зниження і повної відсутності (2011, 2014-2016 рр.)

кількості іноземних туристів, які відвідали Хмельниччину, зниження громадян регіону, що виїжджали за кордон було досить стриманим. Це можна пояснити тим, що мета поїздки «туризм» поступово замінилась на працевлаштування і ключовим фактором впливу на трудову міграцію людей є соціально-економічна нестабільність в країні.

Спад туристичних потоків в середині країни та за кордоном відбулось в першу чергу із-за політичної нестабільності та військового конфлікту в Україні, а також зниження доходів населення, погіршення соціально-економічного положення.

Питома вага туристів, обслугованих суб'єктами господарювання туристичної галузі Хмельницької області становила у 2016 році 0,7 % аналогічного показника в Україні, що майже в два рази менше, чим у 2015 році. В тому числі : питома вага туристів, обслугованих туроператорами Хмельницької області становила у 2016 році 0,06 % аналогічного показника в Україні. Відповідна питома вага щодо турагентів була помітно більшою – 2,4 %, що є наслідком зростання загальної кількості й активності даної категорії господарюючих суб'єктів у галузі туризму області.

Таблиця 2

Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності Україна / Хмельницька обл.	%*	У тому числі	
			туроператорами	турагентами
2012	3000696 / 32437	1,1	2067336 / 7103	933360 / 25334
2013	3454316 / 24402	0,7	2376545 / 6056	1077771 / 18346
2014	2425089 / 19027	0,8	1644391 / 6158	780698 / 12869
2015	2019576 / 25426	1,3	1151125 / 2508	868451 / 22918
2016	2549606 / 19885	0,7	1767801 / 1066	781805 / 18819

%* – у % до загальної кількості туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України

Джерело: складено автором за даними [16, С.262-264].

Лідерами щодо кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності в цілому по країні у 2011 році були: м. Київ (43%), АР Крим (10,2%), Львівська обл. (5,9%). Починаючи з 2014 року дані про АР Крим відсутні. У 2016 серед перших – Київ (59%), Львівська область (4,4%), Івано-Франківська (2,5%), Дніпропетровська (1,8%).

Щодо суб'єктів туристичної діяльності Хмельницька області, відповідно статистичних даних, близько 5% загальної кількості туристів, обслуговували туроператори, а понад 95 % – турагенти. Кількість суб'єктів туристичної діяльності Хмельниччини та Україна представлена в таблиці 3.

Таблиця 3

Суб’єкти туристичної діяльності, Україна / Хмельницька обл.

Роки	Суб'єкти туристичної діяльності (усього), одиниць	У тому числі		
		туроператори	турагенти	Суб’єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
2012	5346 / 99	892 / 5	4002 / 84	452 / 10
2013	5711 / 100	945 / 4	4289 / 85	477 / 11
2014	3885 / 84	667 / 3	3069 / 71	149 / 10
2015	3181 / 78	500 / 8	2547 / 67	135 / 9
2016	3506 / 89	552 / 1	2803 / 79	151 / 9

Джерело: складено автором за даними [16, С.259-261].

Протягом останніх п’яти років на ринку туристичних послуг Хмельниччини в основному працюють турагенти (71-85), що складає близько 2% від загальної кількості турагентів та незначна кількість туроператорів (1-8) – менше 1% загальної кількості туроператорів. Значні коливання щодо кількості суб’єктів туристичної діяльності в регіоні відсутні. Більше половини всіх туроператорів зареєстровані у м. Києві. У 2016 році це 337, що складає 61% від загальної кількості туроператорів (552).

Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) туроператорів та турагентів регіону представлено на рисунку 3, який побудовано на підставі статистичних даних [18 – 22].

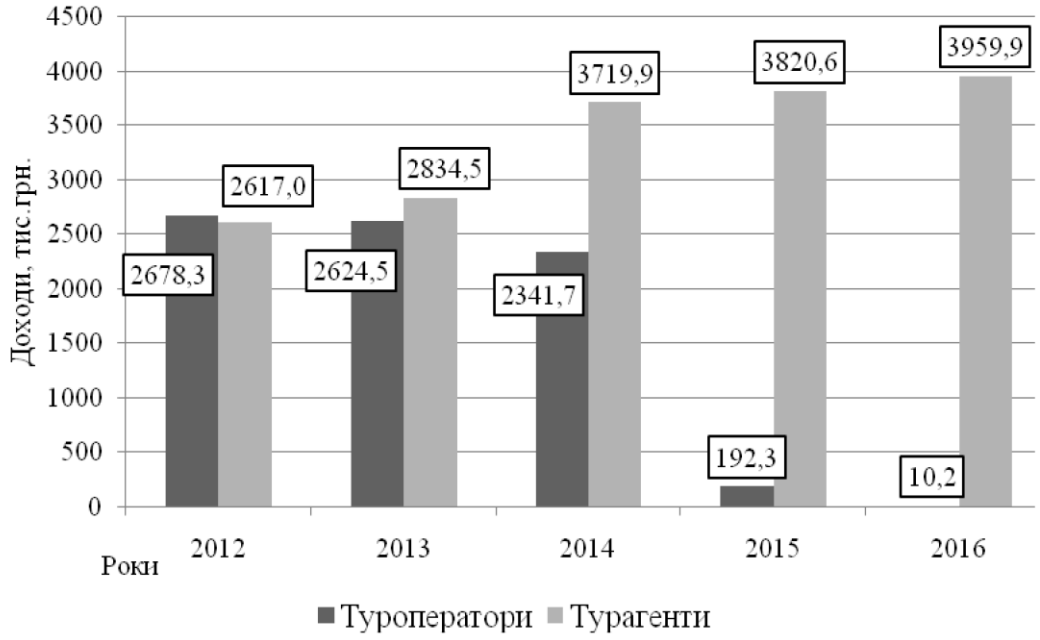


Рис. 3. Динаміка доходів суб'єктів господарювання туристичної галузі Хмельницька області від надання туристичних послуг

У Хмельницькому регіоні дохід турагентів від надання туристичних послуг значно перевищує дохід туроператорів від аналогічної діяльності. Це пов'язано, у першу чергу, з незначною кількістю турагентів в регіоні (близько 5 % від загальної кількості суб'єктів туристичного бізнесу), 95 % – це турагенти у 2015 та 2016 роках. Так, у 2016 році дохід турагентів регіону від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) значно перевищує дохід туроператів і склав 3959,9 тис. грн., що на 3949,7 тис. грн. більше ніж у туроператорів (10,2 тис. грн.), в 388 раз; у 2015 році – в 20 раз, 2014 році – 1,6 рази.

Окремою складовою інфраструктури туристичної сфери регіону є засоби розміщування туристів. До суб'єктів господарювання туристичної галузі належать підприємці (юридичні та фізичні особи), які надають такі послуги. Дослідження цієї категорії суб'єктів господарювання регіону проводимо використовуючи статистичні дані.

Таблиця 4

Структура колективних засобів розміщування туристів Хмельницької області 2012-2016 р.р.

	Колективні засоби розміщування		У тому числі:		Кількість розміщених осіб	Колективні засоби роз-ння, усього
	Усього, одн.	У % до загальної кількості по Україні	готелі та аналог. засоби розміщування	спеціал. засоби розміщування		
2012						
Юр.особи	48	1,3	33	15	163582	84
Фіз. особи-підприємці	36	1,5	35	1	32326	
2013						
Юр.особи	49	1,4	34	15	154691	106
Фіз. особи-підприємці	57	2,0	56	1	42167	
2014						
Юр.особи	49	2,0	33	16	128628	100
Фіз. особи-підприємці	51	2,5	51	-	38269	
2015						
Юр.особи	49	2,1	32	17	120420	87
Фіз. особи-підприємці	38	1,9	38	-	46004	
2016						
Юр.особи	48	2,2	31	17	133614	88
Фіз. особи-підприємці	40	1,9	40	-	50062	

Джерело: складено автором за даними [5-8, 16]

За даними Державної служби статистики у таблиці 4 розкрито структуру колективних засобів розміщування Хмельницької області. До групи «Готелі та аналогічні засоби розміщування» віднесено: готелі, мотелі, агроготелі, гуртожитки для приїжджих туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщування. Спеціалізовані засоби розміщування згідно статистичних спостережень це – санаторії, дитячі санаторії, пансіонати з лікуванням, дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри, санаторії-профілакторії, бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі) будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз), оздоровчі заклади 1-2 денного перебування.

Загальна кількість розміщених осіб у колективних засобах розміщування Хмельниччини наступна: 2012 р. – 195908 осіб, 2013 р. – 158958 осіб, 2014 р. – 166897 осіб, 2015 р. – 166424 осіб, 2016 р. – 183676 осіб. Слід виділити 2012 рік з максимальною кількість відвідувачів за останні п’ять років – 195908 осіб та 2013 рік з найменшою кількістю – 158958 осіб. Збільшення колективних засобів розміщування в регіоні протягом 2013 та 2014 років не привело до зростання кількості їх відвідувачів за цей період. За 2016 рік кількість відвідувачів колективних засобів розміщування приблизилась до рівня 2012 року і складає вже 94% його загальної кількості.

За 2015-2016 роки загальна кількість колективних засобів майже не змінилась, при цьому слід зазначити, що протягом досліджуваного періоду згідно даних статистики, максимальна кількість засобів розміщування було зареєстровано у 2013 році (106), з них: 49 – юридичні особи, 57 – фізичні особи-підприємці, що відповідно складають 1,4% та 2% від загальної кількості суб’єктів господарювання вітчизняної сфери туризму. Найменше колективних засобів розміщування було у 2012 році – 84 одиниці (48 – юридичні особи та 36 – фізичні особи-підприємці) (рис.3).

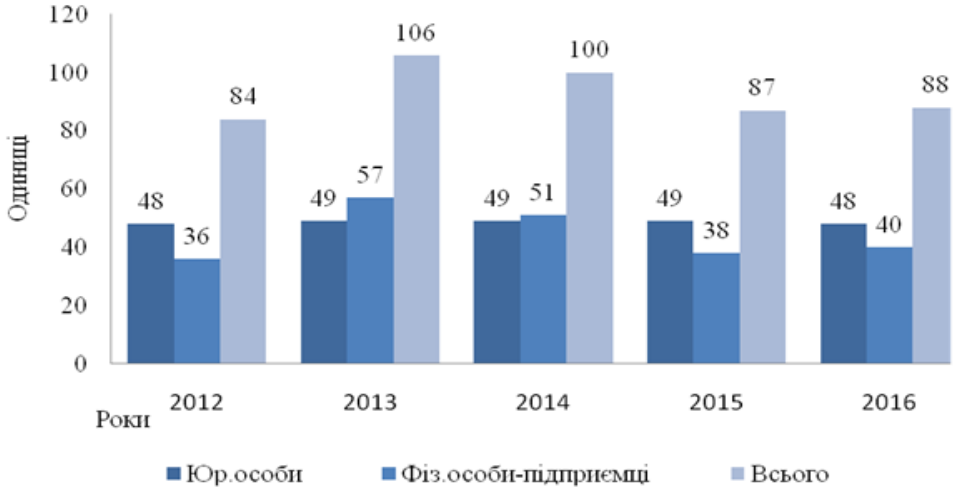


Рис.4. Колективні засоби розміщування Хмельницької області

До десятки лідерів національного ринку щодо кількості колективних засобів розміщування за 2016 рік входять такі області як: Одеська (583), Запорізька (376), Львівська (343), Миколаївська (261), Івано-Франківська (257), Закарпатська (256), Дніпропетровська (254), Херсонська (240), м. Київ (186), Київська (176). За даними статистики, загальна кількість колективних засобів розміщування України складає 4256 одиниці. Хмельницька область у даному рейтингу посідає 15 місце (88), при цьому кількість колективних засобів розміщування регіону у їх загальній кількості по Україні складає 2,1 %.

Дані про фінансові показники діяльності суб'єктів колективних засобів розміщування в Хмельницькій області впродовж 2012–2016 років наведені в таблиці 5.

Таблиця 5

Фінансові показники роботи колективних засобів розміщування Хмельницької області 2012-2016 рр., тис. грн.

Рік		Доходи від наданих послуг *	Операційні витрати	Інші витрати	Витрати
2012	Юридичні особи	83896,6	100903,0	3019,0	
	Фізичні особи-підприємці	10193,3			4960,7
2013	Юридичні особи	84641,7	98700,6	496,7	
	Фізичні особи-підприємці	13015,0			6024,5
2014	Юридичні особи	80051,7	50380,6	465,5	
	Фізичні особи-підприємці	12494,8			5724,8
2015	Юридичні особи	60101,1	56908,2	421,7	
	Фізичні особи-підприємці	17167,6			9408,9
2016	Юридичні особи	86246,5	67950,1	1544,3	
	Фізичні особи-підприємці	24652,5			15095,1

* Без ПДВ, акцизів і аналогічних платежів

Джерело: складено автором за даними [5-8, 16]

За даними таблиці 5 у 2016 році доходи від надання послуг колективних засобів розміщування юридичними особами збільшились на 26145,4 тис. грн., або 43,5%, порівняно з 2015 роком. Одночасно зросли господарські витрати відповідно на 12164,5 тис. грн., або в 1,2 рази. Негативним слід вважати зменшення доходів юридичних осіб у 2014 та 2015 роках. Такий результат зумовлений зниження фактичної кількості відвідувачів із-за, як зазначалось вище, нестабільною фінансово-економічною та політичною ситуацією в державі. Доходи фізичних осіб підприємців мають позитивну динаміку протягом п'яти років, окрім 2014 року. Доходи від наданих послуг даною категорією бізнесу 2016 року зросли у 2,4 рази у порівняння з 2012 роком і складають 24652, 5 тис. грн., при цьому збільшились витрати – у 3,4 рази. Значне підвищення витратної частини бюджету підприємців присутнє у 2016 році (15095,1 тис. грн.), що на 37% більше 2015 р.

(9408,9). Аналіз статистичних даних за 2012–2016 роки показав, що суб'єктами господарювання регіону даної сфери є прибутковими.

Проаналізувавши туристичні потоки Хмельницької області, варто зазначити, що максимальна кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності була відмічена у 2008 році, а починаючи з 2009 року присутня негативна динаміка, і в 2014 році туристичні потоки були найменші за останнє десятиріччя, у порівнянні з 2008 роком – зменшились у 3,6 рази. У 2015 році помітне незначне зростання цього показника, але у 2016 році присутнє його зменшення. Потік внутрішніх туристів у 2016 році скоротився майже удвічі порівняно з 2015 роком, а порівняно з 2010 роком - у понад 4,5 разів. При цьому присутнє незначне зменшення громадян регіону, що виїжджали за кордон і зниження та повна відсутність у 2011, 2014-2016 роках кількості іноземних туристів, які відвідали Хмельниччину.

В результаті аналізу стану підприємництва у сфері туризму в Хмельницькій області, варто зазначити, що питома вага туристів, обслугованих суб'єктами господарювання туристичної галузі Хмельницької області протягом 2012-2016 років становила від 0,7 % до 1,3 % загальній кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України. При цьому, відповідно статистичних даних, близько 5% загальної кількості туристів, обслуговували туроператори, а понад 95 % – турагенти регіону. У Хмельницькому регіоні дохід турагентів від надання туристичних послуг значно перевищує дохід туроператорів від аналогічної діяльності.

Дослідження стану колективних засобів розміщення турис**тів** Хмельницької області свідчать про незначні коливання. Максимальна кількість відвідувачів за останні п'ять років відмічена у 2012 році, мінімальна – у 2013 році. Збільшення кількості колективних засобів розміщення в регіоні протягом 2013 та 2014 років не привело до зростання кількості їх відвідувачів за цей період. Кількість відвідувачів колективних засобів розміщення 2016 (юридичні та фізичні особи-підприємці) приблизилась до рівня 2012 року і складає вже 94% його кількості. У 2016 році, за даними статистики, колективні засоби розміщення регіону складають 2,1 % у їх загальній кількості в Україні.

Аналіз статистичних даних фінансових показників роботи колективних засобів розміщування за 2012–2016 роки показав, що за аналізований період доходи перевищують витрати, що свідчить про отримання прибутку суб'єктами господарювання регіону даної сфери. У 2016 році доходи від надання послуг колективних засобів розміщування юридичними особами збільшились на 43,5%, порівняно з 2015 роком, при цьому одночасно зросли господарські витрати в 1,2 рази. Присутня позитивна динаміка доходів фізичних осіб-підприємців протягом останніх п'яти років (окрім 2014 року), де доходи від наданих ними послуг у 2016 року зросли у 2,4 рази у порівняння з 2012 роком,

одночасно зросли і витрати – у 3,4 рази, при цьому доходи перекривають витратну частину бюджету.

Порівняльний аналіз даних статистики за 2012–2016 роки показав ситуацію, яка характеризується негативними тенденціями розвитку діяльність суб'єктів господарювання туристичної галузі Хмельницького регіону. Про це свідчать від'ємні відхилення за деякими показниками. Такі результати зумовлені в першу чергу нестабільною фінансово-економічною та політичною ситуацією в державі, зменшенням доходів громадян; обмеженнями в обсягах доходів для фізичних осіб – підприємців платників єдиного податку, які передбачені Податковим кодексом; відсутністю розвиненої інфраструктури туризму в регіоні.

Низький рівень використання потужності туристичного потенціалу регіону підтверджується незначним внеском туристичної сфери у ВВП, а за даними Державної статистики України у 2016 р. відбулося скорочення кількості туристів, що ще більше знизило дохід від туристичної сфери регіону.

Найважливішою проблемою для регіону і для держави в цілому, є те, що про Україну та її туристично-рекреаційний потенціал мало відомо закордонним споживачам. Причиною цього є недостатня фінансова підтримка держави та відсутність комплексного підходу до просування вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Іншим чинником, який негативно впливає на розвиток туризму, є недостатній рівень розвиненості матеріально-технічної бази туризму та її невідповідність міжнародним стандартам, а також недостатньо розвинена транспортна система, яка включає транзитні перевезення, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського і річкового транспорту. Транспортні шляхи України перебувають у незадоволеному стані та не відповідають міжнародним вимогам щодо швидкого, надійного, безпечного та комфортного перевезення туристів. Крім цього, недостатньо розвинена туристична і сервісна інфраструктура в зоні міжнародних транспортних коридорів.

Для України в цілому та її регіонів проблему конкурентоспроможності в сфері туризму можна розв'язати за допомогою об'єднання зусиль окремих споріднених галузей та інституцій. Основним регулятором повинно стати проведення регіональної туристичної політики стимулювання малого та середнього підприємництва; організації екскурсійної діяльності, в першу чергу соціально-економічно депресивних територій, цільова інвестиційна політика.

В той же час, потенційний фонд природоохоронних, оздоровчих та рекреаційних територій Хмельниччини зараховано до першої групи регіонів України з найбільшою питомою вагою територій і об'єктів природно-заповідного фонду мають від 8 до 13 % (Тернопільська, Херсонська, Закарпатська, Івано-Франківська, Хмельницька області).

Очевидно, що Хмельниччина є одним з перспективніших туристичних регіонів України. Саме поєднання ландшафтних і історико-культурних ресурсів на території Хмельницької області створює необхідні передумови для активізації розвитку туризму, що в свою підвищить його роль в економіці регіону шляхом збільшення доходів у бюджети, зростання чисельності занятих, притоку валютних надходжень.

Необхідною умовою для ефективного розвитку туризму на Хмельниччині є створення системи регіональної координації діяльності різних організацій, від яких залежить якість туристичних послуг та реалізація активної туристичної політики. Динамічність розвитку туристичної галузі на Хмельниччині можна забезпечити за рахунок поширення і впровадження нових видів туристичних послуг. Пріоритетними для Хмельниччини є оздоровчий туризм (відпочинок та лікування на курортах області), екологічний туризм, пізнавальний, а також тури вихідного дня.

Чіткий аналіз регіональних проблем розвитку туризму, а також урахування досвіду провідних зарубіжних країн в організації туристичної діяльності є особливо актуальним питанням для розроблення заходів для покращення ситуації, що склалася в регіоні. Формування ефективної регіональної туристичної політики стає особливо актуальним в умовах значного невикористаного потенціалу туристичної галузі регіону. В перспективі розвиток туризму на Хмельниччині дозволить збільшити доходи регіонального і місцевих бюджетів, підвищить рівень життя населення. Одночасно збільшення об'єктів туризму, оновлення колективних засобів розміщення позитивно впливає на стан кон'юнктури у будівництві та інфраструктурі, дозволяє вирішити проблеми зайнятості та екології у регіоні.

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. / Видавничо-поліграфічний центр «*Київський університет*», 2001.С. 395

2. Власенко І.В. Сучасний стан та особливості розвитку ринку туристичних послуг України в умовах національної економіки /URL: https://scholar.google.com/scholar?cluster=10633848758987260642&hl=en&oi=scholarr.

3. Головне управління статистики у Хмельницькій області URL: http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/statinf/tur/tp_r.htm.

4. Горіна Г.О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації : Дис. на здобуття наукового ступеня док. Економ. Наук 08.00.03/ Нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Дніпро, 2017. С. 493

5. Кифяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону . 2013. № 1. С. 128-132.

6. Колективні засоби розміщування в Україні у 2014 році: Статистичний бюлетень. Київ. : Державна служба статистики України. 2015. 200 С. С.50.

7. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році: Статистичний бюлетень. Київ. : Державна служба статистики України. 2016. 200 С. С.50.

8. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році: Статистичний бюлетень Київ. : Державна служба статистики України. 2017. 200 с. С.50.

9. Лотиш О.Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. С.134-138

10. Любинська І.Б. Оцінка кліматичних ресурсів Хмельницької області для організації рекреаційної діяльності / Наукові записки Тернопільського національного пед. ун-ту ім. Володимира Гнатюка. Сер. Географія. 2010. – Вип. 2 (28). – С. 256-260.

11. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків. Вид. Нац. ун-т цивільного захисту України, 2017. С. 153

12. Моран О. І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону: автореф. дис. … к.е.н.: 08.00.05 / «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка». Львів, 2008. С. 22.

13. Омельчак К. О. Державне регулювання туристичної галузі на національному, регіональному та місцевому рівнях // Держава та регіони. 2010. – № 1. – С. 80–85.

14. В.Ф. Семенова. Управління регіональним розвитком туризму: навчальний посібник. / за ред. В.Ф. Семенова. –: Одеський державний економічний університет, Одеса, 2011. С.225

15. Соколенко С. І. Кластерний підхід як технологія управління регіональним економічним розвитком // Кластерний підхід до управління та розвитку регіонів: тези VI міжнар. наук.-практ. конф., 21–22 червня 2012 р. –Севастополь, 2012. – С. 9–11.

16. Статистичні збірник «Регіони України» 2017. Частина 1. Київ.: Державна служба статистики України. 2017. С. 323.

17. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: http://expres.ua/news/2017/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidut-naybilshe-napryamypotribno-rozvyvaty.

18. Туристична діяльність в Україні у 2012 році: Статистичний бюлетень. – Київ. : Державна служба статистики України. 2013. С. 272.

19. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: Статистичний бюлетень. – Київ. : Державна служба статистики України. 2014. С. 272.

20. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: Статистичний бюлетень. – Київ. : Державна служба статистики України. 2015. С. 76.

21. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: Статистичний бюлетень. – Київ. : Державна служба статистики України. 2016. С. 76

22. Туристична діяльність в Україні у 2016 році: Статистичний бюлетень. – Київ. : Державна служба статистики України. 2017. С. 76

23. Хмельницька обласна державна адміністрації. URL: http://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1562.

24. Хмельниччина туристична: історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку: колективна монографія / За ред. С.А. Копилова (гол. ред.), С.Е. Баженової (наук. ред.)].. – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2015. Розділ 7. С. 120–149.

25. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 World Economic Forum Geneva Copyright© 2017 by the World Economic Forum URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf.

Л.О. Матвейчук

Діяльність підприємств в умовах розвитку цифрової економіки

Передумовою для розбудови в Україні цифрового ринку та його подальшої інтеграції до єдиного цифрового ринку ЄС є розвиток вітчизняної цифрової економіки. В умовах розвитку цифрової економіки ефективність діяльності підприємств в першу чергу залежить від активності використання інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) та сучасних засобів зв'язку. На сьогодні запорукою успішної діяльності будь-якого підприємства і держави в цілому є розвиток ІКТ, систем електронного обміну інформацією та використання мережі Інтернет.

Як відзначає В.В. Апалькова, цифрова економіка є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності і економічного розвитку [1, с. 13]. Спільною ознакою багатьох наукових підходів до визначення сутності цифрової економіки є спроба вчених виділити широке застосуванні ІКТ у процесах суспільного виробництва. Підсумовуючи результати досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених можна виокремити характерні ознаки цифрової економіки, а саме:

– масове застосування ІКТ і мережі Інтернет та посилення їх ролі в житті суспільства;

– перехід інформаційних ресурсів суспільства в ресурси соціально-економічного розвитку;

– збільшення питомої ваги ІКТ, інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті країни;

– формування єдиного інформаційного простору;

– доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їх потреб в інформаційних продуктах і послугах;

– інформаційна й економічна інтеграції країн і народів.

Виключно важливу роль у сприянні цифровому розвитку відіграють чотири основних фактори:

1) цифрові фінанси – впровадження цифрових технологій у банківський сектор економіки, он-лайн платежі в електронній торгівлі, електронні переводи, електронні торги, електронні державні закупівлі, електронний державний бюджет, державні соціальні допомоги (пенсії), мобільні гроші, цифрова валюта);

2) соціальні мережі – вигідна з економічної точки зору взаємодія, є джерелом інноваційних ідей, являється базою для збору та розповсюдження інформації, сприяє залученню учасників в політичне життя та соціальним змінам;

3) цифрова ідентифікація – застосування єдиної електронної системи засвідчення особистості для безпечних банківських операцій, голосування, доступу до соціальних послуг, оплата комунальних платежів та багато інше;

4) революція даних – в фокусі уваги знаходяться взаємопов'язані інновації – великі дані і відкриття даних. При цьому аналітика великих масивів даних застосовується для вдосконалення транспортних потоків, оцінки узагальнених макро-економічних показників, вдосконалення управлінських процесів. Щодо відкритих даних, то важливим джерелом відкритих даних являються або можуть являтися уряди [7, с.27-28].

Цифрова економіка передбачає взаємодію між учасниками процесів в режимі он-лайн**.** Тому, продовжуючи тему дослідження, окремо слід розкрити суб'єктів цифрової економіки скориставшись матрицею електронного простор**у** українського дослідника А.О. Маслова. Конструкцію електронної взаємодії автор подав у вигляді матриці, де учасниками є: держава, бізнес і споживачі (табл. 1) [12].

Таблиця 1

Матриця електронного простору

Суб'єкти економіки	Держава	Бізнес	Споживач
Держава	G2G	G2B	G2C
Бізнес	G2B	B2B	B2C
Споживач	G2C	C2B	C2C

Джерело: складено автором на основі [12, с. 102]

Діяльність суб'єктів цифрової економіки розкриємо через матрицю електронного простору, де електронна взаємодія суб'єктів цифрової економіки відбувається : між представниками бізнесу, споживачами та державними органами. Суб'єкти і напрями електронної взаємодії учасників цифрових економічних відносин представлено у таблиці 2.

Таблиця 2

Електронна взаємодія суб'єктів цифрової економіки

Суб'єкти	Напрями електронної взаємодії
бізнес – бізнес B2B – business to business	взаємодія бізнес-структур в електронній комерції, надання маркетингових та інформаційних послуг через Інтернет, Інтернет-тендери, електронні торги, електронні платіжні розрахунки, електронний документообіг з використанням ЕЦП
бізнес – споживач B2C – business to citizens	електронна торгівля через Інтернет-магазини, надання електронних бізнес-послуг споживачам: поширення реклами; створення можливостей для пошуку інформації та доступу до неї, передачі та зберігання інформації, розміщення інформації на замовлення іншої особи, передачі інформації за запитом особи або відправлення комерційних електронних повідомлень
споживач –	електронна взаємодія покупців між собою: інтернет-

споживач C2C – citizens to citizens	аукціони, продаж товарів та послуг через веб-портали, участь у форумах, обмін бізнес-інформацією
уряд – бізнес G2B – government to business	електронна інформаційна взаємодія державних органів і представників бізнесу: електронні транзакції, електронна реєстрація, електронна ідентифікація; електронні сервіси, електронна система звернень, електронна звітність, державні закупівлі через електронні торги
уряд – громадяни G2C – government to citizens	електронна інформаційна взаємодія державних органів і громадян: електронна система звернень громадян; он-лайн участь в обговоренні законопроектів, надання державних послуг та інформації громадянам в режимі он-лайн, доступ громадян до інформаційних ресурсів органів публічного управління, електронне опитування
уряд – уряд G2G – government to government	он-лайн комунікації та обмін інформацією між державними відомствами й організаціями; участь в єдиній інформаційно-комунікаційній платформі органів державної влади; міжнародний обмін інформацією

Джерело: складено автором

В основі електронної взаємодії учасників цифрової економіки лежать інформаційні технології та мережа Інтернет. Інтернет став бізнес-середовищем, де фінансові й торговельні транзакції здійснюються за допомогою ІКТ.

В умовах глобалізації економіки така взаємодія набуває міждержавних відносин, міжнародних економічних стосунків. Саме цифрова економіка сприяє розвитку даного напрямку**.** Базовим орієнтиром для країн ЄС в умовах переходу до цифрової економіки є Цифровий порядок, де важливим незмінним пунктом якого є створення Єдиного цифрового ринку (Digital Single Market). Зауважимо, що розвинуті країни приділяють значну увагу розвитку цифрової економіки. Європейська комісія виділяє п’ять вимірів програми цифрового підприємництва: а) цифрові знання та ринок ІКТ; б) цифрове бізнес-середовище; в) доступ до фінансів для бізнесу; г) цифрові навички працюючих та електронне лідерство; д) створення підтримуючої підприємницької культури.

Для оцінки рівня технологічного розвитку в країнах Європейського Союзу та ступеня запровадження інноваційних технологій у суспільстві, зокрема, в економіці використовують індекс цифрової економіки та суспільства DESI (The Digital Economy and Society Index). Європейська комісія щорічно оцінює прогрес країн ЄС у напрямку цифрової економіки та суспільства. Даний індекс об'єднує відповідні показники щодо нинішньої цифрової політики в Європі, підсумовує приблизно 30 релевантних показників європейської цифрової ефективності та стежить за розвитком держав-членів ЄС за п'ятьма основними вимірами : людський капітал, інтеграція цифрових

технологій, цифрові публічні послуги, якість засобів зв'язку та використання Інтернету. Індекс розраховується від 0 до 1 [17].

У 2017 році країни ЄС отримали найвищі оцінки за такими складовими індексу DESI: зв'язок (0,63), людський капітал (0,55) та поширення цифрових громадських послуг (0,55). Втім, потребує покращення інтеграція цифрових технологій у підприємницьку діяльність (0,37), використання інтернету (0,48) (таб. 3) [15].

Таблиця 3

10 країн ЄС з найбільш розвинутими цифровими економіками

Країна	Рейтинг DESI		Складові індексу DESI									
			Зв'язок		Людский капітал		Використання Інтернету		Інтеграція цифрових технологій		Цифрові публічні послуги	
Данія	1	0,71	4	0,76	5	0,69	1	0,72	1	0,62	4	0,74
Фінляндія	2	0,68	12	0,64	1	0,76	5	0,62	3	0,56	2	0,82
Швеція	3	0,67	5	0,76	4	0,69	2	0,71	4	0,54	8	0,65
Нідерланди	4	0,67	1	0,82	6	0,65	4	0,62	6	0,48	3	0,77
Люксенбург	5	0,61	2	0,79	2	0,73	3	0,64	22	0,30	19	0,49
Бельгія	6	0,61	4	0,78	11	0,57	11	0,52	5	0,52	13	0,57
Великобританія	7	0,60	6	0,74	3		7	0,59	15	0,37	18	0,50
Ірландія	8	0,59	11	0,65	12	0,56	16	0,48	2	0,56	7	0,67
Естонія	9	0,58	17	0,62	10	0,58	6	0,60	20	0,32	1	0,84
Австралія	10	0,57	15	0,63	7	0,62	20	0,44	14	0,39	5	0,73
Середній Індекс по групі		0,63		0,72		0,66		0,59		0,45		0,67
Євросоюз		0,52		0,63		0,55		0,48		0,37		0,55

Джерело: сформовано автором за даними джерела [29]

Відповідно до значення індексу DESI, у 2017 році лідерами з розвитку цифрових технологій серед країн Європейського Союзу є Данія, Фінляндія, Швеція, Нідерланди, Люксембург, Бельгія, Великобританія, Ірландія, Естонія, Австрія. Міжнародний досвід свідчить, що розвинені країни світу активно впроваджують концепції розвитку цифрової економіки і використовують як важіль для довгострокового зростання. Лідируючі позиції у рейтингу забезпечує в першу чергу активна участь уряду країн у посиленні електронного взаємозв'язку з населенням та бізнесом шляхом впровадження нових технологій у всі сфери економіки.

На думку науковців, розвиток цифрової економіки в Україні знаходиться на початковому етапі і він відбуватися одночасно за трьома наступними напрямами:

– технологічним, де всі рішення техніко-технологічного характеру, повинні бути стандартизовані, тобто бути безпечним та сертифікованими;

– виробничим, що включає в себе конкретні бізнес додатки, які відповідають вимогам моделей управління другого напряму, який базується на технічному забезпеченні та інфраструктурі першого напряму;

– інституційно-економічним, який передбачає організацію нових моделей управління та бізнес моделей з використанням розумних речей, промислового Інтернет-речей, блокчейн технології, її інституційного забезпечення, відповідати нормативно-правовій базі соціально-економічних відносин суспільства [11].

Цифрова епоха суспільства змінює підхід до ведення бізнесу, потребує використовуваних інформаційних технологій та сучасних засобів зв'язку. Фундаментальним у побудові цифрових економічних відносин є застосування ІКТ та мережі Інтернет суб'єктами господарювання з метою максимальної автоматизації бізнес-процесів усередині підприємства і побудова взаємовідносин з іншими представниками бізнесу, споживачами та державними органами за рахунок використання сучасних ІКТ.

Щодо дослідження використання ІКТ на підприємствах України, слід зазначити, що основою його інформаційного забезпечення є дані офіційної статистики. Під час оцінювання розвитку ІКТ суб'єктів на макрорівні використовувались матеріали статистичних обстежень «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України»: одноразові (станом на 25.04.2011 р. [2] та 09.02.2013 р [3]), а також, з 2015 року статистичні бюлетені з даної тематики [4 - 6].

Одноразове державне статистичне спостереження «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України» станом на 25.04.2011 р. було проведено у 2011 році. Обстеженням було охоплено 57970 підприємств за рекомендованими Євростатом видами економічної діяльності в усіх регіонах України, з яких 87,7% підприємств користувались комп'ютерами у роботі. Найвищий рівень комп'ютеризації показали підприємства, що здійснювали діяльність у галузі грошового посередництва, надання кредитів, страхування – 98,6% з загальної кількості підприємств, які прийняли участь в обстеженні. Із загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери, 60,6% – користувались внутрішньою комп'ютерною мережею, а розширену внутрішню комп'ютерну мережу мало майже кожне сьоме підприємство. Частка підприємств, що мали доступ до глобальної мережі Інтернет становила 86,2% (43847 підприємств) загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери. Більше третини підприємств (36,4%), які мали доступ до Інтернет, вели домашню сторінку або мали веб-сайт [2].

У 2013 році органами державної статистики було проведено наступне одноразове державне статистичне спостереження «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на

підприємствах України» станом на 09.02.2013 р. Обстеженням було охоплено 49004 підприємства за рекомендованими Євростатом видами економічної діяльності в усіх регіонах України, з яких 91,1% підприємств користувались комп'ютерами у роботі. Найвищий рівень комп'ютеризації показали підприємства, що здійснювали діяльність у галузі грошового посередництва, надання кредитів, страхування – 99,6% загальної кількості підприємств, які прийняли участь в обстеженні. Із загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери, 62,7% – користувались внутрішньою комп'ютерною мережею, а розширену внутрішню комп'ютерну мережу мало майже кожне шосте підприємство. Кожне четверте підприємство, яке використовувало комп'ютери, мало функціонуючу домашню сторінку у внутрішній комп'ютерній мережі (Інтранет) та використовувало бездротовий доступ для своєї внутрішньої комп'ютерної мережі. Частка підприємств, що мали доступ до глобальної мережі Інтернет становила 95,1% (42464 підприємств) загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери; 39,8% цих підприємств мали власний веб-сайт [3].

З метою отримання об'єктивної статистичної інформації щодо розвитку цього напряму в 2014 році Державною службою статистики України запроваджено на щорічній основі державне статистичне спостереження «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах». Інформаційне наповнення якого відбувається відповідно до загальної системи звітності в Україні, що визначається Загальним табелем (переліком) форм державних статистичних спостережень. Відповідно до переліку форм державного статистичного дослідження на 2015 р. [9] затверджено форми державних статистичних спостережень напряму «Інформаційне суспільство» (табл. 4) згідно з методологією обстеження для юридичних осіб.

Таблиця 4

Форми державного статистичного спостереження на 2014 р.

№	Найменування звіту	Форма	Звітний період
11	Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах	1-ІКТ	рік
22	Звіт про телефонізацію об'єктів у сільській місцевості та потреби населення в домашніх телефонах мережі загального користування	43-зв'язок	рік
33	Звіт про діяльність операторів, провайдерів телекомунікацій та поштового зв'язку	14-зв'язок	квартал

Джерело: сформовано автором

Відповідні відомчі накази Державної служби статистики України регламентують обов'язкову подачу статистичних звітів, починаючи з

2015 року, за звітний період (квартал, рік) юридичними особами до органів державної статистики за своїм місцеперебуванням.

Звіт «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах» (форма № 1-ІКТ) гармонізований із вимогами Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (UNCTAD). Форма складається з восьми розділів: використання комп'ютерів та комп'ютерних мереж; доступ та використання мережі Інтернет; мобільне підключення до мережі Інтернет для використання у бізнесі; електронний обмін даними; використання соціальних медіа; електронна торгівля через комп'ютерні мережі; усвідомлення переваг від використання ІКТ та додаткова інформація про підприємство. У 2016 році у форму № 1-ІКТ («Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах») були внесені зміни, нова форма затверджена Наказом Державним комітетом статистики України № 226 від 25.11.2016 р.

Державне статистичне спостереження «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах» націлене на обстеження юридичних осіб із середньою кількістю працівників від 10 і більше осіб за видами економічної діяльності КВЕД–2010 Секції C, D, E, F, G, H, I, J, K (класи 64.19, 64.92, 66.12, 66.19, групи 65.1, 65.2), L, M (розділи 69-74), N, S (група 95.1). Результати державного статистичного спостереження узагальнюються на державному рівні у таких розрізах: по Україні та за регіонами; по Україні в розрізі видів економічної діяльності; по Україні за розмірами підприємств. Дані державного статистичного спостереження використовуються для заповнення міжнародного запитальника UNCTAD «Анкета: використання ІКТ підприємствами та сектор ІКТ» (для публікації UNCTAD «Доповіді про інформаційну економіку») [13].

Отже, наявність інформаційних ресурсів державного статистичного спостереження «Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах» 2015-2017 років створює підґрунтя для проведення запланованих досліджень. Однак, різноплановість та не однотипність опублікованих результатів даних спостережень органів статистики, не дозволяє проаналізувати деякі показники в динаміці за останні три роки; до того ж, обстежувались тільки юридичні особи із середньою кількістю працівників від 10 і більше осіб за певними видами економічної діяльності, тому відсутні дані щодо підприємств з меншою кількістю працюючих та підприємців-фізичних осіб, все це не сприяє здійснити повноцінне дослідження даної проблематики. Разом з тим, започатковані органами статистики такі спостереження вдосконалюються, що свідчать нові підрозділи у статистичному бюлетені 2017 року, а саме: 1.11. Використання послуг хмарних обчислень, 1.12. Види постачальників послуг хмарних обчислень, 1.13. Аналіз «великих даних», 1.14. Використання ІКТ для надання рахунків-фактур, 1.15. Електронна

торгівля через комп'ютерні мережі. Дане авторське дослідженні проведено з використанням існуючих офіційних даних органів статистики України. Узагальнені результати використання ІКТ на підприємствах України відображено у таблиці 5.

Таблиця 5

Використання ІКТ на підприємствах України

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
Кількість підприємств, які взяли участь в обстеженні – усього, од.	44075	43694*	41577*
Підприємства, які використовували комп`ютери упродовж року, од.	41165	41597	39540
Частка підприємств, які використовували комп'ютери , у загальної кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні, %	93,4	95,2	95,1
Частка середньої кількості працівників (включаючи штатних та позаштатних), які використовували комп'ютер у середній кількості працівників підприємства, %	30,3	34,5	30,9
Кількість підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, од.	40111	40747	38825
Частка підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, у загальній кількості підприємств, які використовували комп'ютери, %	97,4	98,0	98,2
Частка підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, у загальній кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні, %	91,1	93,2	93,5
Частка середньої кількості працівників (включаючи штатних та позаштатних), що регулярно використовували приєднаний до мережі Інтернет комп`ютер, у до середньої кількості працівників, що використовували комп`ютер, %	79,6	79,7	79,1
Кількість підприємств, що мали веб-сайт, який функціонував у мережі Інтернет, од.	13485	18323	15608
Частка підприємств, що мали веб-сайт, який функціонував у мережі Інтернет, у загальній кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні , %	30,6	41,9	37,5
Частка підприємств, які користувались локальною комп'ютерною мережею, у загальній кількості підприємства, які використовували комп`ютери упродовж року, %	58,1	61,6	65,9

* – *розраховано автором.*

Джерело: Сформовано за даними [4-6]

Протягом 2014 р. 93,4% підприємств (від загальної кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні) користувались комп’ютерами.

Найвищий рівень комп’ютеризації показали підприємства, що здійснювали діяльність з надання інших видів послуг – 98,2%. Високе

значення цього показника було у підприємств з надання послуг інформації та комунікацій – 96,6%, найменший рівень комп'ютеризації спостерігався у сфері тимчасового розміщування і організації харчування – 87,6%. Із загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери, 58,1% користувались локальною комп'ютерною мережею. Частка підприємств, що мали доступ до глобальної мережі Інтернет становила 97,4% (40111 підприємств) загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери. Третина підприємств, які мали доступ до Інтернет, мали веб-сайт. На підприємствах, що обстежувались, працювало 4002,0 тис. осіб, з яких 1213,6 тис. осіб (30,3%) використовували у своїй роботі комп'ютери.

У 2015 році частка підприємств, які використовували комп'ютери, у % до загальної кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні склала 95,2 %. Щодо даного коефіцієнта по видам економічної діяльності, слід виділити найбільші : 98,9 – фінансова і страхова діяльність, 98,3 – надання інших послуг, 98,2 – інформація та телекомунікації. Частка середньої кількості працівників (включаючи штатних та позаштатних), що використовували комп'ютер, у % до середньої кількості працівників підприємств складає 34,5 %. У сфері фінансової та страхової діяльності даний показник найвищий – 85,9 %, а найменший – 22,4 % при здійснені діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування. Частка підприємств, що мали доступ до глобальної мережі Інтернет становила 98,0% (40747 підприємств) загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери. Всі підприємства, з основним видом економічної діяльності «Надання інших видів послуг» мали доступ до мережі Інтернет; щодо інших галузей, даний показник коливається від 96,1 % до 99,6%. Частка підприємств, які мали власний веб-сайт в загальній кількості підприємств, що обстежувались складає 41,9 %. Більше половини підприємств з власними веб-ресурсами в мережі Інтернет у сферах: фінансова та страхова діяльність – 87,3%, інформація та телекомунікації – 65,7%, переробна промисловість – 53, 4%.

Відносне порівняння показників розвитку ІКТ на підприємствах України за 2014-2016 р.р. наведено на рисунку 1. За результатами обстеження щодо використання ІКТ у 2016 р. користувалися у своїй роботі комп'ютерами 95,1% підприємств (у 2015 р. – 95,2%, у 2014 р. – 93,4%) та мали доступ до мережі Інтернет – 98,2% (у 2015 р. – 97,4%, у 2014 р. – 98,0%).

Частка підприємств, що мали веб-сайт, у загальній кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні у 2016 р. складає 37,5 %, (у 2015 р. – 41,9 %, у 2014 р. – 30,6 %). По даним показникам є позитивна динаміка у порівняні з 2014 р, але присутнє зменшення їх у 2016 р. у порівнянні з 2015 р.

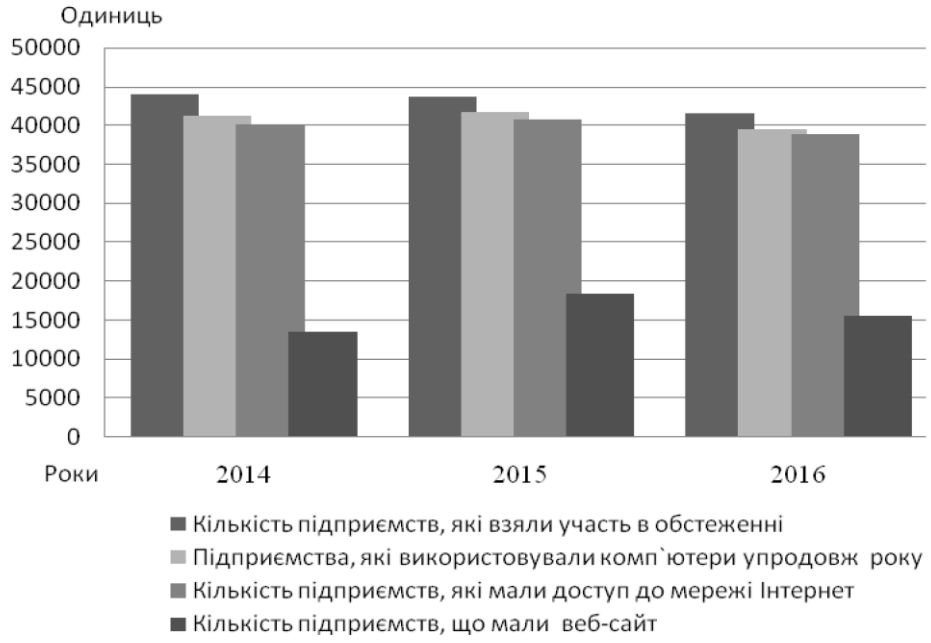


Рис.1. Динаміка розвитку ІКТ на підприємствах України за 2014-2016 р.р.

Підприємства, які мали доступ до Інтернету, використовували його з метою: надсилання чи отримання повідомлень електронною поштою, здійснення телефонних дзвінків за допомогою Інтернет/VoIP-зв'язку або відео-конференцій, отримання інформації про товари та послуги, користування миттєвим обміном повідомленнями та електронною дошкою оголошень, отримання інформації від органів державної влади, здійснення різноманітних операцій з органами державної влади (за винятком отримання інформації), здійснення банківських операцій, доступ до інших фінансових послуг тощо.

Наявність веб-сайту у підприємств забезпечувала наступні можливості: обслуговування клієнтів, постачання продукції та послуг у режимі он-лайн, можливість відвідувачів формувати замовлення товарів та послуг у режимі он-лайн, спостереження за статусом розміщених замовлень, персоніфіковане інформаційне наповнення веб-сайту для постійних або повторних клієнтів, посилання на веб-сайт підприємства в соціальних медіа, оголошення про відкриті вакансії або подання заяви на заміщення вакантних посад у режимі он-лайн, навчання персоналу [6].

Щодо галузей економіки, найвищий рівень комп'ютеризації у 2016 році показали підприємства, що здійснювали діяльність у сфері інформації та телекомунікацій – 98,3% (у 2015 р. – 98,2%). Високе значення цього показника було у підприємств, що діяли у сфері водопостачання; каналізації, поводження з відходами – 98,0% (у 2015 р. – 98,1%). Найменший рівень комп'ютеризації спостерігався у підприємств із діяльності у сфері адміністративного та допоміжного

обслуговування – 89,1% (у 2015 р. – 89,2%). Структуру підприємств, які використовували комп`ютери упродовж 2016 року, за видами економічної діяльності представлено на рисунку 2.

Рис.2. Структура підприємств, які використовували комп`ютери упродовж 2016 року, за видами економічної діяльності

Із загальної кількості підприємств, які використовували комп'ютери протягом 2016 р., 65,9% користувались мережею Інтранет, що майже втричі більше порівняно з 2015 р.; 62,5% користувались локальною комп'ютерною мережею (у 2015 р. – 61,6%); мережу Екстранет мало кожне одинадцяте підприємство (у 2015 р. – кожне сьоме).

Із загальної кількості підприємств, що використовували мережу Інтернет, у 2016 р. 71,8% підприємств застосовували фіксований широкосмуговий доступ (у 2015 р. – 65,7%, 2014 р. – 31,2%), кожне третє підприємство – вузькосмуговий доступ (у 2015р. – 29,7%) і кожне четверте – широкосмугове мобільне з'єднання (у 2015 р. – кожне третє).

Із загальної кількості підприємств, що мали доступ до мережі Інтернет, використовували соціальні мережі – 24,7% (у 2015 р. –17,9%), засоби обміну знаннями – 12,7% (у 2015 р. – 19,1%), веб-сайт з мультимедійним вмістом – 12,6% (у 2015 р. – 11,1%), блоги та мікроблоги підприємства– 6,9% (у 2015 р. – 5,2 %).

Динаміку розвитку ІКТ можна простежити на підприємствах різних розмірів. Статистичні дані згруповані по групам за кількістю працівників: малі підприємства – з кількістю працюючих 10-49 осіб, середні підприємства – з кількістю працюючих 50-249 осіб, великі підприємства – з кількістю працюючих 250 і більше осіб (таб.6)

Таблиця 6

Підприємства, які використовували комп`ютери 2014-2016 р.р.

Розміри підпр-ств	Кількість підприємств – усього, од.			Кількість підприємств, які використовували комп`ютери упродовж року, од.			Частка підприємств, які використовували комп`ютери упродовж року, у загальної кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні, %		
	2014	2015*	2016*	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Малі	33455	33303	30995	30664	31305	29073	91,7	94,0	93,8
Середні	8397	8256	8449	8282	8167	8339	98,6	98,9	98,7
Великі	2223	2127	2137	2219	2125	2128	99,8	99,9	99,6
Всього	44075	43686	41581	41165	41597	39540	93,4	95,2	95,1

** Розраховано автором*

Джерело: побудовано за джерелами [4, с.23; 5, с. 17; 6, с.21-22]

Показник використання комп'ютерної техніки є найвищим у великих підприємств, зокрема, у 2014 р протягом року використовували комп'ютерну техніку 99,8 % підприємств, від загальної кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні; в 2015 р. – 99,9 %, 2016 р. – 99,6%. Слід зазначити, що у 2015 році показники частка підприємств, які використовували комп`ютери упродовж року, перевищують аналогічні показники 2014 та 2016 років.

Серед суб'єктів господарювання, що використовували комп'ютери протягом року, середній показник кількості підприємств, які мали доступ до Інтернету, в 2014 р. становив 97,0 %; у 2015 р. – 98,0 %; у 2016 р. – 98,2 %; (відповідно: 97,8 % − малі підприємства, 99,3 % − середні, 99,6 % − великі). (таб.7).

Таблиця 7

Підприємства, які мали доступ до мережі Інтернет 2014-2016 р.р.

	Кількість підприємств, які використовували комп`ютери упродовж року, од.			Кількість підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, од.			Частка підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет, у кількості підприємств, які використовували комп'ютери,%		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Малі	30664	31305	29073	29721	30533	30995	96,9	97,5	97,8
Середні	8282	8167	8339	8179	8096	8449	98,8	99,1	99,3
Великі	2219	2125	2128	2211	2118	2137	99,6	99,7	99,6
Всього	41165	41597	39540	40111	40747	41581	97,0	98,0	98,2

Джерело: побудовано за джерелами [4, с.23; 5, с. 17; 6, с.21-22]

Найактивніше використовували Інтернет суб'єкти великого підприємництва. За період дослідження присутня позитивна динаміка

для всіх розмірів підприємств частка підприємств, які мали доступ до мережі Інтернет.

Окремо слід виділити, матеріали статистичних обстежень 2017 року, де виділено нові підрозділи:

– використання послуг хмарних обчислень,
– види постачальників послуг хмарних обчислень;
– аналіз «великих даних»;
– використання ІКТ для надання рахунків-фактур;
– електронна торгівля через комп'ютерні мережі.

Упродовж 2016 року 3639 підприємств (близько 10% загальної кількості підприємств, скористались послугами із серверів провайдерів – послуги хмарних обчислень, які передбачають віддалену обробку та зберігання даних. До переліку послуг віднесено наступні: електронна пошта, офісне програмне забезпечення, хостинг бази даних підприємства, сервіс для зберігання файлів, фінансові або бухгалтерські прикладні програми, програми для управління взаємовідносинами з клієнтами, комп'ютерна потужність для функціонування програмного забезпечення підприємства. 3581 підприємств, проводили аналіз «великих даних», отриманих із даних свого підприємства, отриманих зі смарт-пристроїв або датчиків, а це близько 9 % у загальні кількості підприємств, які взяли участь в обстеженні. При цьому 70 % підприємств аналіз «великих даних» проводили працівники цих підприємства, а 30 % – зовнішні постачальники послуг.

Показники статистичних обстежень та дані експрес-випусків за останні три роки дають право зробити висновок про незначну позитивну динаміку впровадження ІКТ на вітчизняних підприємствах. Але офіційні дані статистики є вибіркові, так як у статистичних бюлетенях оприлюднена інформація по підприємствам – юридичним особами із кількістю найманих працівників 10 і більше осіб, та підприємствах окремих видах економічної діяльності. Відсутні дані по підприємствах з чисельністю працюючих менше 10 чоловік, а також по фізичним особам – підприємцях.

В силу вищезазначених причин, при вивченні проблеми використання ІКТ підприємствами були використані інформаційна база статистичних спостережень за досить короткий період із незначною часткою досліджуваних підприємств (менше ніж 20 % загальної кількості зареєстрованих юридичних осіб по регіонах), що ускладнило проведення дослідження. За результатами проведеного дослідження частки підприємств можна сформувати такі висновки:

– понад 90 % підприємств, які приймали участь у обстеженні, використовують комп’ютерну техніку в роботі;

– найвищим рівень комп’ютеризації є у сферах інформації та телекомунікацій, фінансовій і страховій діяльності, найнижчим – у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування;

– понад 60 % підприємств, які використовували комп'ютери у роботі, користувались внутрішньою комп'ютерною мережею;

– автоматизований обмін даними застосовували понад 60 % підприємств;

– усі підприємства широко використовували Інтернет. Понад 90% підприємств (малі, середні та великі) мали доступ до Всесвітньої мережі;

– більше ніж третина підприємств, які мали доступ до Інтернету, мали власний веб-ресурс;

– найвищий рівень розвитку ІКТ спостерігається на великих підприємствах.

Для більш повного вивчення цієї проблеми необхідно охопити всіх суб'єктів господарювання цифрової економіки та розширити перелік показників, враховуючи при цьому такі параметри: рівень використання ІКТ у суспільному, комерційному та державному секторах, розвиток вітчизняної ІТ-сфери, розвиток людського капіталу, рівень присутності держави в мережі Інтернет, готовність громадян, ділових кіл і державних органів до використання ІКТ. Для цього органам статистики необхідно розробити форми обов'язкової статистичної звітності для проведення статистичних обстежень з метою аналізу розвитку, структури, кількісного та якісного оцінювання показників суб'єктів цифрової економіки.

На використання ІКТ вітчизняними підприємствами безпосередньо має вплив розвиток національної ІТ-індустрії. Дослідження ІТ-сфери в Україні (розвиток, структуру, кількісні та якісні показники) є питанням досить складним. Наявність існуючих проблем – відсутність інформаційних даних щодо функціонування галузі, вибіркові наукові дослідження, стрімкий розвиток ІКТ – змушує використовувати матеріали з неофіційних джерел. Поруч з цим, слід відзначити, що практичні досягнення ІТ-сфери випереджають наукові дослідження.

На сьогодні ІТ-сфера є ключовою сферою цифрової економіки, і від її розвитку залежить рівень цивілізації та конкурентоспроможності національних господарств. Якщо вірити ЗМІ, то обсяг експорту послуг вітчизняної ІТ-індустрії в 2017 р. перебуває на третьому місці з-поміж експортно-орієнтовних галузей України після металургії та аграрного сектору.

Для ІТ-галузі 2017 рік був роком нових перемог – згідно з рейтингом The 2017 Global Outsourcing 100, складеним міжнародною асоціацією IAOP, українські ІТ-компанії увійшли в топ-100 ауторсерів світу. Компанії оцінювали за п'ятьма критичними характеристиками: величиною та зростанням; рекомендації клієнтів, нагороди та сертифікати, програми для інновацій та корпоративна соціальна відповідальність. Основними критеріями для потрапляння в рейтинг є

прибутковість, зростання команди, кращі проекти, рекомендації замовників, рівень корпоративної соціальної відповідальності та інновації в схемі постачання послуг замовникові. 18 – IT-компаній з офісами в Україні (на 5 більше чим в минулому році) увійшли в списки кращих в світі поряд з такими гігантами як Microsoft, HP, IBM і іншими [14].

Україна зараз є провідним центром із розробки програмного забезпечення у Східній та Центральній Європі і займає четверте місце за експортом IT-продуктів і послуг у світі. IT-індустрія є однією з чотирьох пріоритетних галузей для експортної стратегії України.

В квітні 2018 року під час зустрічі з представниками провідних IT-компаній України. прем'єр-міністр України Володимир Гройсман відзначив, що галузь IT входить у трійку індустрій з найбільшою долею у ВВП країні, продукція IT формує понад 3% ВВП держави, сукупний дохід галузі у 2017 році склав 3,6 млрд доларів, поступаючись лише обсягам аграрній промисловості та металургії. На сьогодні в цій галузі задіяні понад 120 тис.працівників, галузь за минулий рік зросла на 20%. Є всі підстави стверджувати, що зачний потенціал вітчизняної сфери IT може стати основою стрімкого розвитку цифрового суспільства країни.

Щодо планів українського уряду по цифровізації України, як зазначив на початку 2018 року голова Державного агентства з питань електронного урядування Олександр Риженко, ключовими заходами передбачається:

– розвиток цифрової інфраструктури як основи цифрової економіки;
– цифровізація реального сектору;
– цифровізація базових сфер життєдіяльності;
– розвиток цифрової грамотності населення.

На думку представників наукових кіл цифровізація економіки несе в собі багато економічних і соціальних вигод, а саме:

1) *економічні вигоди:*
– значний вклад в економічне зростання;
– зростання числа робочих місць в суміжних галузях;
– приріст продуктивність праці;
– прискорення темпів зростання малого і середнього бізнесу;
2) *соціальні вигоди*:
– підвищення інклюзивності та зниження рівня бідності;
– підвищення доступності і якості медичного обслуговування
– зниження негативного впливу на навколишнє середовище;
– підвищення доступності фінансових сервісів, безпека дорожнього руху.

На сьогодні важливим для України є визначення напрямів цифровізації, розробка стратегії цифрового розвитку, з надійним фундаментом (політико-економічні і інституціональні умови), які в

свою чергу забезпечить цифрові дивіденти. Враховуючи початкову стадію розвитку цифрової економіки в Україні, на нашу думку, доречно скористатись матеріалами групи всесвітнього банку [7], де окреслено стратегічні пріоритети для країн на стадії зародження цифрової економіки, переходу до неї або перетворення (рис. 3).

Рис.3. Стратегічні пріоритети для країн на стадії зародження цифрової економіки**,** переходу до неї або перетворення [7, с.31]

Ці пріоритети показують, що по мірі розповсюдження Інтернету підвищується значення ключових елементів повістки дня в області розвитку – правил ведення бізнесу, спрощуючи вихід на ринок, систем освіти і професійного навчання, а також ефективних і підзвітних інститутів. Політико-економічними пріоритети змінюються по мірі того, як країни просуваються на шляху цифрових перетворень.

Згідно з пріоритетним сценарієм цифровізації країни першочерговим завданням для України є усунення законодавчих, інституційних, фіскально-податкових та інших бар'єрів, що заважають розвитку цифрової економіки.

Вагомою подією для України щодо розвитку цифрової економіки стало схвалення Урядом у січні 2018 року Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження планів заходів щодо її реалізації. Основною метою

Концепції є реалізація ініціатив «Цифрового порядку денного України 2020» для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах, шляхом стимулювання економіки та залучення інвестицій, подолання цифрової нерівності, поглиблення співпраці є ЄС у цифровій сфері та розбудови інноваційної інфраструктури країни та цифрових перетворень. Проект «Цифровий порядок денний України 2020», в якому визначено основні принципи розвитку цифрової економіки та окреслено напрями її розбудови. презентовано 27 грудня 2017 року.

Концепція розвитку цифрової економіки України:

– закладає основи розвитку в Україні цифрової економіки;

– формулює принципи державної політики щодо цифровізації;

– визначає пріоритетні завдання на найближчі 3 роки;

– запроваджує ініціативи щодо розбудови цифрових інфраструктур та подолання «цифрового розриву»;

– розвиває цифрові навички громадян та відповідно освіти у цій сфері;

– стимулює розвиток цифрових технологій та створення високотехнологічних виробництв;

– визначає критичні сфери для реалізації проектів цифрових трансформацій національного масштабу [10].

Схвалення даної Концепції започаткувало і окреслило власне бачення країни щодо розвитку цифрової економіки в Україні. Для успішного розвитку цифрової економіки в Україні необхідна ефективна державна політика щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в першу чергу на внутрішньому ринку: використання та споживання ІКТ і мережі Інтернет, формування у її учасників : бізнесу, держави та громадяни мотивацій та потреб у «цифрових технологіях».

Список використаних джерел

1. Апалькова В. В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2015. Вип. 4. С. 9-18.

2. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України» : статистичний бюлетень. Державна служба статистики України. Київ, 2011. 43 с.

3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України» : статистичний бюлетень. Державна служба статистики України. Київ, 2013. 42 с.

4. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України : статистичний бюлетень. Державна служба статистики України. Київ, 2015. 28 с.

5. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах : статистичний бюлетень. Державна служба статистики України. Київ, 2016. 24 с.

6. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах : статистичний бюлетень. Державна служба статистики України. Київ., 2017. 30 с.

7. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного банка. 2016. URL: http://documents.worldbank.org/

8. Гройсман В. Цифрова економіка здатна стрімко підвищити ВВП 2017. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2300896-cifrova-ekonomika-zdatna-strimko-pidvisiti-vvp-grojsman.html.

9. Загальний табель (перелік) форм державних статистичних спостережень на 2015 рік : наказ Держстату України «Про затвердження Загального табеля (переліку) форм державних статистичних спостережень на 2014 рік» від 19.12.2014 р. № 398 / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/table/table_2015/3_2_inf_susp.htm.

10. Концепція розвитку цифрової економіки України. URL : https://www.kmu.gov.ua/ua/news/uryad-shvaliv-koncepciyu-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-2018-2020 (дата звернення: 23.07.2017).

11. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. №1. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf.

12. Маслов А.О. Інформаційна економіка : становлення, структура та теоретичне осмислення : монографія. К. : Аграр Медіа Гр., 2012. 432 с.

13. Методологічні положення схвалені Комісією з питань удосконалення : Наказ Державної служби статистики України від 22.01.2015 № 21. URL: https://docs.dtkt.ua/download/pdf/1157.3361.2.

14. Global Outsourcing 100. 2017. URL: https://www.iaop.org/Global Outsourcing 100.

15. Digital Economy and Society Index 2017. URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi.

16. Digital Economy and Society Index 2017 : DESI 2017 List of indicators. URL: https https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-desi-2017.

17. Digital Economy and Society Index 2017 : Methodological note EUROPEAN COMMISSION Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology – P. 20 URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-desi-2017.

І.В. Ящишина

Смарт-трансформації суб'єктів господарювання в умовах становлення інформаційної економіки

1. Смарт-інновації як основа формування смарт-підприємств

Початок XXI століття у світовому масштабі виокремлюється активним переходом багатьох країн до нової якості економічного зростання на основі новітніх технологій і так званої 4-ї промислової революції, широкого розвитку інноваційно-інформаційної економіки, визнанням інновацій основним джерелом не тільки економічних, а й соціальних зрушень. Перемагати в конкурентному середовищі стандартними інструментами означає й надалі погіршувати становище української економіки. Використання інновацій – управлінських, фінансових, ресурсних, технологічних і «цифрових» – стає чи не єдино можливим джерелом конкурентоспроможності національної економіки.

Визначним в теорії інновацій став науковий доробок Й. Шумпетера, який базуючись на основних ідеях М. Кондратьєва, трактував інновації як нові науково-організаційні комбінації виробничих чинників, що здійснює підприємець, який «спрямовує виробничі засоби в нове русло» і за допомогою таких дій отримує підприємницький прибуток. У термін «інновація» Й. Шумпетер вкладав широкий зміст та виділяв такі види інновацій: «..виготовлення нового блага...; упровадження нового методу виробництва...; освоєння нового ринку збуту…; ...отримання нового джерела сировини або напівфабрикатів ...; ..проведення відповідної реорганізації, наприклад, забезпечення монопольного положення» [1, с. 158-159].

В залежності від об'єкта і предмета дослідження, науковці трактують інновації як зміни (Р. Нельсон, С. Уінтер Й. Шумпетер, Ю. Яковець, та інші), як процес Д. Бессант, В. Мединський Л. Нейкова, К. Павітт, Б. Санто, Б. Твісс, Д. Тідд, Д. Черваньов та ін.), як результат (Х. Рігс, Р. Фатхутдінов, В.Хіпель). Найбільш близьким до об'єкта нашого дослідження є процесний підхід, згідно якого інновації розглядають як соціальний, технічний, економічний процес, що зумовлює створення кращих за своїми властивостями товарів (продуктів, послуг) і технологій шляхом практичного використання нововведень [2]. В межах системного підходу виокремлено синергетичний ефект інновацій, визнається, що сучасні інновації є надскладними і самоорганізованими системами з розгалуженою структурою внутрішніх і зовнішніх взаємодій між когерентними інтерактивними процесами, які детермінують динамізм системи [3, с. 224]. Знання виступає синергетичним ядром інновацій, визначає їх природу.

Незважаючи на достатньо широку розробленість проблематики інновацій в сучасній економічній науці, варто визнати, що із формуванням інформаційного суспільства певні зрушення відбулись і в інноваційній діяльності, зокрема з'явилась низка новітніх термінів, у назві яких є означальний іменниковий компонент «смарт»: смарт-промисловість, смарт-виробництво, смарт-підприємство, смарт-продукт (смарт-фон, смарт-дім, смарт-місто, смарт-телевізор, смарт-годинник, смарт-браслет тощо). Усі ці нововведення базуються на смарт-інноваціях, які за місцем і значенням в сучасному соціально-економічному розвитку, швидкістю їх дифузії можуть бути виокремлені в новий клас, що має потужну зростаючу динаміку, але залишається маловивченим.

Слово «smart» у перекладі на українську мову означає розумний, тобто такий, що сприяє розвитку розумних технологій, розумних інновацій і формуванню розумного суспільства [6]. У найбільш загальному вигляді смарт – це здатність системи чи процесу до взаємодії із зовнішнім середовищем і до реагування на зміни у ньому. Смарт властивість проявляється через:

1) здатність до адаптації щодо умов зовнішнього середовища, які постійно міняються і трансформуються;

2) саморозвиток і самоконтроль;

3) ефективне вирішення поставленої задачі і досягнення результату.

Ключовим у властивості «смарт» є взаємодія із зовнішнім середовищем. Не випадково розвинуті країни вже давно сформували концепції (парадигми, теорії) розвитку смарт-суспільства, а саме – розумного суспільства, розумного уряду, розумної освіти, розумного міста, що пов'язано з формуванням та розвитком «економіки знань».

Вченні відзначають, що смарт, як властивість об'єкта характеризує інтеграцію за допомогою використання мережі Інтернет у даному об'єкті раніше непоєднуваних елементів. На нашу думку долучення смарт властивості до інновацій дає можливість говорити про утворення нового системного явища – смарт-інновації.

Науковий пошук у виділеному сегменті смарт-інновацій характеризується тим, що наука досліджує вже існуючі смарт продукти. До виділеного класу інновацій відносять не тільки наведені вище смарт-товари, а й програмні засоби, які включають компоненти штучного інтелекту при вирішенні функціональних завдань: шахові ігри, розпізнавання образів, класифікація, кластеризація, переклад текстів, голосове управління гаджетами і цілий ряд інших, які постійно оновлюються.

Смарт-інновації можуть бути охарактеризовані наступними істотними ознаками [7]:

- знання, що постійно оновлюються, стають не тільки базою створення цих інновацій, а й їх модифікації та самовдосконалення вже у процесі використання і експлуатації;

- застосування штучного інтелекту, який виробляються і використовуються в процесі застосування інноваційного рішення;

- наявність властивості адаптації до екзогенних і ендогенних умов (робота в адаптаційному режимі);

- робота з формуванням або застосуванням знань в реальних умовах в режимі реального часу без участі людини;

- переваги в порівнянні з аналогами на базі розумного функціонування;

- використання знань на всіх етапах життєвого циклу інновацій, включаючи комерціалізацію, експлуатацію, відхід з ринку або заміщення новими версіями однотипного продукту;

- підключення до мережі Інтернет (або локальної мережі за потребою);

- наявність операційної системи і програмного забезпечення для реалізації смарт-функцій.

Інновації, які раніше базувались на інформації та знаннях, трансформуються в інновації, що формуються на взаємодії та обміні досвідом.

Важливо відзначити, що розумні інноваційні пристрої можуть бути агреговані в системи, при цьому така система проявляє одну із значимих властивостей – емерджентність, тобто появу таких властивостей, які не притаманні жодному з пристроїв, що входять в систему зокрема.

З позицій «нового системного підходу» [8] системне явище смарт-інновація може бути описане за допомогою таких основних процесів:

1) метаболізм – трансформація вхідних потоків у вихідні;

2) репродукція як відтворення основних умов функціонування, збереження і вдосконалення характеристик стану системи;

3) еволюція, тобто зміна основних характеристик системи на основі самоорганізації;

4) внутрішня гармонізація як забезпечення єдності в самій системі, узгодженого функціонування та розвитку її підсистем;

5) реплікації – породження подібних до себе систем.

Визначальною ознакою системності є виникнення безпосередньо системного ефекту, для виявлення якого в процесі аналітичних розрахунків елімінують вплив чинників, тоді утворюється вільний нерозкладний залишок, який не пов'язаний із впливом бодай одного із незалежних чинників. Ціле отримує якості, що не притаманні жодному складнику. Наявність системного ефекту свідчить про ефективність функціонування системи. На нашу думку смарт-інновація володіє системним ефектом і тому варто характеризувати її як систему.

Для поглиблення аналізу основні властивості системи смарт-інновація пропонується розширити та згрупувати за низкою класифікаційних ознак (див. табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика властивостей системи смарт-інновація

№ з/п	Властивості	Суть властивостей	Особливості властивостей системи смарт-інновація
1	2	3	4
Властивості, що описують зв'язок системи із зовнішнім середовищем			
1.	Взаємозалежність системи і зовнішнього середовища	Система реагує на вплив зовнішнього середовища, розвивається під його впливом, але при цьому зберігає якісну визначеність	Трансформується під дією зовнішнього середовища, однак зберігає властивості, які забезпечують відносну стійкість та адаптивність функціонування системи
2.	Ступінь самостійності	Швидкість відмирання, ділення або об'єднання складників системи без зовнішнього впливу	Швидкість відмирання, ділення та об'єднання зростає
3.	Сумісність системи	Ступінь сумісності системи із іншими системами зовнішнього середовища	Максимально можливий ефект позитивної взаємодії із системами зовнішнього середовища, на макро-, мезо- та мікро- рівнях
Властивості, що характеризують методологію визначення цілей системи			
4.	Цілеспрямованість	Побудова дерева цілей системи із визначенням їх ієрархічної підпорядкованості	Постановка та ієрархія цілей
5.	Надійність	Збереження властивостей якості системи протягом певного проміжку часу; можливість функціонування при відмиранні певного складника	Проміжок часу, протягом якого можливе збереження якості системи скорочується
6.	Оптимальність	Ступінь виконання вимог до системи, досягнення запланованих цілей, що забезпечують найкраще використання її потенціалу	Зростає
7.	Емерджентність	Цілі та функції складників (підсистем) не завжди збігаються із цілями та функціями системи	Проявляється у протиріччях
8.	Мультиплікативність	Результати вияву певних властивостей системи визначаються не сумуванням, а множенням відносних значень даної властивості складників	Значно зростає

Властивості, що описують функціонування та розвиток системи			
9.	Безперервність розвитку	Система функціонує доки існує, вона має володіти здатністю до навчання та саморозвитку	Система є саморозвиваючою
10.	Синергічність	Ефективність системи не дорівнює сумі ефективності її складників, якщо вона більша, то має місце позитивний ефект синергії, а якщо менша, то негативний	Значно зростає
11.	Інерційність	Швидкість зміни вихідних параметрів системи, як результат зміни її вхідних параметрів та параметрів внутрішнього функціонування	Обов'язкова
12.	Адаптивність	Здатність системи функціонувати відповідно до заданих критеріїв при зміні параметрів зовнішнього середовища, можливість пристосуватись до екзогенних змін	Реагує та пристосовується до екзогенних змін
13.	Організованість	Ступінь наближення показників безперервності, пропорційності до оптимального рівня в конкретних умовах	Неоднозначна
14.	Рівень стандартизації	Здатність забезпечити сумісність із іншими системами за визначеними державою та міжнародними організаціями критеріями	Обов'язкова
15.	Креативність*	Творчість	Здатність до продукування принципово нових ідей
16.	Новітність*	Можливість запропонувати нові рішення щодо вирішення наявних проблем	Здатність до постійного оновлення складників

Джерело: складено автором за джерелами [9, 10], *- добавлено автором

Наведені властивості відображають як статичні, так і динамічні параметри системи і слугують взаємодоповнювальними умовами реалізації наукової методології системного підходу.

Основною умовою як створення так і широкої дифузії смарт-інновацій є цифровізація економічного і суспільного життя та створення цифрової інфраструктури.

Цифровізацію визначають як насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливлює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір. Ключовою метою

цифровізації визнають досягнення цифрової трансформації існуючих та створення нових галузей економіки, а також трансформацію сфер життєдіяльності країни у нові, більш ефективні та сучасні [11].

Цифрова інфраструктура забезпечує необхідні умови щодо впровадження і експлуатації смарт-інновацій. Основні складові цифрової інфраструктури такі:

1) додатки (послуги, аналітика, прикладне програмне забезпечення, управління даними);

2) дата центри (сервери, центри збереження даних, центри обробки даних, резервування);

3) інформаційно-комунікаційні мережі (інтернет, широкосмугові мережі, сенсорні мережі, мережі передачі даних, Wi-Fi);

4) системи збору інформації (датчики і гаджети, смарт системи відеоспостереження, термінали).

Наступною умовою для широкого розвитку смарт-інновацій є існування інноваційної системи в широкому розумінні, яку називають ще «екосистемою». З точки зору реалізації смарт-інновацій вона забезпечує створення і впровадження смарт-рішень на базі інновацій в інформаційно-комунікаційних технологіях, розвиток науки та технологій, а також оптимізацію управління. В цілому, з урахуванням інноваційного розвитку економіки, інноваційна екосистема є сукупністю технологічної платформи, людей і компаній, а також відповідних правил взаємодії. Тут технологічна платформа розглядається, як комунікативне середовище з відповідними інструментами, спрямованими на: вдосконалення нормативно-правової бази інноваційного розвитку, організацію завершення досліджень і розробок на основі участі всіх зацікавлених сторін (бізнесу, науки, держави, громадянського суспільства), бізнес-інкубацію і організацію венчурного та іншого інвестування стартап-компаній з розробки та впровадження смарт-інновацій.

Ще однією важливою умовою для створення і впровадження смарт-інновацій є людський капітал, що передбачає наявність відповідного рівня системи освіти для підготовки фахівців і формування відповідних компетенцій як щодо розробки так і щодо впровадження та використання смарт-інновацій. Зрозуміло, що використання ІКТ для оптимізації управління економікою різних рівнів і окремими технологічними процесами створює високотехнологічні робочі місця, які потребують цифрових навичок, що актуалізує необхідність інвестицій в людину, її здоров’я та освіту.

Таким чином із формуванням нової ери інноваційно-інформаційної економіки виникають, модифікуються та розповсюджуються смарт-інновації, що можуть бути виділені в окремий клас інновацій. Фактично саме цей клас інновацій став основою для утворення та розвиту смарт-підприємств.

2. Суть та особливості смарт-підприємств

У XXI ст. починає формуватись низка новітніх характеристик поняття «підприємство». Це обумовлено виникненням нових трендів світогосподарського розвитку. Нижче перелічені основні тенденції, які, на думку спеціалістів компанії по виробництву програмного забезпечення «Dassault Systemes», змінюють сучасне суспільство і зумовлюють виникнення смарт-виробництва [10]:

- розвиток технологій управління клієнтським досвідом;
- перехід від масового виробництва однакових виробів до «масової кастомізації», тобто масове виробництво індивідуальних замовлень;
- глобалізацію замінює «глокалізація». Тобто «Думай глобально – дій локально»;
- розвиток технологій, тобто інтернет речей, або, навіть, інтернет всього;
- можливості дистанційного керування всім, в тому числі виробництвом;
- 3D друк;
- смарт-об’єкти, смарт-прилади, смарт-сенсори;
- виробництво повертається «додому», тобто розвиток автоматизації і роботизації нівелюють переваги дешевизни трудових ресурсів;
- дотримання глобальних стандартів стає необхідністю і вимагається навіть локальними ринками;
- стабільний розвиток і стабільне зростання всього: населення, економіки, науки, технологій та стабільно зростаючі проблеми екології.

На сам процес виробництва все більшого значення справляють процеси глобалізації, регіоналізації та персоналізації, які також стимулюють формування та розвиток смарт-підприємств [11]. Поняття «смарт-підприємства» є достатньо маловивченим в сучасній економічній науці. У найбільш загальному значенні під «смарт-підприємством» (від англ. smart factory, «розумне виробництво») мають на увазі концепцією «цифровізації» промислових та інфраструктурних виробництв з метою покращення їх операційної та бізнес-ефективності.

«Розумні» виробництва, «розумні» заводи, «розумні» підприємства (smart factory) як термін використовується в різних сенсах в залежності від контексту. Іноді під цим розуміється будь-яка роботизована система виробництва; виробники обладнання схильні додавати прикметник «розумний» (intelligent, smart) в опис своїх верстатів, коли мова йде лише про виняткові характеристики швидкості роботи, точності або продуктивності [14]. Більш фундаментальне визначення дають дослідники з Штутгартського університету, які розуміють під «розумним» підприємством таку виробничу систему, яка, будучи обізнаною про контекст, допомагає співробітникам і

обладнання у виконанні своїх завдань [15]. На їхню думку, концепт «розумного» підприємства є однією з розмірностей багатошкального виробництва, яке передбачає використання самих передових інструментів і технологій повсюдної комп'ютеризації. Ця точка зору опирається на уявлення про «розумне» підприємство як про середовище виробництва, здатне справлятися з турбулентністю виробничого процесу в режимі реального часу за допомогою використання децентралізованої інформаційно-комунікаційної структури для управління виробничим процесом.

Таблиця 2

Підходи до тлумачення поняття «смарт-підприємство»

Автори	Тлумачення
Вишневский В.П. Князев С.І. [12]	гнучке кіберфізічне виробництво, що забезпечує точне налаштування на споживача і засноване на використанні великих даних
Lucke D., Constantinescu C., Westkaemper E. [13]	виробнича система, яка, будучи обізнаною про контекст, допомагає співробітникам і обладнанню у виконанні своїх завдань; підприємство, здатне справлятися з турбулентністю виробничого процесу в режимі реального часу за допомогою використання децентралізованої інформаційно-комунікаційної структури для управління виробничим процесом
Teresko J. [14]	роботизована система виробництва
Масютин С.А. [15]	засноване на між машинних взаємовідносинах і передбачає обмін даними між учасниками виробничого процесу, що дозволяє створювати одиничний продукт за ціною масового (продуманий завод)
Головков В.Г., Пашко С.А. [16]	максимально інтенсивне і всеосяжне використання мережевих інформаційних технологій і кіберфізичних систем на всіх етапах виробництва продукції та її постачання
Літвинов П [17]	інноваційне гнучке промислове виробництво, основними ознаками якого є: 1) модульність (на противагу теперішньому єдиному неподільному виробництву); 2) розподіленість або децентралізована самоорганізація (на противагу сьогоднішній жорсткій ієрархічній структурі виробництва); 3) бездротова система комунікації між усім, що задіяне та використовується у виробництві (сировина, деталі, обладнання, устаткування тощо), в тому числі й працівниками

Джерело: Складено за джерелами [12-17]

Розумне підприємство визначають як кіберфізичну систему (див. табл. 1). В академічних колах частіше говорять про кіберфізичні системи (CPS), в яких об'єднуються обчислювальні та фізичні процеси. С точки зору практики, тут йдеться про інтеграцію інформаційних (IT) та операційних технологій (OT). Така IT-OT інтеграція може проводитися в двох напрямках:

1) бізнес програми використовують технологічні дані;

2) технологічні завдання оптимізуються з обліком ділової інформації.

Якщо спростити, то *«кіберфізичні системи» = «розумні деталі» + «розумне підприємство»*. Ключовими ознаками і відмінності розумного промислового підприємства в першу чергу є його модульність (раніше виробничі потужності були скоріше «монолітними»), вона стає розподіленою в противагу існуючому зараз хірургічному підходу плюс практично всі комунікації між датчиками, виконавчими механізмами та збірними одиницями стають безпровідними. В свою чергу розумні складники (деталі) можна розглядати як абстрактні об'єкти з наступними властивостями:

• мають стандартний інтерфейс для обміну даними за унікальною адресою;

• можуть передавати і зберігати інформацію про свій стан та місцезнаходження;

• описуються моделями;

• передбачають достатню автономність та універсальність.

У Білій книзі промислової політики Фландрії [18] центральне місце в структурних змінах економіки відведено саме підприємству майбутнього (factory of the future). У документі під цим розуміється концепція організації виробництва, сфокусована на кооперації, підвищення екологічності та нових трудових відносинах. В рамках цієї концепції стираються чіткі границі між виробничим майданчиком і постачальником, між споживачами, співробітниками і дослідниками, між виробництвом та наданням послуг.

Підприємство майбутнього служить хабом, що об'єднує в собі три стратегічних елемента політики трансформації економіки: 1) процесні і продуктові інновації; 2) напрямки трансформації в залежності від типу промисловості (виробництво, обробка, наукомістка промисловість, переробка сировини); 3) характерний для системи підхід на рівні ланцюжка створення вартості.

Нерідко Smart Factory використовується як повний синонім словосполучення Factories of the Future, що не зовсім вірно. Останнє є більш ємким поняттям і включає в себе не тільки «розумні» підприємства, а й віртуальні та цифрові компанії. Е.Філос, координатор ІКТ-проектів в Factories of the Future сьомої Рамкової програми Європейського союзу з науково-технологічного співробітництва [19, 20], розділяє ці три види компаній за метою створення, засобами досягнення мети і акцентами в роботі 10. Так, «розумні» підприємства мають за мету більш широке використання засобів автоматизації, покращений контроль і оптимізацію процесів. Віртуальні компанії створюються з метою управління ланцюгами поставок, а також для того щоб створювати цінність за допомогою об'єднання продуктів і послуг. Інший варіант інтерпретації віртуальних компаній – це об'єднання віртуальних активів і віртуальних способів управління [21]. Цифрові

підприємства, в свою чергу, прагнуть «побачити» продукт до того, як він буде реально вироблений. Для досягнення своїх цілей «розумні» підприємства використовують спеціалізоване програмне забезпечення, лазери і пристрої з штучним інтелектом і інфраструктуру підприємства. Віртуальні організації задіють для роботи ПЗ, щоб одноманітно забезпечувати взаємодію між розподіленими в просторі виробничими активами і здійснювати управління цими активами; крім того, пропонуються нові бізнес-моделі і ідеї створення цінності. Зокрема, можливий перехід від реального компонента до віртуального за кількома параметрами, наприклад характер продукції/послуги, взаємозв'язок з клієнтами та ін. Цифрові компанії використовують ПЗ з метою цифрового уявлення (візуалізації) і тестування продуктів і процесів перед їх реальним виробництвом або здійсненням.

Акценти в кожному з типів підприємств розподіляються наступним чином [22]. *Smart factories* найбільшу увагу приділяють продуктивності всієї організації (зменшення відходів, споживання електроенергії, скорочення часу виведення нового вироби на ринок, підвищення якості). *Віртуальні підприємства* акцентують увагу на продуктивності ланцюжка поставок (продукти з високою цінністю, збереження робочих місць в своєму регіоні, прозорість процесу, захист прав інтелектуальної власності, зниження викидів CO_2). *Цифрові компанії* прагнуть до підвищення ефективності розробки і дизайну нового виробу (зниження числа помилок розробки, більш ергономічні товари, менше відходів і доопрацювання, скорочення часу виведення нового вироби на ринок).

Таким чином, можна розмежувати «підприємства майбутнього» (factories of the future) і «розумні» підприємства, які співвідносяться як загальне і часткове.

Основні напрямки технологічних розробок, які підтримуються на державному або наднаціональному рівні (наприклад, Єврокомісією в рамках сьомої Рамкової програми ЄС з науково-технологічного співробітництва), охоплюють три сфери: енергетична ефективність, екологічність і економічна ефективність виробництва.

У «розумних» підприємствах дані пріоритетні напрямки знаходять відображення у використанні таких технологічних і управлінських інструментів, як: роботизація виробництва, застосування лазерів, автоматизація та оптимізація процесів і використання ІКТ та сенсорів для досягнення енергоефективності.

Використання таких інструментів дозволяє програмним додаткам «розумного» підприємства діяти в залежності від контексту виробничого процесу. Під контекстом розуміється будь-яка інформація, яка може бути використана для опису ситуації, в якій знаходиться даний об'єкт [23]. Об'єктами виступають предмети реального світу, тобто необхідно співвідносити віртуальні процеси з реальними об'єктами, які мають фізичні характеристики (в т. ч. стан в просторі).

Технології виробництва мікроскопічних сенсорів і бездротових комунікацій дозволяють збирати більше інформації про об'єкти реального світу. У свою чергу автоматичний збір та розподіл реальної інформації, знань і завдань між усіма робочими місцями обумовлюють становлення ідеї «розумного» підприємства.

Вищеописане дозволяє визначити мету функціонування «розумних» машин як прогнозування і попередження виникнення умов, які потенційно можуть знизити продуктивність, точність або якість виробництва. Це означає, що таке обладнання повинно вести себе так само, як людина з досвідом виконання певного процесу, тобто визначати відхилення від нормального виконання процесу (для цього воно повинно бути чутливим до силового впливу, вібрації та температури) і пропонувати можливі шляхи їх вирішення [24].

Серед відмінних рис «розумних» виробництв виділяють наступні [22]:

1. Здатність до «розумної» дії і «розумного» реагування, яке максимально збільшує технічну ефективність, ефективність витрат і вигоду завдяки плануванню, постійному моніторингу операцій і безперервності навчання.

2. «Оперативні активи» (працівники, завод, обладнання, операційні моделі та бази даних) інтегровані і обізнані про свій стан завдяки системі сенсорів. Периферійні пристрої, виконавчі механізми і виробниче обладнання мають здібності до обробки інформації та оснащені сенсорами для автоматичного самоаналізу. Кожний пристрій здатний визначити свій стан і повідомити про це системі взаємозв’язаних пристроїв.

3. Обладнання «розумного» виробництва здатне виявити позаштатні ситуації і пристосуватися до них. Завдяки постійному моніторингу та застосування отриманого знання, система має здатність адекватно функціонувати в залежності від мінливих обставин, таких як раптове переривання робочих процесів, змін у властивостях одержуваного сировини і т.п.

4. Обладнання має повний доступом до необхідної інформації в будь-який час роботи.

5. Для запобігання аварій в рамках «розумного» виробництва здійснюється збір інформації в реальному часі.

6. Система має здатність до оперативного реагування на зміни і неполадки в технологічному процесі.

7. «Розумне» виробництво є екологічно стійким, використовує рециклінг і володіє мінімальним впливом на навколишнє середовище.

8. Необхідною рисою «розумного» виробництва є висококваліфікована робоча сила.

9. Система володіє розумінням меж автоматичної дії і постачає всією необхідною інформацією операторів та управлінців для прийняття необхідних рішень

10. Працівники «розумного» виробництва навчені для здійснення дій, що забезпечують стратегічну ефективність підприємства.

Низка згаданих вище елементів властива кращим практикам лідируючих виробництв. Відсутність повномасштабних промислових зразків «розумних» середовищ у виробництві робить концепцію «розумного» виробництва багато в чому ідеальною ситуацією, ніж будь-яким стандартом. Така ситуація, швидше за все, збережеться до первинного поширення «розумних» середовищ в промисловості, після чого це поняття зможе бути більш точно визначено [22].

Науковці систематизують цілі розумного виробництва (табл. 3).

Таблиця 3

Цілі смарт-виробництва

Продуктивність	*Перевага нових технологій*	*Енергозбереження*
Поліпшення швидкості роботи	Скорочення часу очікування обладнання, коротший час такту, велика продуктивність обладнання, скорочення часу виконання	Скорочення споживання енергії
Поліпшення виробничої ефективності	Скорочення часу виробництва, оптимальне енергопостачання на основі систематичних операцій	Поліпшення ефективності енергоспоживання
Зниження вартості продукції	Впровадження високоефективного обладнання, більш ефективне управління енергоспоживанням	Просування енергозберігаючих технологій
Зниження втрати якості	Скорочення частоти виникнення несправностей і втрати часу, усунення марнотратства (бездіяльних операцій) і відхилень	Мінімізація втрат енергії

Джерело: [11]

Один із найбільш відомих дослідників сучасних тенденцій у виробництві McKinsey Global Institute відносить до factories (заводів, фабрик) такі спеціалізовані, стандартизовані середовища, які використовують засоби дискретного або процесного виробництва, тобто не тільки власне manufacturing (промислові обробні виробництва), але і центри обробки даних, ферми, лікарні [24, p. 66], які можуть бути охарактеризовані як фабрики з виробництва інформації, послуг, рослин і тварин, адже в наш час усі ці види виробництв застосовують стандартизовані процеси, які все більше базуються на ІКТ.

Тому однією із важливих особливостей сьогодення у глобальному світі стає те, що фактично виробництво товарів або послуг все більше сконцентровується на підприємствах (фабриках, мануфактурах) не залежно від сфери, в якій воно функціонує. Чи то туризм, чи освіта, чи охорона здоров'я, чи металургія, чи фармакологія – сучасне виробництво у смарт світі буде мати спільну основу – воно ґрунтуватиметься на смарт-інноваціях.

Крім того смарт-підприємство – це не обов'язково звична нашим уявленням «основна ланка виробництва» із значними виробничими потужностями, основними фондами, виробничим персоналом, складами сировини та напівфабрикатів, що спрямовує свою діяльність на масове виробництво, це може бути 3-D принтер у жилій кімнаті, на якому одна людина із відповідними знаннями виробляє продукт для власного споживання або продажу на ринку під індивідуальне замовлення. При цьому, як наголошують науковці, залишиться і промисловість, яка трансформується у смарт-промисловість. Дослідники смарт промисловості, трактують таку як «комплекс смарт заводів, об'єднаних через глобальні комп'ютерні мережі з дослідниками і розробниками, постачальниками, дистриб'юторами, кінцевими споживачами та ін.». Нові технології обумовлюють вид фабрики майбутнього: без поділу на масову й індивідуальну, без зайвої витрати матеріалів та утилізації відходів, без містких цехів – тільки невеликі виробничі офіси [25]. Прецедентом, який підтверджує життєвість таких форм, може служити автомобіль з "надрукованим" кузовом, оснащений електроприводом, – він був проведений не в цеху автозаводу, а прямо під час шоу безпосередньо в експозиційному павільйоні, на очах у публіки [26]. "... бути меншим, легшим і більш рухливим, – як зауважив З. Бауман, – це ознака досконалості і прогресу "[27, с. 20]. Схоже і справді," ... епоха домінантності "масивного" залишається в минулому "[28, с. 8] – промисловість з ієрархічної (великі фірми, холдинги вертикально і горизонтально-інтегрованої структури) все більше стає гетерархічною, мережевою. Виробничі сектори все чіткіше поділяються на трансформаційні і трансакційні, тобто на тих, хто виробляє продукцію, і тих, хто забезпечує це виробництво [29].

Смарт-підприємство може розглядатися з точки зору взаємодії апаратних засобів, первинних даних, програмного забезпечення, штучного і людського інтелекту. Дані, отримані за допомогою датчиків, лог-файлів і пошукових роботів від фізичних пристроїв і комп'ютерних мереж, збираються, передаються, попередньо опрацьовуються, зберігаються, візуалізуються, аналізуються і застосовуються висококваліфікованим персоналом для моделювання та подальшого вдосконалення промислових продуктів і виробничих процесів. Беручи за основу ті чи інші смарт-інновації, можна виокремити наступні підходи до визначення сутнісних ознак смарт-підприємства.

Смарт-підприємство апелює до таких технологій, як «хмарні» обчислення, безпровідні комунікації, дистанційне управління та обслуговування, кібербезпека, інтеграція систем управління, інтеграція та краща співпраця в ланцюжку доданої вартості, 3D-друк та інші. Приходить наступна фаза цифровізації, де на перший план виходять такі інновації, як аналітика великих даних (Big Data), предиктивна аналітика, machine learning, m2m-комунікації, інтернет речей (IIoT), штучний інтелект, роботизація і т. ін. Через поступове зниження вартості цих технологій вони стають доступними, все частіше починають використовуватися промисловістю та бізнесом, що врешті-решт впливає на існуючі бізнес-моделі або взагалі створює нові бізнес-моделі.

На думку дослідників та аналітиків [30, с. 3] смарт-виробництво є складником концепції Індустрії 4.0 і базується на використанні дев'яти вагомих результатів науково-технологічного прогресу кінця XX – початку XXI ст.:

1. Великі дані та їх аналіз (Big Data and Analytics).
2. Автономні роботи (Autonomous Robots).
3. Моделювання (Simulation).
4. Горизонтальна та Вертикальна Системна Інтеграція (Horizontal and Vertical System Integration).
5. Промисловий Інтернет Речей (The Industrial Internet of Things).
6. Кібербезпека (Cybersecurity).
7. Хмари (The Cloud).
8. Адитивне (додаткове) виробництво (Additive Manufacturing).
9. Розширена (або віртуальна) реальність (Augmented Reality).

Розглянемо їх більш детально.

Аналізуючи сутність смарт-підприємства науковці визначають його характерною рисою використання великих даних (англ. big data) [31], які є новим поколінням технологій і архітектур, призначених для одержання економічної вигоди від дуже великих обсягів широкого спектру інформації, за допомогою її високошвидкісного захоплення, пошуку та/або аналізу [32, p. 654]. Наведене визначення описує чотири відмітні особливості великих даних – "4Vs": обсяг (англ. volume), різноманіття (англ. variety), швидкість (англ. velocity) і вартість (англ. value), які широко використовуються для їх змістовної характеристики. При цьому обсяги генерованих і накопичуваних у світі даних зростають за експонентою: у 1970-1980-х рр. – від кілобайтів (210 байтів) і мегабайтів (210•210 байтів) до гігабайтів (210•210•210 байтів), у 1980-1990-х – від гігабайтів до терабайтів (210•210•210•210 байтів), у 1990-2000-х – від терабайтів до петабайтів (210•210•210•210•210 байтів), у наш час – від петабайтів до ексабайтів (210•210•210•210•210•210 байтів). У контексті досліджуваної проблеми важливо підкреслити, що

з усіх секторів економіки найбільші обсяги даних припадають саме на обробну промисловість (англ. manufacturing) – близько 2 ексабайтів [25]. Для розуміння всіх цих даних використовується інструментарій просунутої аналітики (англ. advanced analysis) – інтелектуальний аналіз, предиктивна аналітика, об'єктно-орієнтований аналіз, скоринг у режимі реального часу, прогнозне моделювання, оптимізація та ін. [32, p. 675-677], застосування якого також є характерною ознакою смарт-виробництва. Заводські менеджери можуть використовувати просунуту аналітику для глибокого занурення в історичні дані про виробничі процеси, що дозволяє виявляти та оптимізувати чинники, які здійснюють найбільший вплив на кінцеві результати. У багатьох глобальних товаровиробників у широкому діапазоні галузей промисловості та географічних місць розташування вже є велика кількість первинних виробничих і ринкових даних, які отримуються у режимі реального часу. Використовуючи інтеграцію та аналіз таких раніше ізольованих масивів (у тому числі слабо-структурованих і неструктурованих [32, p. 654]), вони мають можливість генерувати нові важливі ідеї. Уся отримана інформація використовується для прийняття рішень, побудованих на даних (англ. data-driven decision making, DDD), як у сфері поточних управлінських впливів, так і в стратегічному управлінні різноманітними промисловими системами. Такі рішення дозволили, наприклад, фірмам "Toyota", "Fiat" і "Nissan" скоротити час для розробки нових моделей автомобілів на 30-50% [25].

Автономні роботи є роботами, які спроможні самостійно виконувати завдання без втручання людини. Виробники в багатьох галузях вже давно використовують роботів для виконання складних завдань, але робототехніка розвивається і дозволяє отримувати ще більшу користь. Роботи стають більш автономними, гнучкими і здатними до спільної роботи. В кінцевому рахунку вони будуть взаємодіяти один з іншим і без жодного ризику працювати пліч-о-пліч з людьми і вчитися у них. Такі роботи коштуватимуть менше і матимуть ширший діапазон можливостей, ніж роботи, які використовуються у виробництві сьогодні.

Моделювання використовується наразі у значній мірі лише на етапах проектування виробничих бізнес-процесів, окремого нового виробничого устаткування чи нової продукції. Проте в Індустрії 4.0 моделювання буде активно залучено й у самому процесі виробництва, наприклад, на етапі тестування та налаштування устаткування тощо. Виробництво, яке працює у фізичному (реальному) світі, буде мати ідентичну детальну до найменших дрібниць віртуальну модель. Віртуальна модель виробництва та реальне виробництво будуть тісно взаємопов'язані та відповідати повністю один одному. Завдяки цьому, наприклад, у разі необхідності внесення будь-яких змін у виробництво, такі зміни можуть бути протестовані та оптимізовані на віртуальній моделі, а потім швидко перенесені у реальний світ [30]. Це дозволить

значно економити час, кошти та підвищувати інноваційній виробництва через те, що "у віртуальному світі невдалі рішення будуть виявлені швидко і за менші кошти" [33].

Наразі сучасні інформаційно-комунікаційні засоби та технології дозволяють поєднати в єдиний інформаційний простір у межах одного підприємства усі його підрозділи, в межах одного логістичного ланцюга постачання усіх його учасників тощо. Проте не завжди навіть підрозділи одного підприємства працюють в єдиній інформаційній системі, вже не кажучи про різні окремі підприємства. В Індустрії 4.0 такого не може бути, усе повинно бути поєднано між собою в єдиний інформаційній простір. Окрім того, існуюча наразі жорстка ієрархічна система доступу до інформації на підприємствах чи між підприємствами в умовах Індустрії 4.0 буде зруйнована: об'єкти підключені до Промислового Інтернету Речей зможуть отримувати будь-яку потрібну їм інформацію напряму незалежно від інформаційного рівня.

Смарт-заводи взаємозв’язані з дослідниками, розробниками, постачальниками, дистриб’юторами, споживачами та ін. через інформаційно-комунікаційні технології (ІСТ). Завдяки цьому формуються глобальні цифрові платформи для поліпшення координації та підвищення активності участі всіх партнерів як в окремих ланцюгах, так і в цілих мережах створення вартості

Головна ідея, яка стоїть за всіма цими мережевими взаємодіями, полягає в тому, що опрацювання й аналіз детальних даних, отримуваних за допомогою ІСТ у режимі реального часу про стан будь-якого процесу або продукту – від замовлення і до споживання готової продукції, дозволяють забезпечити гнучкість виробництва у відповідь на зміни і виклики зовнішнього середовища [34, с. 51-52].

Смарт-підприємство характеризується широким застосуванням інтернету речей (IIoT), що дає можливість відстежувати і контролювати функціонування знарядь виробництва і виробничий персонал, а також використовувати зібрані дані для підвищення продуктивності праці, удосконалення технологічних процесів і якості продукції.

За своєю суттю «Інтернет Речей – це концепція підключення до Інтернету побутових пристроїв, які завдяки цьому можуть взаємодіяти один з одним або із зовнішнім середовищем, збирати корисні дані та на їх основі самостійно здійснювати дії та операції, без участі людини» [35].

За оцінками фахівців McKinsey Global Institute, менш ніж за десять років (до 2025 р.) технологіями IIoT буде охоплено від 80 до 100% світової обробної промисловості [36, p. 55].

Уже зараз очевидно, що сучасні кіберфізичні системи здатні проникнути майже в усі сфери людської діяльності. Але навіть із суто фізичних причин вони будуть чинити й уже чинять найбільший вплив на ті сфери економічної діяльності, які краще пристосовані за своїми

техніко-технологічними характеристиками до нового – цифрового – етапу автоматизації виробництва й організації управління. Це, насамперед, ті сфери, де широко використовуються спеціалізовані стандартизовані виробничі процеси і продукти (машинобудування, харчова промисловість, хімія, металургія та ін.). Також значний потенціал мають галузі, виробниче середовище яких характеризується високою складністю і варіабельністю технологічних процесів (фармацевтика, хімія, добувна промисловість).

Згідно аналітики McKinsey Global Institute, потенційний економічний ефект від використання технологій інтернету речей, включаючи споживчий надлишок, у 2025 р. може скласти у світі від 3,9 до 11,1 трлн дол. США, при цьому його найбільша частка (від 1,2 до 11,1 трлн дол. США) припаде на добре структуровану виробничу сферу factories (англ.) – підприємств, заснованих на використанні машин [24, p. 36]. Саме в цій сфері, яка характеризується спеціалізацією та стандартизацією виробничого середовища, найбільший економічний потенціал мають такі напрями діяльності, як оптимізація технологічних операцій (англ. operations optimization) (очікуваний ефект – від 0,63 до 1,77 трлн дол. США, зниження витрат на 5-12,5%) технічне обслуговування за фактичним станом об'єкта (англ. predictive maintenance) (ефект – від 0,24 до 0,63 трлн дол. США, економія витрат на 10-40%) та оптимізація запасів (англ. inventory optimization) (ефект – від 0,98 до 0,34 трлн дол. США, зниження витрат на 20-50%) [24, p. 69].

Джерело таких ефектів – нові можливості економії, обумовлені інтеграцією та комплексним управлінням машин і устаткування, обладнаних сенсорами й актуаторами та об'єднаних через інтернет речей. Наприклад, у сфері технологічних операцій завдяки IIoT "… виробники можуть отримувати всеосяжне уявлення про те, що відбувається в кожній точці виробничого процесу, і вносити зміни в режимі реального часу для забезпечення безперебійного потоку готової продукції та уникнення дефектів. Це дає їм змогу переглядати, як завершується уже запущений процес, і "розшивати" вузькі місця в режимі реального часу. Це також зменшує можливість людських помилок. Наприклад, General Motors використовує датчики для контролю вологості, щоб оптимізувати процес фарбування; якщо умови є несприятливими, то заготівка направляється в іншу частину заводу, тим самим знижуючи витрати перефарбовування і максимізуючи час безвідмовної роботи обладнання [24, p. 109].

Кібербезпека передбачає проведення заходів, які пов'язані із захистом місць зберігання та обробки даних, мереж їх передачі. Наразі підприємства можуть себе убезпечити від різного шкідливого програмного забезпечення та кібератак обмежуючи доступ до Інтернету, постійно перевіряючи вхідні інформаційні електронні потоки тощо. Проте в Індустрії 4.0 усе буде постійно підключене до

Промислового Інтернету Речей, а тому актуальність проблема кібербезпеки буде лише підвищуватися. І хоча зараз існує низка захищених протоколів та механізмів передачі даних, проте потреба в них буде лише зростати [33].

У смарт-виробництві велика кількість інтелектуальних пристроїв генерує великий обсяг різної інформації, яка повинна надійно зберігатися, швидко оброблятися та бути доступною будь-якому пристрою з різних точок доступу миттєво. Для цього найкраще наразі підходять хмарні технології, продуктивність яких лише тільки зростатиме, забезпечуючи майже миттєвий доступ та обробку даних [33].

Основою адитивного (додаткового) виробництва є 3-D друк, за допомогою якого вже наразі створюються прототипи майбутньої готової продукції та виробляються нескладні деталі чи готова продукція. Такий друк має широкі перспективи у виробництві за індивідуальним замовленням невеликих партій продукції, дозволяє знизити складські запаси та витрати на логістичні послуги тощо [30].

В Індустрії 4.0 людиною (працівниками підприємств) все ширше використовуватиметься розширена (або віртуальна) реальність для навчання, прийняття різних рішень тощо. Наприклад, виробниче устаткування вийшло з ладу. Працівник підходить до такого устаткування в спеціальних окулярах та бачить на екрані як саме устаткування в режимі реального часу, так інформацію, яка йому має допомогти у вирішенні проблеми (інформацію щодо можливої поломки, інструкції щодо її усунення тощо) [30, 33].

Науковці відносять до основних переваг «Розумного виробництва» таке:

1) можливість масового виробництва продукції з індивідуальними характеристиками.

2) більша швидкість і гнучкість процесів, оскільки виникає можливість випуску різних видів продукції на одних виробничих потужностях завдяки автоматизації і технологій передачі даних. Використання датчиків дає можливість автоматично розпізнавати відхилення у виробничих циклах і підвищити ефективність ланцюжка поставок матеріалів і ресурсів.

3) підвищення безпеки в небезпечних виробничих умовах. Моделювання технологічних процесів і технології доповненої реальності дозволяють підвищити безпеку на небезпечних підприємствах, наприклад на нафтових платформах і хімічних заводах.

4) підвищення якості. Дані, що надходять з датчиків, можуть використовуватися для визначення помилок в процесі виробництва.

Такий цілісний інтелектуальний підхід смарт-підприємства дозволяє створити централізовану інтегровану систему управління виробництвом, яка також має низку переваг (див. табл. 4):

Таблиця 4

Переваги в управлінні смарт-підприємством

№ з/п	Напрямок управління	Суть переваги
1	щодо управління змінами	можливість здійснювати безперервне управління змінами виробничого процесу, засноване на постійному зборі, обробці і аналітиці даних
2	щодо контролю виробництва	можливість отримання актуальних звітів про робочі процеси за рахунок використання в реальному часі зворотного зв'язку від обладнання
3	щодо оптимізації використання матеріалів	- завдяки інтеграції у виробничий процес даних про фактичне використання і залишки матеріалів може бути досягнута істотна оптимізація їх використання; - на основі принципів бережливого виробництва забезпечується підготовка тільки тих деталей, які потрібні в певний момент часу. Поставка деталей «точно в термін» зменшує простір, необхідне для проміжного зберігання, і скорочує час роботи з матеріалами, оскільки спрощується пошук необхідних деталей
4	щодо планування виробництва	на протязі всього процесу на основі планів, що враховують роботу виробничих майданчиків, підтримується планування виробничого циклу "точно в строк", включаючи етапи складання готових виробів і вузлів

Джерело: складено за джерелом [37].

Враховуючи переваги розумних підприємств їх розвиток бачиться досить оптимістичним, однак для позитивної динаміки цього процесу з технічної та організаційної точки зору повинен бути виконаний ряд умов [38]:

• подальше поліпшення, здешевлення і автономізація «розумних» пристроїв;

• розвиток мережевих протоколів, зокрема перехід від IPv4 до IPv6;

• розвиток мобільних пристроїв, що дозволяють здійснювати розподілені обчислення (без опори на центральні сервери);

• архітектура мобільних пристроїв повинна бути здатна до вдосконалень без перепрограмування всієї виробничої системи;

• розвиток системи відкритих стандартів зв'язку, а також стандартів взаємодії між електронними пристроями і автоматичними системами планування (CAD, CAM, CAE ...).

До недавнього часу відбувався процес виведення промисловості з міст. Однак створення технологій «розумних» заводів і мінімізація виробництв призводить до зворотного релокацію промисловості, коли в міста повертається нова «чиста» промисловість і розміщується всередині міської забудови. Так, виробництва, що займали раніше великі території, сьогодні можуть розміститися на кухні будинку,

видаючи при цьому номенклатуру в десятки тисяч виробів. При цьому відповідно відпадає необхідність побудови дорогої енергетичної інфраструктури для підключення таких виробництв. Мініатюризація виробництва орієнтована на надання якнайшвидшого і якісного персоналізованого сервісу за рахунок близькості до кінцевого споживача. Загальна тенденція свідчить про те, що малі підприємства стають набагато більш технологічно гнучкими, ніж великі підприємства, які фактично поставляють заготовки або напівфабрикати.

3. Становлення смарт-підприємств в Україні

У своєму дослідженні «Assessment: Ukraine 2016» науковець Філіп Хатч стверджує, що Україна за сприятливих умов зможе експортувати ІТ-товари та послуги і стати одним із світових технологічних лідерів. Якщо аналізувати місце України у цих сучасних трансформаціях, то варто зазначити, що ІТ-галузь України розвивається швидко і стабільно, тож середнє річне зростання у 2015-2016 р. становило близько 30%. Водночас Україна займає перше місце серед країн Центральної та Східної Європи за кількістю ІТ-фахівців. Вони працюють у провідних компаніях світу, їх знають і цінують, тому охоче віддають проекти з розробки передових технологій [39, с. 100].

Україна долучилась до формування планів щодо цифровізації економіки в 2016 р. Цей рік відзначився двома серйозними організаційними ініціативами: 1) створенням руху «Індустрія 4.0 в Україні» [40] та 2) розробкою і презентацією на державному рівні програмного документу «Цифровий порядок денний України – 2020» [41].

Рух «Індустрія 4.0 в Україні» є громадською ініціативою, об’єднанням учасників ринку ІТ та промислових підприємств з метою опрацювання спільних програм подальшого розвитку. Цим заходом Україна долучилась до всесвітнього руху «Індустрія 4.0», реалізація спільних ініціатив надасть можливість підвищити конкурентоздатність виробництв, стимулювати внутрішній ринок, утримати й нарощувати свої позиції в секторах з високою доданою вартістю на національному, а в окремих випадках – і на глобальному рівні. Однак це лише можливість отримувати відповідні знання, експертизу, консультації, ознайомитись із кращими світовими практиками. Окрім інформаційно-пізнавальної роботи, українському політикуму, державним установам та бізнесу необхідно розробляти комплексні ініціативи щодо реалізації потенціалу «Індустрія 4.0» в Україні.

Першою суттєвою ініціативою в даному напрямку став документ «Цифровий порядок денний України 2020», розробка якого була ініційована та здійснена громадською спілкою «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА» та групою експертів світових та вітчизняних лідерів ІТ-ринку за сприяння та підтримки Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. Громадська спілка "ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА" є об’єднанням підприємств у сфері високих технологій метою діяльності якого є створення сприятливих умов для розвитку в Україні

інноваційного бізнесу та цифрової економіки [42]. Презентація документа відбулась у грудні 2016 р., а з січня 2017 р. до роботи над документом та механізмом його реалізації долучилися представники Верховної Ради України, Адміністрації Президента України та компаній PWC, ТОВ «Ернст енд Янг», HUAWEI, KPMG, McKinsey та інші. Очевидно, що ідея цифровізації економіки України в 2017 р. була в тренді у вітчизняному політикумі. Тому в тому ж році з'явився навіть проект Закону України «Про цифровий порядок денний в Україні» [43]. Однак документ не був ухвалений. В січні 2018 р. Кабінет міністрів України видає розпорядження № 67-р «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [44]. Основу Концепції сформовано на матеріалах Цифрового порядку денного. Таким чином необхідність цифровізації вітчизняної економіки отримує державне визнання.

Однак реальна економіка не чекала узаконення цифровізації та смарт-виробництва зі сторони держави. Фактично перехід до Індустрії 4,0 виробники здійснюють під впливом як зовнішніх чинників (ринку, конкурентів, партнерів, споживачів, інноваційного розвитку) так і внутрішніх (готовності самого підприємства, його ресурсів). Вітчизняні підприємства мають певний досвід у такій роботі. Тому АППАУ (Асоціація Підприємств Промислової Автоматизації України) в березні 2018 р. провела опитування серед здебільшого серед технічних директорів - головних інженерів підприємств машинобудування щодо стану цифровізації в галузі (на жаль більш детального опису респондентів не наводиться) [45]. Таке опитування стало першим в країні. Організатори визначили, що 1) саме цей сектор є рушієм для розвитку всієї промисловості в епоху Індустрії 4.0 оскільки основа розумних виробництв – це розумні (smart) машини; 2) позаяк досвід впровадження цифровізації галузі існує, то варто виявити як диджиталізація впливає на конкурентоспроможність підприємств.

Згідно даних McKinsey 2016 року більше 80% керівників промислових підприємств промислово розвинутих країн вірять, що технології 4.0 докорінно змінять ландшафт індустрій в найближчі 5-10 років, 30% з них вже інвестують в ці технології.

За результатами вітчизняного анкетування АППАУ 92% опитуваних вважає, що конкурентоздатність їх підприємств повністю або частково залежить від цифрових технологій. Далі відповіді респондентів виявляють певні протиріччя. Попри те, що 78% опитаних визнають значне відставання рівня цифровізації промисловості на вітчизняних теренах західному, майже половина опитаних заявляє, що головним бар'єром у впровадженні сучасних АСУ-ІТ систем є визнання нагальними інших пріоритетів у розвитку підприємства. 66% опитаних частково та повністю згодні з тезою про те, що керівництво їх підприємств прихильно ставиться до розвитку цифрових стратегій. Однак цифровізацію ще не готові назвати основним напрямком розвитку.

Більшість інженерів та конструкторів вважають, що оскільки їх машини вже автоматизовані, мають підключення до мережі, то значить ніяких «проблем з цифровізацією» немає. Переважна частина відповідей про фактори конкурентоздатності через 5 років не стосується технологій цифровізації. Мова радше про ті ж загально-ринкові фактори як «ціна-якість». Це також може говорити про недостатню обізнаність з конкретними технологіями та їх впливом на бізнес-показники.

Аналітики, зокрема і з АППАУ, визначили і конкретні досягнення українського машинобудпрому в напрямку формування розумних виробництв (див. табл. 5).

Таблиця 5

Впровадження у вітчизняному машинобудуванні елементів смарт-виробництва

Напрямки	Реалізація
Предикативна аналітика, що базується на обробці даних	Найбільш активною є вітчизняна компанія IT-Enterprise. Їх продукт SmartEAMє переможцем конкурсу 4.0 2017р. Технологію реалізовано на Інтерпайпі, «Зоря-Машпроект»
Управління життєвим циклом продукту (PLM)	Всього декілька компаній в Україні (ТОВ «Аркада», IT-Enterprise) активно розвивають цей напрямок як перенесення PLM в хмарне середовище; поява Product-Data-asa-Service (PDAAS), що перетворює дані про продукт в цінні активи, а також інтеграції з блокчейн
Добавлена та віртуальна реальність	У машинобудуванні відсутні, однак в Україні є 29 стартапів в 14 секторах економіки
Вертикальна та горизон-тальна інтеграція машин	реалізація є в Java, .Net, ANSIC/C++. OPC Foundation налічує більше 500 компаній, що підтримують та реалізують в своїх розробках цей елемент
Системи управління виробництвом (MES)	система Smart-Factory від IT-Enterprise APS (Advanced Planning & Scheduling System) – новітня система планування виробництва
Розумні пристрої та мобільні додатки	Компанія Leantegra «розумні» (більш інтелектуальні) пристрої, що легко інтегруються в мережі технології Real-Time Location Services з датчиками нового типу та використанням мобільних додатків. Компанія широко впроваджує цю технологію в Туреччині для трекингу рухомого складу та персоналу в підземних шахтах
Хмарні платформи та сервіси	IT-Enterprise, Indusoft та Новатек-Електро (Overvis)
Кібер-безпека	Siemens, Schneider Electric, Phoenix Contact та технічний комітет 185 та його група по кібер-безпеці ведуть активну роботу по гармонізації українських ДСТУ до міжнародних стандартів щодо безпеки
Нові бізнес-моделі	Застосування сервісних моделей - Corum Group з 2014 р.

Джерело: складено за джерелами [45, 46]

Аналітики Руху «Індустрія 4.0 в Україні» визнають, що в межах цифровізації економіки необхідним є розвиток смарт-виробництва, для

чого визначають основні 4 ініціативи «Смарт-фабрики», котрі найбільш релевантні поточній ситуації.

Ініціатива 1. Таргетинг, або аналіз та дослідження промислових секторів з високою доданою вартістю відносно оцінки конкурентоздатності та перспектив росту.

Наразі в Україні немає ґрунтовного аналізу на точних та останніх даних конкурентоздатності та потенціалу як окремих галузей, так й окремих нішових секторів промисловості – чи у машинобудуванні, чи в оцінці R&D можливостей, чи в інжинірингу. Відповідно, цільові програми інвестування наражаються сьогодні на високі ризики, стратегії не мають належної точки відліку, а бізнес-спільноти дезорієнтовані або ж мають високий рівень конфліктності щодо заявлених цілей (приклад: сільське господарство vs-агропереробна промисловість).

Ключовим рішенням має стати проведення досліджень промислових сегментів з метою оцінки головних факторів конкурентоздатності – рівня R&D, якості людського потенціалу, технологічного рівня виробництв, експортного потенціалу, перспектив росту тощо. Це передбачає вибір дослідницьких агентств, здобуття відповідних інсайтів, визначення драйверів зростання, організацію комунікації результатів і т. д.

Результатом досліджень має стати отримання достовірної інформації для подальшого планування та зниження ризиків для потенційних інвесторів. Це важлива інформація для державних установ та власників підприємств.

Ініціатива 2. «ІТ-фікація», або програма просвіти та трансферу кращих практик з ІКТ-сектору в промислові сектори.

У даний час промислові сектори значно відстають від тенденцій, технологій та можливостей цифрового ринку. Відсутність практик щодо сучасних технології, які є драйверами «Індустрії 4.0» («інтернет речей», Predictive analytics, M2M, ML, 3D і т.п.), а також неволодіння методами управління (agile, scrum), інноваційного та інвестиційного менеджменту – є реальними перешкодами на шляху до «Індустрії 4.0». Також існують шкідливі підходи типу «ми й так вже це робимо в нашому АСУ ТП».

Ключовим рішенням має стати проведення масштабних, але фокусних просвітніх ініціатив щодо інтеграції кращих ІКТ-практик в промислові сектори із залученням профільних асоціацій, вендорів, міжнародних брендів і т. д. Необхідно сформувати фокусні групи експертів – носіїв знань та промоутерів – та «сплавити» їх із секторами промисловості.

Результатом має стати створення «промислових ІКТ-реакторів», тобто спільних компетентних груп – представників ІКТ та промисловості, орієнтованих на співпрацю та розробку нових продуктів

і послуг. Такий підхід дозволить ІКТ проникнути у промисловий сектор та вплине на появу нових розробок, R&D, інновацій.

Ініціатива 3. Інжинірингові кластери.

В Україні відсутні ефективна інфраструктура та відповідні стимули для появи потужних розробників у промисловому інжинірингу. Їх якість та кількість може кардинально вплинути на промислові інновації, R&D, експортний маркетинг і т. д.

Діяльність компаній із промислового інжинірингу направлена саме на пошук та розробку нових промислових продуктів, генерацію ідей, промисловий дизайн, створення прототипів і т.д.

Пошук релевантної стратегії щодо зазначеної проблеми, стимулювання появи та зростання цього важливого сегменту, насамперед, для таких секторів, як харчова та переробна промисловість, металургійне машинобудування, агросектор, - дозволить швидко створити та розвинути індустрію промислового інжинірингу.

Ініціатива 4. Створення галузевих дорожніх карт «цифрової» трансформації.

Згідно з моделлю цифрової траснформації (DX) більшість промисловців, у т. ч. у країнах-лідерах – це лише «початківці». В Україні наразі немає глибоких напрацювань у цій сфері, які могли б прискорити рух промисловців у напрямку DX.

Ключовим рішенням є створення дорожніх карт цифрової трансформації за вибраними підприємствами та секторах промисловості. Такі карти є планом дій та ініціатив щодо «цифровізації», а для багатьох підприємств – план реанімації та повернення в економічне середовище.

Результатом є не лише формальна наявність карти цифрової траснформації, а радше усвідомлення власниками та керівниками впливу «цифровізації» на конкурентоздатність, поява нових розробок та нова якість інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1992. 231 с.

2. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент : учебник. М. : Инфра–М, 2002. 401 с.

3. Тарасевич В.Н. О синергетике инноваций. Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму. 2008. № 1. С. 224–232.

4. Воронкова В.Г., Романенко Т.П., Андрюкайтене Р. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до Smart-суспільства . Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 67. С. 13-27.

5. Минаков В.Ф. Смарт инновации: понятие, сущность. Nauka-rastudent.ru. 2016. № 01 (25). URL: http://nauka-rastudent.ru/25/3175/.

6. Клейнер Г. Б. Стратегическое планирование: основы системного похода. URL : www.hse.ru/data/002/854/12/Kleiner.doc.

7. Згуровский М.З., Панкратова Н.Д. Системный анализ: проблемы, методология, приложения. К. : Наук. думка, 2011. 726 с.

8. Спицнадель В. М. Основы системного анализа : учеб. пособ. СПб. : Бизнес-пресса, 2000. 326 с.

9. Проект Розпорядження Кабінету міністрів України Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/file/NT4071.DOC.

10. Михайлов О.М. Індустрія 4.0. Асоціація Підприємств Промислової Автоматизації України. URL : https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-4-industrialna-revolyutsiya/.

11. Белая книга. Завод будущего. Женева : Международная Электротехническая Комиссия, 2015. 52 с.

12. Вишневський В.П., Князєв С.І. Смарт промисловість: перспективи і проблеми. Економіка України. 2017. № 7. С. 22-37.

13. Lucke D., Constantinescu C., Westkaemper E. Smart Factory – A Step towards the Next Generation of Manufacturing. Manufacturing Systems and Technologies for the New Frontier. London : Springer, 2008. P. 115–118.

14. Teresko J. Reaching for a smarter factory. Industry Week. 2007. Vol. 256, Issue 9. P. 29–33.

15. Масютин С.А. Базовая стратегия предприятия в условиях перехода к концепции «Индустрия4.0» URL: http://www.ruselprom.ru/upload/iblock/3c5/elmash_2018_masutin.pdf.

16. Головков В.Г., Пашко С.А. Умное производство URL: https://www.scienceforum.ru/2018/3209/3758

17. Жемлиханов Т. «Индустрия 4.0»: революция без потерь? Электротехнический рынок. 2015. №5-6. С. 32-36.

18. White paper: A new industrial policy for Flanders. May 2011. URL: http://www.kuleuven.be/industrieelonderzoeksfonds/nieuws/Witboek_EN_H.pdf.

19. Europa FP7 EC Website. URL : http://www.ec.europa.eu.

20. Filos E. Factories of the Future & Next ICT Calls European Commission, Information Society and Medics,. 2010. 9.07. URL: http://ec.europa.eu/research/industrial_technologies/lists/factories-of-the-future_en.html.

21. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке / Пер. с англ. М.: Добрая книга, 2005. С.23-34.

22. «Умные» среды, «умные» системы, «умные» производства: серия докладов (зеленых книг) в рамках проекта «Промышленный и технологический форсайт Российской Федерации». СПб. : Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад». 2012. 62 с.

23. Dey A. Understanding and Using Context. Personal and Ubiquitous Computing. 2001. Vol. 5. No 1. P. 4–7.

24. The internet of things: mapping the value beyond the. McKinsey Global Institute. McKinsey&Company, 2015. 131 p.

25. Anderson C. Makers: The New Industrial Revolution. NY : Crown Business, 2012. 250 p.

26. Череватский Д.Ю. Смарт промисловість у різних ракурсах. Економіка промисловості. 2017. № 3 (79). С. 145–153.

27. Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.

28. Гальчинський А. Економічний розвиток: методологія оновленої парадигми. Економіка України. 2012. № 5. С. 4-17.

29. Агроскин В. Недиверсифицированные фирмы и новые формы привлечения капитала. URL: http://www.libertarium.ru/ l_lib_nfi.

30. Рюссманн М., Лоренц М., Герберт Ф., Вальднер М., Юстус Я., Энгель П., Харниш М. «Индустрия 4.0» Будущее производительности и роста в промышленности. The Boston Consulting Group. 2015. 24 с.

31. Yin S., Kaynak O. «Big data» for Modern Industry: Challenges and Trends. Proceedings of the IEEE. 2015. Vol. 103, № 2. P. 143-136.

32. Hu H., Wen Y., Chua T.-S., Li X. Towards scalable systems for big data analytics : A technology tutorial. IEEE Access. 2014. Vol. 2. P. 652-687.

33. Мак-Кендрик Дж. Индустрия 4.0: на этот раз вся суть в ИТ. 2015. URL: http://www.pcweek.ru/idea/article/detail.php?ID=174770

34. Немецкая Индустрия 4.0 VS Американский Консорциум Промышленного Интернета. 2015. URL: http://fastsalttimes.com/sections/obzor/428.html 24

35. Что нужно знать об Индустрии 4.0 и Интернете вещей. 2015. URL: http://www.theru/net.com/articles/4826/chto/nuzhno/znat/ob/industrii/4/0/i/internete/veschey

36. Manyika J., Chui M., Bughin J. et al. Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy. McKinsey Global Institute, 2013. 162 p.

37. Вальдхаузен М. Ахвенайнен Э. «Умное производство»: первые шаги. URL: http://www.remmag.ru/upload_data/files/2017-02/Intergraph.pdf.

38. Zuehlke D. SmartFactory – Towards a factory-of-things. Annual Reviews in Control. 2010. Vol. 34. No 1. P. 131.

39. Жулин О.В. Перспективи і загрози соціально-економічного розвитку України в умовах четвертої промислової революції. Економіка та управління на транспорті. 2017. Вип. 4. С.97-108.

40. Офіційний сайт ГР «Індустрія 4,0 в Україні». URL: https://industry4-0-ukraine.com.ua/category/4-0-в-україні/.

41. Цифровий порядок денний України – 2020. URL: https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf.

42. Офіційний сайт ГО «ХАЙ-ТЕК ОФІС УКРАЇНА». URL: http://www.ht-office.org/about.

43. Проект Закону України «Про цифровий порядок денний України». URL: http://rada.gov.ua/uploads/documents/40009.pdf.

44. Розпорядження Кабінету міністрів України № 67-р «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації». URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi.

45. Індустрія 4.0 в машинобудуванні стан в Україні та перспективи розвитку. Аналітичний звіт. К.: АППАУ.2018. 39 с.

46. Опублікований онлайн-каталог українських VR та AR-стартапів. URL: http://uprom.info/news/other/startapi/opublikovaniy-onlayn-katalog-ukrayinskih-vr-ta-ar-startapiv/.

О.С. Маковоз, Т.С. Передерій

Управління персоналом в умовах цифрової економіки

Сучасні економічні умови стимулюють інвестиції в цифрові перетворення, тому що ринки, що розвиваються намагаються нарощувати свій попит на технології, щоб стимулювати подальше зростання, а розвинені ринки - шукають нові способи скорочення витрат і впровадження інновацій. Це стає «колом розсудливості і зростання»: цифрові технології виступають драйвером споживчого попиту і доходів, освіти і професійної підготовки, а також ефективного використання капіталу і ресурсів, що призводить до збільшення економічного зростання, особливо на ринках, що розвиваються [1].

«Цифровізація» бізнесу та промисловості – ядро «цифрової» економіки та головний чинник зростання, у тому числі і «цифрової» індустрії. «Цифрові» технології необхідні для зростання ефективності української промисловості, а в деяких секторах вони стають основою продуктових та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій [2, с. 39].

Цифровий простір – надзвичайно ефективна система соціально-економічних відносин, а цифрові технології прямо впливають на її ключовий елемент – додану вартість. Проникаючи у багато сфер економічної діяльності, проекти цифрових трансформацій мають стимулювати залучення інвестицій, перетворення традиційних індустрій на ефективні, високотехнологічні конкурентоспроможні виробництва, а також формувати цілу низку нових можливостей для реалізації людського потенціалу.

Ідея «цифрової економіки» походить від концепції, відомої ще з 1960-х рр.: спочатку це була теорія Деніела Белла про «інформаційну економіку», пізніше трансформована у поняття «мережеве суспільство» або «мережева економіка» Мануеля Кастельса [3].

Залишаючись на технологічній платформі, на мережевому характері нової економіки наголошує дослідник М. Кастельс, визначаючи в якості найважливіших ознак цього феномену:

1) зміну в провідних країнах світу пріоритетів у виробництві і споживанні від матеріального виробництва на користь виробництва інформації, інформаційної діяльності;

2) демасифікацію виробництва, поступовий дрейф від створення стандартних товарів і послуг до виготовлення унікальних, штучних благ;

3) зміну в організації виробництва, відмову від ієрархічних, вертикальних взаємозв’язків між підрозділами, централізації в бік

формування мережевих взаємозв'язків, переважання горизонтальних взаємодій, децентралізації виробництва;

4) детермінантами зростання продуктивності праці все в більшій мірі виступають новітні технології і, в першу чергу, застосування інформації;

5) на мікро-, мезо- та макрорівні врахування ролі факторів розвитку в глобальному світі стає важливішим за врахування національних факторів;

6) технологічні перетворення набувають революційного характеру, змінюючи самі засади існування людського суспільства, а в авангарді таких трансформацій ідуть інформаційні технології [4].

Водночас слід зазначити, що серед науковців і практиків не існує єдиного підходу до визначення поняття цифрової економіки. У класичному розумінні «цифрова економіка» – це діяльність, в якій ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані та їх використання, що дозволяє суттєво збільшити ефективність/ продуктивність у різних видах економічної діяльності. Також «цифровою економікою» називають економіку, котра застосовує цифрові технології та сервіси [5].

С. Веретюк, В. Пілінський вважають, що розглядати цифрову економіку необхідно з врахуванням її потенційних можливостей − як ще нереалізовану трансформацію всіх сфер економіки завдяки перенесенню всіх інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу [6, с. 51].

Цифрові перетворення є складним завданням. Країнам, які досягли найвищого рівня цифрової зрілості, довелося вирішувати складні культурні, організаційні, технічні проблеми, і лише облік всіх цих факторів зробив ці трансформації успішними. Для того, щоб стати сьогодні цифровими лідерами в конкретних сферах економіки потрібно виділяти пріоритетні цифрові проекти, які реалізують конкретні організаційні команди. Цифрові команди мають зосереджуватись на трьох ключових функціональних видах діяльності, а саме: розвивати цифрову стратегію, управляти цифровою діяльністю через їхні національні компанії, а також перетворювати в операційну перевагу їх цифрове виконання [7, с. 26-27].

Томас Мезенбург виділяє три основні компоненти концепції цифрової економіки:

1) підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);

2) електронний бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);

3) електронна комерція (дистрибуція товарів через Інтернет) [3].

Цифрова економіка є складовою частиною економіки, в якій домінують знання суб'єктів та нематеріальне виробництво – основний

показник під час визначення інформаційного суспільства. Поняття «цифрова економіка», «економіка знань», «інформаційне суспільство» формують нову економічну систему, яка замінює індустріальну парадигму. Ця економічна модель надає можливість реалізації високо конкурентної продукції з високою доданою вартістю, створювати робочі місця нової якості, ефективно вирішувати соціальні, культурні та екологічні завдання. Розвинені країни приділяють прискіпливу увагу щодо гармонійного розвитку системо утворювальних елементів цифрової економіки, інформаційного суспільства та економіки знань [6, с. 52].

За даними Всесвітнього економічного форуму, у 2015 році частка цифрової економіки у загальносвітовій економіці перевищила 20% і стрімко зростає, про це також свідчать показники ROI. ROI (від англ. Return on Investment), також відомий як ROR (від англ. Rate of Return) – фінансовий коефіцієнт, який ілюструє рівень прибутковості або збитковості бізнесу, враховуючи суму зроблених в цей бізнес інвестицій. ROI зазвичай виражається у відсотках, рідше – у вигляді дробу. Цей показник може також мати такі назви: прибуток на інвестований капітал, прибуток на інвестиції, повернення інвестицій, прибутковість інвестованого капіталу, норма прибутковості [8].

Успішний досвід Естонії, Ірландії, Швеції та Ізраїлю свідчить, що безпосередній ефект від комплексного розвитку цифрової економіки становить 20% ВВП протягом п'яти років, а ROI інвестиції в цифрову трансформацію сягає 500%. Сьогодні в Україні вже частково використовують цифрові технології. Найбільш яскравим прикладом є агропромислова сфера, де завдяки цифровим технологіям передові компанії збільшують свої ROI від 30% до 90% [9].

Цифрова економіка стрімко розвивається в глобальних масштабах. Вона є найважливішим двигуном інновацій, конкурентоспроможності та економічного зростання в світі. Як зазначає Європейська комісія, цифрова економіка оцінюється в 3,2 трлн. євро в групі країн «Великої двадцятки» і вже становить близько 8% ВВП, стимулюючи розвиток і створення робочих місць. Крім того, більше 75% доданої вартості, створюваної в Інтернеті, належить традиційним галузям промисловості, що пов’язано з більш високою продуктивністю праці [10].

У березні 2017 року було опитано 27901 громадян ЄС. Хоча, наприклад, 75% європейців вважають, що оцифрування має позитивний вплив на економіку, і 64% – у суспільстві, тоді як 74% вважають, що оцифрування замінює більше робочих місць, ніж це створює, і 44% респондентів, які зараз працюють, вважають, що їхня робота, хоча б частково, може бути зроблена роботом або штучним інтелектом [11].

У травні 2017 року Європейською Комісією було опубліковано середньостроковий огляд стратегії цифрового єдиного ринку. У ньому оцінюється досягнутий прогрес, який закликає співзаконодавців

оперативно реагувати на всі вже подані пропозиції та окреслити подальші заходи щодо онлайн-платформ, економії даних та кібербезпеки. Середньостроковий огляд супроводжується Європейським цифровим звітом про прогрес, який дає поглиблену оцінку того, як ЄС та держави-члени розвивають свій цифровий розвиток та визначають можливі кроки для покращення національних показників у цифрових засобах.

На сьогодні в Європі успішно реалізується стратегія Єдиного цифрового ринку Digital Single Market Strategy (DSM). На думку європейських експертів, DSM може принести об'єднаній Європі додаткові 415 мільярдів євро щорічно і забезпечити створення сотень тисяч робочих місць. DSM розглядається як основний актив Європи, спрямований на адаптацію європейського суспільства, бізнес-середовища до нових умов ведення діяльності на міжнародній арені. Європейці прагнуть забезпечити ефективний розвиток різних секторів економіки, які використовують цифрові технології для інновацій, щоб вони залишались конкурентоспроможними на глобальному рівні [12].

Про необхідність використання потенціалу цифрових технологій з метою підвищення рівня конкурентоспроможності, підприємництва та інноваційної діяльності було окремо наголошено у Плані дій «Підприємництво 2020» («Entrepreneurship 2020 Action Plan») [13]. Європейська комісія спонукає використати можливості цифрової революції, заохочуючи інноваційні перетворення бізнесу і підтримуючи цифрові підприємства в Європі [14].

Більш ефективне застосування цифрових технологій було визнано країнами ЄС як основний драйвер для посилення конкурентоспроможності та розвитку економіки, а також росту робочих місць і, як наслідок, це питання фігурує в ряді ініціатив як одне з перших на порядку денному, зокрема:

– Флагманські ініціативи ЄС 2020 – Індустріальна політика для ери глобалізації (Industrial policy for the globalisation era), Цифровий порядок денний для Європи (Digital Agenda for Europe), Інноваційний Союз (the Innovation Union) [15];

– План дій «Підприємництво 2020» – The Entrepreneurship 2020 Action

Plan (2013) [13];

– Акт про малий бізнес Європи – The Small Business Act for Europe (2008) [16];

– Комюніке Комісії «Адаптація політики щодо електронного бізнесу в мінливому середовищі: уроки ініціативи Go Digital і завдання на майбутнє – «Adapting e-business policies in a changing environment: the lessons of the Go Digital initiative and the challenges ahead» (2003) [10].

Орієнтиром для аналізу розвитку цифрової економіки можна вважати Індекс розвитку цифрової економіки та суспільства (The Digital Economy and Society Index – DESI), який включає наступні компоненти:

– зв’язок;
– людський капітал;
– рівень використання Інтернету;
– інтеграція цифрових технологій;
– цифрові громадські послуги.

Сьогодні, на жаль, Індекс розвитку цифрової економіки та суспільства для України не розраховується. Базовим орієнтиром для країн ЄС при побудові цифрової економіки є Цифровий порядок (2010), який визначив заходи по досягненню конкретних цілей до 2020 року. Важливою складовою Цифрового порядку ЄС є створення Єдиного цифрового ринку (Digital Single Market). Основна проблема розвитку цифрової економіки в Україні – це відсутність системної державної політики у цій сфері. Україна – єдина в Європі країна без власного «цифрового» бачення. Практично всі країни ЄС вже затвердили і впроваджують власні «Цифрові адженди» або «цифрові стратегії», Україна ж має тільки проект «Цифрової адженди України – 2020», де передбачено стратегічне завдання − усунути технологічний розрив між Україною та розвинутими країнами. Зауважимо, що Україна лише за деякими напрямами відповідає середньому значенню країн Східного партнерства, тоді як цифровізація країни сприятиме зростанню економіки та її трансформації з сировинної у цифрову, викоріненню корупції завдяки прозорості роботи електронних систем, а також інтеграції України у Єдиний цифровий ринок ЄС [17, с. 13]. Реалізація впровадження цифрової економіки передбачається за чотирма основними напрямами згідно зі схемою на рис. 1.

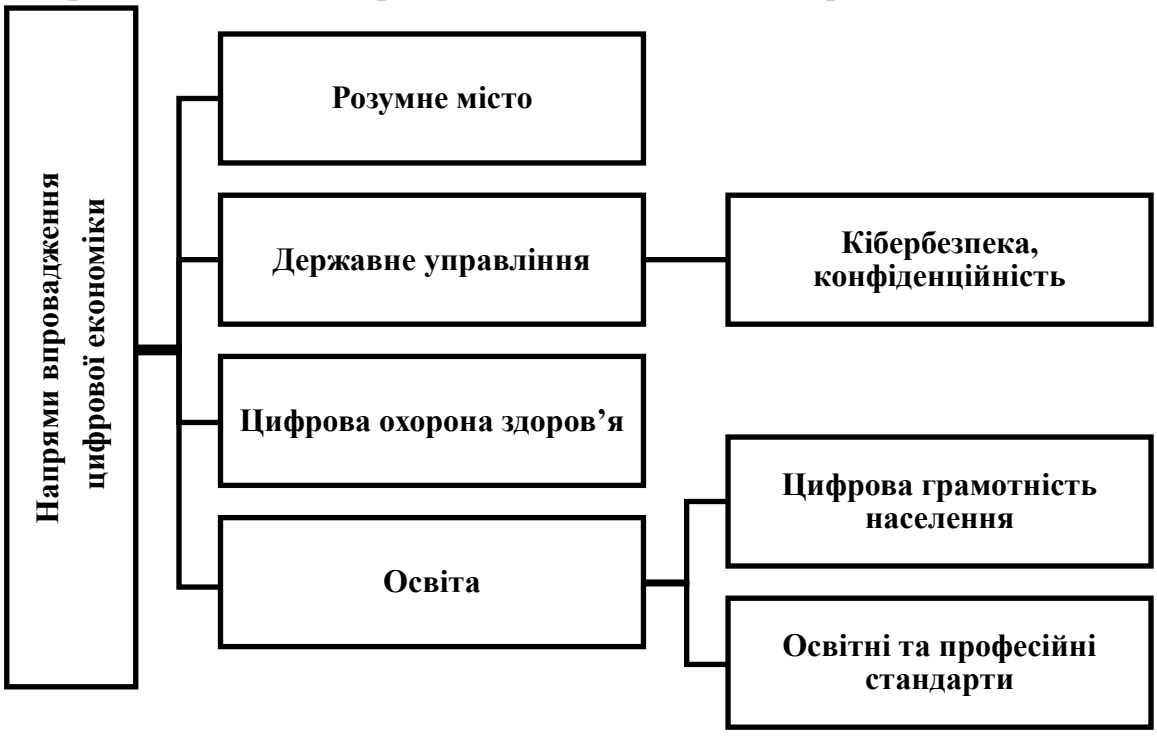


Рис. 1. Напрями впровадження цифрової економіки

Джерело: авторська розробка

Система Smart city – «розумне місто» робить життя людей простішим, комфортнішим, а головне безпечнішим, коли усе, що відбувається у місті, регулюється у комплексі. Пожежі, затори, аварії, землетруси, смерчі, підземні прориви труб, усім цим бідам «розумне місто» може запобігти, а отже, вберегти людей. Менеджмент міста приймає обґрунтовані управлінські рішення через активне застосування можливостей інформаційних технологій: відеоспостереження, зв'язок та інше. Як наслідок, у розумному місті спостерігається: зниження рівня злочинності; ефективна діяльність ситуативного центру, що забезпечує швидке реагування на виниклі проблеми; створення зручних та комфортних центрів обслуговування населення; Економія бюджету за рахунок впровадження інтелектуальної системи; модернізація міської транспортної інфраструктури та зниження загострень транспортних проблем.

Створення «розумного міста» передбачає комплексні соціальні та технологічні трансформації, що уможливлюються шляхом розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, розроблення нових стандартів енергоефективності та появи нової якості відносин між громадою та місцевою владою. Жителі сучасного міста перестають бути виключно користувачами, перетворюючись на постачальників міського сервісу. Місто з розвиненою інфраструктурою, значними ресурсами, великим людським та освітньо-науковим потенціалом, поступово зростаючим інноваційним сектором, насамперед сегменту інформаційно-комунікаційних технологій. Розумні міста сьогодні – це основа економічного піднесення та суспільного прогресу світу. Розумне місто – це сучасна модель міської трансформації, в якій інформаційні технології дозволяють вирішити найскладніші проблеми, якісно змінити систему управління і створити умови для розвитку громади і кожної людини [18, с. 177].

Вже зараз можна побувати у містах, які з кожним роком стають дедалі розумнішими. Згідно зі щорічним звітом Networked Society City Index, у 2016 році Стокгольм посів першу сходинку за показниками сталого розвитку та зрілістю інформаційно-комунікаційних технологій. Рейтинг оцінював соціальні, екологічні та економічні аспекти. За столицею Швеції у Топ-4 найрозвиненіших міст світу ввійшли Лондон, Сінгапур і Париж. Королівський морський порт, розташований у північно-східній частині Стокгольма, став випробувальним майданчиком для запровадження концепції Smart City. В його околиці розташовано 12 тис. домогосподарств і 30 тис. робочих місць. Будівлі характеризуються широким розмаїттям архітектурних форм, а мешканці – різними способами життя. Всі зацікавлені сторони – як державні, так і приватні – узгодили довгостроковий план розвитку цієї місцевості. Вона має стати взірцем для сталого постійного розвитку всієї столиці Швеції. Надалі здобутий досвід поширюватиметься на інші населені пункти як усередині країни, так і між державами. Одним

із найважливіших завдань, яке поставили перед собою мешканці Стокгольма – обмеження впливу на клімат. Королівський морський порт має стати вільним від викидів викопних видів палива у повітря до 2030 року. У ньому має використовуватися ефективний і екологічно чистий транспорт. Розумні датчики, з'єднані бездротовими технологіями, забезпечать розумні та ощадливі витрати енергії, а також збір і транспортування відходів. До роботи над перетворенням Стокгольма у цифрове місто залучені представники муніципалітету, наукових кіл і приватні компанії. Наприклад, шведський телеком-вендор Ericsson виступає радником щодо інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Городяни сьогодні мають високі запити щодо організації роботи рятувальних служб, особливо з точки зору використання технологій. Не дивно, що саме у Стокгольмі був реалізований пілотний проект SMS Livraddare (SMS-рятувальники), в рамках яких в разі гострої необхідності повідомлення розсилаються користувачам, які мають необхідну медичну підготовку, для того, аби почати перші реанімаційні заходи ще до прибуття швидкої допомоги [19].

Останнім часом у провідних країнах світу реалізуються національні програми адаптації державного управління до умов інформаційного суспільства, що передбачають упровадження системи електронного урядування як нової форми взаємодії влади і суспільства для підвищення якості державно-управлінських послуг. У контексті інтеграційних прагнень України особливого значення набувають запровадження європейських норм і стандартів реалізації державної інформаційної політики, використання вітчизняного та зарубіжного досвіду. Впровадження системи електронного урядування дозволяє владі коригувати адміністративні процеси у визначеному напрямку, удосконалювати організаційний, правовий, ресурсний механізми державного управління. Електронне урядування, перш за все, забезпечує відкритість і прозорість діяльності органів влади всіх рівнів, а також підвищує довіру громадян до влади, забезпечує більш ефективне і менш витратне адміністрування [20, с. 4].

В Україні прийнято Концепцію реформи фінансування системи охорони здоров'я на період до 2020 року: розпорядження КМУ від 15.11.2017 р. № 821-р., в якій серед запланованих заходів заплановано створення єдиної електронної системи обміну медичною інформацією. Серед запланованих завдань:

1) затвердження наказу МОЗ про тестування компонентів електронної системи обміну медичною інформацією, необхідних для запуску нової моделі фінансування на первинному рівні надання медичної допомоги;

2) забезпечення реєстрації ЗОЗ, що надають первинну медичну допомогу, та медичних працівників таких закладів в єдиній електронній системі обміну медичною інформацією;

3) забезпечення реєстрації пацієнтів в єдиній електронній системі обміну медичною інформацією;

4) запровадження видачі електронних рецептів за програмою реімбурсації вартості лікарських засобів, які входять до Національного переліку лікарських засобів;

5) запровадження електронної системи міжнародної класифікації звернень за первинною медичною допомогою ICPC-2;

6) отримання експертного висновку та атестата комплексної системи захисту інформації в єдиній електронній системі обміну медичною інформацією;

7) запровадження навчальних програм підвищення кваліфікації медичних працівників щодо використання єдиної електронної системи обміну медичною інформацією у закладах, що надають вторинну (спеціалізовану) та третинну (високоспеціалізовану) медичну допомогу;

8) забезпечення використання єдиної електронної системи обміну медичною інформацією в закладах, що надають стаціонарну медичну допомогу.

Окрім того, планується спрощення вимог до ведення паперової звітності в ЗОЗ, що надають первинну медичну допомогу, у зв'язку з переходом на використання єдиної електронної системи обміну медичною інформацією, а також пілотна апробація системи електронного збору та аналізу статистичних даних про випадки стаціонарної медичної допомоги та даних про пов'язані з такими випадками витрати у лікарнях вторинного та третинного рівня у формі, що забезпечує можливість подальшого використання діагностично споріднених груп захворюваності для обліку та фінансування медичної допомоги у стаціонарах [21].

Розвиток інтернет–технологій формує унікальні умови для виникнення з працівниками і роботодавцями нових трудових відносин. Зокрема, у рамках технології Смарт–Стаффінгу реалізовані нові високотехнологічні підходи до залучення персоналу. Спеціалісти, що працюють в одній команді на загальний результат використовуються не одночасно, а послідовно, по певному графіку, а велика частина працівників може виконувати трудові функції у дистанційному режимі. Реалізація технології Смарт-Стаффінгу відбувається через розподільчу інтелектуальну Інтернет–b2b–платформу, за допомогою якої роботодавці на значній відстані залучають і перерозподіляють між собою доступні компетенції співробітників, а також заключають угоди з віддаленими працівниками за допомогою електронного документообігу. Еволюція бізнес–моделі сьогодні відбувається від електронного навчання до Smart-університету в контексті розвитку каталізатора інновацій в освіті: просування на інституційному/ національному рівні; система кібер-навчання в кібер-університетах, Центрах перепідготовки і навчання, так як відбувається формування нової освітньої політики інформаційного суспільства [22, с. 19].

Цифрова економіка представлена трьома наступними рівнями, які у своїй тісній взаємодії впливають на життя громадян і суспільства в цілому: ринки і галузі економіки (сфери діяльності), де здійснюється взаємодія конкретних суб'єктів (постачальників і споживачів товарів, робіт і послуг); платформи і технології, де формуються компетенції для розвитку ринків і галузей економіки (сфер діяльності); середовище, яке створює умови для розвитку платформ і технологій і ефективної взаємодії суб'єктів ринків і сфер економічної діяльності, а також охоплює нормативне регулювання, інформаційну інфраструктуру, людський капітал і інформаційну безпеку.

Згідно з Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки від 17 січня 2018 р. № 67-р, цифрова економіка означає діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові [23].

Згідно з даними дослідження «Цикли зрілості цифровий трансформації» компанії Enterprise Strategy Group, проведеного на замовлення компанії Dell EMC, 96% компаній, де пройшла цифрова трансформація, наступного року майже вдвічі перевиконали свої плани по доходах [24].

В умовах цифрової економіки людський капітал та інформаційні технології відіграють вирішальну роль в забезпечені сталого розвитку економіки. У зв'язку з цим підготовка висококваліфікованих фахівців з врахуванням потреб ринку та сучасних тенденцій розвитку цифрових технологій, ефективне впровадження яких супроводжується прискоренням економічного зростання, збільшенням кількості робочих місць, підвищенням якості послуг, набуває особливого значення. Щоб максимально використати потенціал цифрових технологій потрібні нові фахівці, що володіють сучасними знаннями, цифровими навиками, здатні до самонавчання, вирішення складних завдань в постійно змінюваному середовищі [25, с. 320-322].

Для успішного формування цифрової економіки потрібні ефективно функціонуючі три компоненти: нормативно-правова база, яка б сприяла конкуренції і виходу на ринок підприємствам, дозволяла фірмам повною мірою використовувати цифрові технології для конкуренції та інновацій; навички, необхідні працівникам, бізнесменам, державним службовцям, для використання можливостей цифрових технологій; ефективні і підзвітні інститути, що використовують Інтернет для розширення прав і можливостей громадян [26].

Концептуальний документ «Оцифровка, працевлаштування та інтеграція – роль Європи» розглядає вплив оцифрування на ринок праці. Оцифровка – це не вибір, а необхідність для європейського бізнесу та економіки в цілому, яка дає безліч можливостей, що створюють нові наслідки та передусім зміни: деякі робочі місця будуть замінені, нові робочі місця будуть створені, і багато робочих місць

будуть трансформовані. Таким чином, важливо супроводжувати громадян у цьому переході [11].

Останнім часом склалася ситуація, при якій конкурентні переваги підприємства визначаються не тільки організаційно-економічними факторами, а й забезпеченістю висококваліфікованим персоналом та управління ним. Це обумовлено тим, що сучасне життя та економіка дуже динамічно розвиваються, а технологічна складова виробничого процесу швидко застаріває. Саме тому, організації змушені швидко адаптуватися не тільки до змін внутрішнього і зовнішнього середовища, а й до швидкості цих змін. Аналіз існуючих підходів (таблиця 1) показав, що управління персоналом – це компонент надзвичайної цінності в будь-якій організації, як і управління матеріальними та фінансовими ресурсами.

Таблиця 1

Характеристика визначення сутності управління персоналом

Автор, посилання на джерело	Визначення сутності управління персоналом
В.А. Рульєв, С.О. Гуткевич, Т. Л. Мостенська [27]	Управління персоналом – це системно організований процес відтворення й ефективного використання всіх кадрів організації, направлений на досягнення поставленої цілі.
Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. [28]	Управління персоналом − це цілеспрямована діяльність керівного складу організації на розробку концепції, стратегій кадрової політики і методів управління людськими ресурсами. Це системний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних, організаційно економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства.
Ф.І. Хміль [29]	Управління персоналом – це скоординована система заходів щодо формування та ефективного використання сукупного трудового потенціалу працівника у складних організаційних утвореннях ієрархічного типу.

Джерело: [27, 28, 29]

Чим ефективніше відбувається управління персоналом в організації, тим ефективніше вона працює, посилюючи конкурентні переваги компанії, підвищуючи її платоспроможність і рентабельність. Ефективне управління персоналом на кожному підприємстві здатне не тільки вивести підприємство на більш високий рівень, але і дати поштовх економіці регіону, країни, внаслідок якого відбудеться збільшення внутрішнього валового продукту, а також підвищення рівня життя населення.

Сьогодні організації стикаються з радикальними змінами контексту у сфері управління персоналом та на ринку праці загалом. Проведене опитування, що охопило більш ніж 10000 осіб, серед яких – як керівники компаній, так і керівники HR-функцій зі 140 країн світу, дозволило виділити 10 трендових напрямків, на яких компаніям варто

зосередити увагу задля покращення процесів організації, управління, розвитку та залученості персоналу [30].

У зв’язку із стрімким впровадженням цифрових технологій та впровадженням smart working (розумної праці) формування цифрових навичок персоналу підприємств набуває особливого значення. Цифровізація та багатоформність на сьогодні є головними трендами на загальному ринку праці. Уміння використовувати цифрові технології в роботі поступово стає необхідним для більшості спеціалізацій та професій, тобто наскрізним або багатоплатформним. Завдяки використанню он-лайн та інших технологій громадяни можуть більш ефективно набувати знань, вмінь та навичок у багатьох інших сферах [23]. Нові технології та вдосконалення існуючих технологій є ключовим фактором у розвитку smart working, що включає широкий спектр інструментів такі як Інтернет, смартфони, соціальні мережі або будь-які програми, призначені для полегшення гнучкості роботи та мобільності [31].

Таблиця 2

Переваги та недоліки у застосуванні Smart working для суб'єктів національної економіки

Переваги	Недоліки
Держава:	
1) заощадження у використанні обмежених природних ресурсів; 2) збільшення рівня інвестиційної привабливості для залучення додаткових міжнародних інвестицій; 3) підвищення конкурентоспроможності; 4) додаткові кошти для людей з вадами, обмеженою рухливістю.	1) зменшення рівня зайнятості серед населення; 2) підвищення загроз та ризиків кібербезпеки.
Підприємство:	
1) зростання оперативності роботи; 2) ефективне використання обмежених ресурсів, економія витрат; 3) підвищення рівня продуктивності у зв'язку з гнучкістю кадрової політики; 4) збільшення часу для ефективного управління; 5) збільшення рівня інвестиційної привабливості для залучення додаткових інвестицій.	1) зменшення продуктивності у зв'язку з тим, що дистанційна робота не спланована або не виконується, а також погіршення якості; 2) залежність ефективності роботи від якості зв’язку; 3) обмеження живого спілкування та відсутність контакту працівників з колегами, партнерами; 4) зниження безпеки системи.
Персонал:	
1) мобільність у просторі та часі; 2) заощадження часу; 3) покращення якості життя; 4) можливість залучати людей з вадами, обмеженою рухливістю.	1) відсутність контактів і налагодження взаємодії для ефективного ведення господарства; 2) зменшення рухливості, що негативно впливає на стан здоров’я.

Джерело: авторська розробка

Smart working відома як модель роботи, яка використовує нові технології та розробку існуючих технологій для покращення продуктивності та задоволеності, отриманих від роботи. Аналіз переваг та недоліків у застосуванні Smart working для суб'єктів національної економіки наведено в таблиці 2.

У глобальній доповіді Adecco, що опублікована у грудні 2015 року, є цікаві факти про стан smart working та думку персоналу про роботу в іншому місці від традиційного робочого місця. Наприклад, лише 17% шукачів роботи відмовляються від запропонованої гнучкості завдяки розумній роботі, 55% опитаних працювали би вдома, і 46,5% це зробили би зі своїх смартфонів. Проте один факт виділяється над усіма іншими: 90,8% опитаних людей хотіли б мати можливість працювати поза офісом. Таким чином, більшість людей хочуть застосувати smart working до свого робочого часу [31].

В умовах цифрової економіки робочі місця перестають бути прив'язаними до фізичних місць. Вони стають «цифровими», віртуальними, мобільними, тобто такими, що не потребують постійного перебування працівника на робочому місці. Концепція «цифрових робочих місць» поширюється надзвичайно швидко у бізнес-середовищі та позитивно сприймається переважною більшістю працівників, яким подобаються гнучкі способи роботи, можливість працювати вдома, на відпочинку, тобто з будь-якого місця [23].

У конкурентному бізнес-середовищі все більше і більше організацій усвідомлюють важливість розкриття повного потенціалу. Інтелектуальна робота забезпечує можливості для більшої гнучкості та мобільності завдяки використанню нових технологій та концепцій на робочому місці, це ще один крок у цій роботі. Застосування ефективних методів є однією з головних цілей для всіх підприємств, а Smart working не обмежується лише одним сектором, вона застосовується для всіх підприємств незалежно від розміру чи сектора [32].

Smart working стала більш поширеною в останні роки у приватному та державному секторах, що може відігравати ключову роль у вирішенні проблеми зменшення витрат. Цей крок до Smart Work підтримується новими технологіями, які дозволяють збільшити мобільність роботи, а законодавство стимулює гнучкість роботи та нові тенденції дизайну на робочому місці [31].

Так, наприклад, у Великій Британії у січні 2016 р. компанія PAS 3000 Smart розробила новий кодекс практики, що допомагає організаціям у впровадженні інтелектуальних принципів роботи та фінансується Кабінетом Міністрів від імені Інтелектуальної робочої хартії керівної групи промисловості, академічних установ, установ та інших органів державного сектора. Кодекс практики вперше поєднав найкращі практики з усього світу та різних дисциплін, щоб дозволити організаціям переходити від принципів до стандартів та відстежувати свої позиції на ринку. Багато робочих принципів визначають технології

та гнучкі робочі схеми, які дозволять створювати сучасні робочі місця, підтримувати більшу гнучкість та співпрацю, а також забезпечують співробітникам кращий баланс роботи та життя, що, у свою чергу, призводить до більшої продуктивності та ефективності для роботодавця. Кодекс ділової практики призначений для використання громадськими, приватними та неприбутковими секторами для великих та малих організацій Міністерство юстиції Великої Британії створює всі умови, щоб скоротити потребу та витрати на довгі подорожі та підтримувати робочу та особисту збалансованість [32].

П’ять ключових компонентів, що складають «цифрову» економіку, та відповідно, знаходяться у фокусі «Цифрового порядку денного України -2020»:

– «цифрова» індустрія, тобто сфера ІКТ як галузь економіки;
– «цифрова» інфраструктура;
– «цифровізація» бізнесу, промисловості ;
– «цифрові» навички, компетенції та лідерство ;
– «цифрова» культура.

«Цифровізація» бізнесу та промисловості – ядро «цифрової» економіки та головний чинник зростання, у тому числі і «цифрової» індустрії. «Цифрові» технології необхідні для зростання ефективності української промисловості, а в деяких секторах вони стають основою продуктових та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. «Цифровий перехід» (від. англ digital transfer) промисловості відбувається завдяки таким технологіям, як «хмарні» обчислення, Big Data, нові промислові додатки, кіберсистеми, «розумні виробництва», робототехніка, 3D-друк, дизайн та ін. [2].

Цифрова економіка використовує цифрові та комп’ютерні технології й на початку 2000-х в межах цифрової економіки визначили три компоненти:

– розвиток та підтримка інфраструктури (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікаційні системи та мережі);
– електронний бізнес (автоматизація та комп’ютеризація бізнес процесів, використання мережевих технологій);
– електронна комерція (онлайн торгівля, онлайн транзакції купівлі продажу, тощо).

Проте у цих формулюваннях немає головного компоненту – рушійної сили – людського інтелектуального ресурсу. Важливо підкреслити наявний дуалізм впливу цього фактору на цифрову економіку: з однієї сторони людина створює попит на продукцію, з іншого сама генерує нові продукти та сервіси. Рівень розвитку людського ресурсу визначає життєздатність всієї цифрової екосистеми. Цифрова економіка є складовою частиною економіки, в якій домінують

знання суб'єктів та нематеріальне виробництво – основний показник під час визначення інформаційного суспільства [6].

Нові технології та форми, які вже активно впроваджуються у повсякденне життя кожної людини, а також у виробничі процеси:

– нові промислові технології індустрії 4.0 – використання «кіберфізичних систем» (CPS): 3d-технології (друк), генна інженерія, кастомізована фарма, інтернет речей, створення квантового процесора. Це лише частина нових технологій, які кардинально змінять виробництво найближчим часом;

– компанії-платформи – базова ланка нової економіки (Платформа - технологічна здатність реалізовувати value proposition для клієнта на основі застосування open source рішень, машинного навчання, хмарних технологій із заданим рівнем безпеки. Екосистема – digital-організація, в основі якої знаходиться технологічна платформа, що дозволяє в режимі реального часу на основі big data формувати кращу пропозицію для клієнта за рахунок підключення зовнішніх провайдерів);

– нова логістика, що базується на типових інфраструктурних рішеннях (Uber, каршерінг, безпілотники);

– блокчейн-технології формують новий простір довіри для оцифровування великих баз даних – кадастрів, реєстрів власності та ін.;

– розумні контракти – можливість спростити і збільшити надійність реалізації трансакцій B2B, B2G;

– цифрові гроші (у тому числі криптовалюти) і нові фінансові інструменти приведуть до кардинальних змін на фінансовому ринку, прискорення інвестиційних процесів;

– оцифрування інформації і об'єднання в системи (графи), що конкурують між собою, – нова епоха в пошуку і доступі до інформації;

– біотехнологія: генний інжиніринг, інженерія органів і тканин, створення протезів та штучних органів;

– нейрокомп'ютерний інтерфейс: технології «мозок - комп'ютер» – управління об'єктами командами безпосередньо з мозку, робототехніка, штучний інтелект.

Низка тенденцій, що склалися викликають необхідність «переписати правила». В умовах безпрецедентної динаміки розвитку технологій окремо взята людина адаптується до постійних інновацій відносно швидко, проте організаціям потрібно значно більше часу для впровадження змін. На переважній більшості підприємств ще досі зберігається структура та практики управлянні з індустріальної епохи, які вже давно застаріли. Найважче відбуваються зміни у питаннях, пов'язаних з соціальною політикою, наприклад, нерівномірний розподіл доходів, безробіття, імміграція та захист прав працівників.

Саме цей розрив між технологіями, працівниками, компаніями та соціальною політикою дає функції управління персоналом унікальну можливість допомогти керівникам та організаціям адаптуватися до

нових технологій, працівникам – до нових моделей роботи та побудови кар'єри, а також допомогти організаціям загалом не лише пристосовуватися, але й сприяти позитивним змінам у суспільстві, регулюванні та соціальній політиці [30].

У зарубіжній науковій літературі дедалі більше з'являється досліджень процесів залученості персоналу (employee engagement), формування підходу управління персоналом на основі високої замученості (high involvement approach to HRM або HIHR M). HIHR M системи прагнуть «завоювати серця і уми» співробітників, а не просто, спонукати їх до дотримання правил роботи, встановлених керівниками. Вони прагнуть управляти виробничою поведінкою співробітників шляхом їх залучення, ідентифікації з організацією та неформальним або груповим управлінням. За даного підходу, HRM може одночасно підвищувати здібності співробітників, мотивацію і створювати можливості для них здійснити свій внесок у спільний результат [33, с. 71]. Впровадження «цифрових робочих місць» характеризується стратегічним та комплексним підходом. При цьому приділяється більше уваги процесам осмислення підприємствами розуміння як люди працюють. Це включає в себе виклики всіх припущень про те, як традиційно робиться робота, і розвиток нової робочої культури на основі довіри та керування за результатами. Тому ключовими особливостями цього перехідного етапу Smart Work є: розробка стратегія для розумних і гнучких дій, які пов'язані з визначеними перевагами для бізнесу гнучкості керівництва персоналом у відповідності з фактичною потребою, так звана, довірча культура та керування за результатами; високий фокус на співпраці, висока автономність персоналу при прийнятті рішень для виконання поточної роботи, щоб люди змогли більш ефективно працювати поза офісом паперові процеси змінюють електронними, широке впровадження хмарних технологій, робота набагато менш ресурсовитратна, культура інновацій у робочих методах, співробітництві та технологіях.

Для забезпечення гнучкості промислових підприємств важливе значення має гнучкість персоналу, тобто можливість налаштовуватися на швидкі зміни виробничих потреб, що зумовлює постійне коригування вимог до кваліфікації та знань персоналу. У повідомленні Єврокомісії «Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth» [34] вирішення цього завдання пов`язують із впровадженням принципів балансу гарантії зайнятості та гнучкості ринку праці (flexicurity principles), що надає можливість людям отримувати нову кваліфікацію, потенційне кар`єрне зростання та адаптуватися до нових умов. З метою забезпечення внутрішньої мобільності на ринку праці та максимального задоволення попиту на кваліфіковану робочу силу здійснюється державна підтримка у формі фінансових асигнувань зі структурних фондів, особливо з Європейського соціального фонду (European Social Fund, ESF). Створюються гнучкі взаємозв`язки між

освітніми та професійними закладами, соціальними партнерами та експертами, що сприяє реалізації стратегії безперервного навчання персоналу на протязі всього трудового життя (life-long learning).

Аналіз досвіду таких компаній Dropbox, Microsoft, Evernote, Airbnb, LivePerson та Capital One Innovations Lab показав, що можна виділити принципи побудови робочого простору для максимізації віддачі роботи персоналу. По-перше, в офісі має бути достатньо простору. Якщо офіс є тісним, працівники знаходяться у постійному напруженні, що зменшує продуктивність. По-друге, офіс має бути різноманітним. Це потрібно для «зміни обстановки», коли працівник втрачає продуктивність в монотонних умовах «однакового» простору. Різний дизайн стимулює креативність. По-третє, робочий простір має бути функціональним та забезпечувати можливість виконання різноманітних завдань без відриву від поточного робочого процесу (наприклад, прийняття важливого дзвінка в галасливому open space є складним, тому в достатній кількості мають бути спеціальні кімнати). По-четверте, необхідним є місце для комунікації (формальна, неформальна). Оскільки співробітництво команд різних відділів компанії є невід'ємною частиною робочого процесу, слід розробити зручну зону для команд, де вони працюватимуть разом необмежену кількість часу. По-п'яте, необхідно створити зону відпочинку з необмеженим доступом та місце, де можна було б перекусити під час робочого дня, що сприятиме можливості зробити перерву. Це знижує рівень стресу та ризик «перегорання» працівника. По-шосте, дизайн та планування офісу має відображати корпоративну культуру компанії, її мету та ідею. Таким чином, фізичні умови праці можуть мати значний вплив на організацію роботи персоналу, тому ергономіці робочих місць та офісу загалом має приділятися не менше уваги [35, с. 124].

Діловий світ наразі стає більш швидшим, глобальним, мобільним і цифровим. Кадрові ресурси поповнюються значною кількістю представників нового покоління. Ці молоді працівники набувають усе більше досвіду в використанні наявних технологічних інструментів, вимагаючи повної свободи вибору щодо того, як, де і коли вони працюють.

У «цифровому» робочому місці поєднано практично всі технології, які люди використовують для виконання роботи в сучасному робочому середовищі. «Цифровим» робочим місцем можуть бути як бізнес-застосунки, так і електронна пошта, засоби миттєвих повідомлень, корпоративні соціальні мережі та інструменти для проведення віртуальних зустрічей. Для отримання вигоди від «цифрових» робочих місць урядовим та бізнес-організаціям України необхідно врахувати чотири елементи [2].

З використанням цифрових технологій змінюються повсякденне життя людини, структура національної економіки та виробничі стосунки, а також виникають нові вимоги до комунікацій,

обчислювальних потужностей, інформаційних систем і сервісів. Сьогодні персонал підприємств виступає у якості вагомого активу для реалізації нових ідей.

Базисними цілями напряму, щодо управління персоналом та освіти, є створення відповідних умов для підготовки кадрів для цифрової економіки, підвищення кваліфікації робітників, застосування системи мотивації щодо набуття необхідних компетенцій, вдосконалення системи освіти, яка повинна забезпечувати цифрову економіку компетентними кадрами; ринок праці, яка повинна спиратися на вимоги цифровізації.

Для того, щоб підприємство оцінило необхідність вкладання коштів в розвиток власного персоналу, необхідна зміна підходу до сприйняття людського чинника, у розвитку підприємства. Людський чинник має стати головним фактором виробництва, а витрати на підготовку персоналу, його розвиток вважатися першочерговими інвестиціями підприємців, без яких підприємство не зможе успішно конкурувати на ринку [36, с. 402].

Сьогодні існує безліч перепон активізації впровадження цифрової економіки Україні. Головна проблема цифровізації України це фрагментарність, брак системності, послідовності, завершеності, узгодженості між ухваленням нормативно-правових актів і подальшою розробкою механізмів їх реалізації. Сукупність законодавчих та нормативних документів у сфері цифрової економіки має багато прогалин і суперечностей. Тому будь-які ініціативи щодо впровадження цифрової економіки в Україні поки що залишаються в проектній стадії. Для удосконалення державного управління цим процесом, перш за все, потрібно узгодити основні стратегічні задачі з механізмами їх реалізації та нормативно-правовою базою в Україні. Визначального значення в управлінні персоналом для впровадження цифрової економіки в Україні набуває механізм координації зусиль усіх зацікавлених сторін – представників державної влади, підприємств, закладів освіти і наукових організацій. Саме персонал підприємств виступає в якості ключового чинника виробництва в усіх сферах економічної діяльності, що підвищує конкурентоспроможність продукції, рівень життя населення, забезпечує економічне зростання і національний суверенітет держави.

Список використаних джерел

1. The New Digital Economy. How it will transform business. *Oxford Economics. A research paper produced in collaboration with AT&T*. Cisco, Citi, PwC & SAP. URL: http://myclouddoor.com/whitepapers/The-New-Digital-Economy.pdf (Last accessed: 25.06.2018).

2. 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: 15.07.2018).

3. The Concept of a «Digital Economy». URL: http://odec.org.uk/the-concept-of-a-digital-economy/ (Last accessed: 25.05.2018).

4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

5. Фіщук В. Цифрова економіка – це реально. URL: http: // biz.nv.ua/ukr/ (дата звернення: 17.07.2018).

6. Вертюк С.М., Пілінський В.В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. *Наукові записки науково-дослідного зв'язку*. 2016. №2 (42). С.51-58.

7. Целостная модель трансформаци в цифровой экономике – как стать цифровыми лидерами / В. П. Куприяновский, А. П. Добрынин, С. А. Синягов, Д. Е. Намиот. *International Journal of Open Information Technologies*. 2017. vol. 5, no. 1. С.26-33.

8. Показник ROI. URL : https://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=ROI&oldid=21792639 (дата звернення: 18.07.2018).

9. Як цифрова економіка змінить Україну. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057/ (дата звернення: 15.07.2018).

10. Digital economy. URL: http://ec.europa.eu/growth/sectors/digital-economy/importance/index_en.htm (Last accessed: 11.06.2018).

11. Digital Single Market Mid-term Review: Commission calls for swift adoption of key proposals and maps out challenges ahead. URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-single-market-mid-term-review (Last accessed: 25.06.2018).

12. Європа формує новий цифровий ринок. Чому Україна поза ним? Веб-сайт. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2364078-misia-ocifruvati-ekonomiku-strategia-edinogo-cifrovogo-rinku.html (дата звернення: 03.07.2018)

13. The Entrepreneurship 2020 Action Plan Веб-сайт. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/entrepreneurship-2020/index_en.htm (Last accessed: 02.06.2018).

14. Measuring the Digital Economy OECD Report. URL: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/science-and-technology /measuring-the-digital economy/summary/english_1443d3d7-en#page1 (Last accessed: 10.06.2018).

15. New Digital Economy. Веб-сайт. URL: https://www.ida.gov.sg/~/media/Files/Infocomm%20Landscape/Technology/TechnologyRoadmap/NewDigitalEconomy.pdf (Last accessed: 20.07.2018).

16. OECD Digital Economy Papers. URL: http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-digital-economy-papers_20716826 (Last accessed: 02.07.2018).

17. Карчева Г. Т., Віталіївна О. Д. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Міжнародний науково-практичний журнал «Фінансовий простір»*. С.13-21.

18. Рижова І. С. Smart-технології як фактор розвитку сучасного дизайну. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: зб. наук. пр*. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2017. Вип.69. С.174-184.

19. Розумне місто – основа для зручного та безпечного життя. URL: https://biz.nv.ua/ukr/bisin3g/rozumnij-misto-osnova-dlja-zruchnogo-i-bezpechnogo-sposobu-zhittja-410924.html (дата звернення: 15.07.2018).

20. Бабаєв В.М., Новікова М.М., Гайдученко С.О. Текст лекцій з дисципліни «Електронне урядування» (для студентів 5 курсу спеціальності 8.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування» денної форми навчання). Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Х.: ХНУМГ, 2014. 127 с.

21. Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції реформи фінансування системи охорони здоров'я на період до 2020 року: розпорядження КМУ від 15.11.2017 р. № 821-р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/821-2017-%D1%80 (дата звернення: 10.07.2018).

22. Воронкова В. Г., Романенко Т. П., Регина А. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. №. 67. С.13-27.

23. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80 (дата звернення: 02.07.2018).

24. Україна переходить на «цифрову економіку» що це означає? Веб-сайт. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2385945-ukraina-perehodit-na-cifrovu-ekonomiku-so-ce-oznacae.html (дата звернення: 15.05.2018).

25. Карчева Г.Т., Карчева І.Я. Удосконалення освіти в умовах цифрової економіки. *Проблеми забезпечення ефективного функціонування та стабільного розвитку банківської системи та економіки*. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 19 травня 2017. С.320-322.

26. Доклад о мировом развитии «Цифровые дивиденды». Группа Всемирного банка. 2016. URL:http://documents.worldbank.org/ (дата звернення: 10.06.2018).

27. Рульєв В. А., Гуткевич С.О., Мостенська Т.Л. Управління персоналом : навч. посібник. К. : Кондор, 2013. 310 с.

28. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом: Навчальний посібник. Вид. друге, перероблене й доповнене. К. : «Кондор», 2005. 308 с.

29. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. К. : Академвидав, 2005. 607 с.
30. Міжнародне дослідження Deloitte «Тенденції у сфері управління персоналом – 2017». URL: https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/human-capital-trends-2017.html (дата звернення: 15.07.2018).
31. Do you know what smart working is? URL: https://ehorus.com/smart-working/ (Last accessed: 20.07.2018).
32. New Smart Working Code of practice announced. Веб-сайт. URL: https://www.bsigroup.com/en-GB/about-bsi/media-centre/press-releases/2016/january/New-Smart-Working-Code-of-Practice-announced/ (Last accessed: 01.07.2018).
33. Krausert, A. HRM systems for knowledge workers: differences among top managers, middle managers, and professional employees. *Human Resource Management*, january-february 2014, vol. 53, no. 1. pp. 67–87.
34. European Commission (2010) Communication from the Commission Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Brussels. COM (2010) 2020. p. 26.
35. Використання інноваційних технологій Agile, Design Thinking та ергономіки робочого простору в управлінні персоналом в IT сфері / Ільєнко А. В. та ін. 2017. С.122-125.
36. Лисак В.Ю. Роль управління персоналом в розвитку підприємств. *Вісник КПНУ імені Івана Огієнка. Економічні науки*. 2009. Вип. 2. С.399-405.

І.А. Андрейцева

Регіональні особливості трудового потенціалу Хмельниччини

Трудовий потенціал − важливий чинник соціального-економічного розвитку суспільства, індикатор ефективності реалізації соціальної політики держави. Конкурентоспроможність національної економіки значною мірою зумовлена ефективним використанням її трудового потенціалу. Будь-який регіон має свої демографічні, соціально-економічні, екологічні, етнокультурні системи. Отже, саме ці основні складові мають найбільший вплив на процес формування та використання трудового потенціалу регіону та визначають його структуру.

Трудовий потенціал проявляється на різних рівнях управління: господарюючого суб'єкта, регіональному та національному. Існують відмінності щодо його формування та використання, проте його базисом залишається працездатне населення.

Економічне зростання держави можливе на основі ефективного використання трудового потенціалу. Під яким розуміють економічно активне населення, якому притаманні кількісні та якісні характеристики.

Кількісна характеристика трудового потенціалу визначається: приростом населення, його мобільністю; потребами суспільного виробництва у робочій силі; можливостями задоволення потреби працездатного населення у робочих місцях. Якісна характеристика трудового потенціалу може здійснюватися за допомогою: біологічних показників і психофізичних характеристик; професіонально-кваліфікаційних даних; соціальних можливостей.

Головним у структурі трудового потенціалу є демографічна компонента, оскільки вона впливає на виокремлення працездатного населення зі всього населення регіону. Демографічна система характеризується статево-віковою структурою, коефіцієнтами народжуваності, смертності, середньою тривалістю життя у регіоні. Показником, що характеризує потенціал здоров'я населення регіону, вважається також величина витрат на охорону здоров'я в області.

Аналіз демографічної підсистеми передбачає аналіз показників динаміки чисельності населення, його природного та механічного руху, статево-вікової структури населення. З огляду на те, що кількісною характеристикою населення регіону є його чисельність, а основними категоріями його обліку є наявне та постійне населення (табл.1) розглянемо його динаміку за період дослідження.

Таблиця 1

Динаміка чисельності наявного та постійного населення у Хмельницькій області станом на 1 січня 2012–2016 рр.

Роки (на 1 січня)	Чисельність наявного населення			До загальної чисельності населення, %		Чисельність постійного населення, %			До загальної чисельності населення, %	
	всього, тис. осіб	у тому числі				всього, тис. осіб	у тому числі			
		міськ.	сільс.	міськ.	сільс.		чол.	жін.	чол.	жін.
2001	1445,0	739,0	706,0	51,1	48,9	1440,3	663,4	776,9	46,1	53,9
2012	1320,2	728,2	592,0	55,2	44,8	1317,0	609,0	708,0	46,2	53,8
2013	1314,0	729,0	585,0	55,5	44,5	1310,8	606,5	704,3	46,3	53,7
2014	1307,0	729,5	577,5	55,8	44,2	1303,8	603,9	699,9	46,3	53,7
2015	1301,2	730,3	570,9	56,1	43,9	1298,1	601,7	696,4	46,4	53,6
2016	1294,4	729,8	564,6	56,4	43,6	1291,2	598,8	692,4	46,4	53,6

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Дані таблиці свідчать про тенденцію до скорочення чисельності наявного населення Хмельниччини на 10,4%, що становить 150,6 тис. осіб порівняно з даними перепису 2001 року. Щодо структури населення зберігається стала ситуація, зокрема, у 2016 році переважає міське населення − 56,4%, хоча його питома вага зросла на 5,3% порівняно з рівнем базового року. Варто відзначити зменшення чисельності сільського населення на 27,4 тис. осіб, що пояснюється процесами урбанізації області та особливостями регіонального ринку праці. Чисельність постійного населення за статтю вказує на превалювання жінок за структурою. Зокрема, їх частка у звітному році склала 53,6%, що на 0,3% вище рівня 2001 року й відповідно частка чоловіків − 46,4%, що на 0,3% вище рівня перепису.

Важливу роль у відтворенні населення та визначенні демографічної основи ресурсів праці як України, так і Хмельницького регіону, відіграє характер вікової структури населення. Основою формування трудового потенціалу певної території є населення працездатного віку. Його частка у Хмельницькій області, зокрема, населення у віці від 15 до 59 років, на початок 2016 р. становила 61,5 % загальної чисельності населення, тоді як у 2012 році цей показник сягав 61,7 % (табл. 2) [6].

Згідно даних таблиці 2, станом на 1 січня 2016 р. чисельність молодого населення (у віці до 15 р.) становила 211,8 тис. осіб, що складало 16,0% від загальної чисельності населення області. Протягом 2012-2016 рр. чисельність підлітків, які досягають працездатного віку,

стабільно знижувалась, що не сприяє відтворенню трудового потенціалу регіону.

Таблиця 2

Розподіл постійного населення Хмельницької області за окремими віковими групами станом на 1 січня 2012-2016рр.

Роки (на 1 січня)	Всього, тис. осіб	Розподіл постійного населення Хмельницької області за окремими віковими групами					До загальної чисельності населення кожної із вікових груп,%				
		0–14р.	15–59 р.	15–64 р.	60 р. і понад	65 р. і понад	0–14р.	15–59р.	15–64р.	60 р. і понад	65 р. і понад
2012	1317,0	211,8	812,8	903,5	292,4	216,9	16,0	61,7	68,6	22,2	16,5
2013	1310,8	211,1	807,0	898,5	292,7	214,9	16,1	61,6	68,5	22,3	16,4
2014	1303,8	211,7	800,1	891,7	292,0	213,5	16,2	61,4	68,4	22,4	16,4
2015	1291,3	202,3	795,3	874,9	293,7	214,1	15,7	61,6	67,7	22,7	16,6
2016	1282,1	203,0	788,5	864,8	288,5	214,3	15,8	61,5	67,5	22,5	16,7

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Чисельність населення у віці 15-59 років за період дослідження скоротилася на 0,2%, його частка в загальній чисельності зменшилась з 61,7% у 2012 р. до 61,5% у 2016 р. Чисельність людей похилого віку (старше 65 років) зменшувалась до 2014 р., а потім почала зростати, тому в цілому за розглянутий період зросла лише на 0,2%, склавши у загальній чисельності постійного населення 16,7% (у 2012 р. – 16,5%). Частка населення понад 60 років − 22,5% у 2016 р. (у 2012 р. – 22,2%). Такий суттєвий розрив у вікових групах старшого населення країни свідчить про високу смертність людей похилого віку і досить низьку тривалість життя (розрив у розмірі частки 60-річних та 65-річних – 5,8%).

Основною причиною подібних структурних зрушень, насамперед, є демографічні процеси природного руху населення. Це вказує про наявність тенденції до старіння і вимирання нації і, як наслідок, – перспективи різкого скорочення трудового потенціалу регіону в майбутньому. Зростання частки людей похилого віку відбувається за рахунок частки населення у віці від 0 до 15 років, тобто дітей, яка скоротилася з 16% у 2012 р. до 15,8% у 2016 р., а чисельність – на 4,15% за 5 років, що свідчить про скорочення резервів трудового потенціалу в майбутньому. Іншими словами, його структура набуває більш вираженого депопуляційного характеру.

Для дослідження кількісної складової трудового потенціалу області ключове значення має динаміка чисельності економічно активного населення у віці 15-70 років, що є основним його елементом.

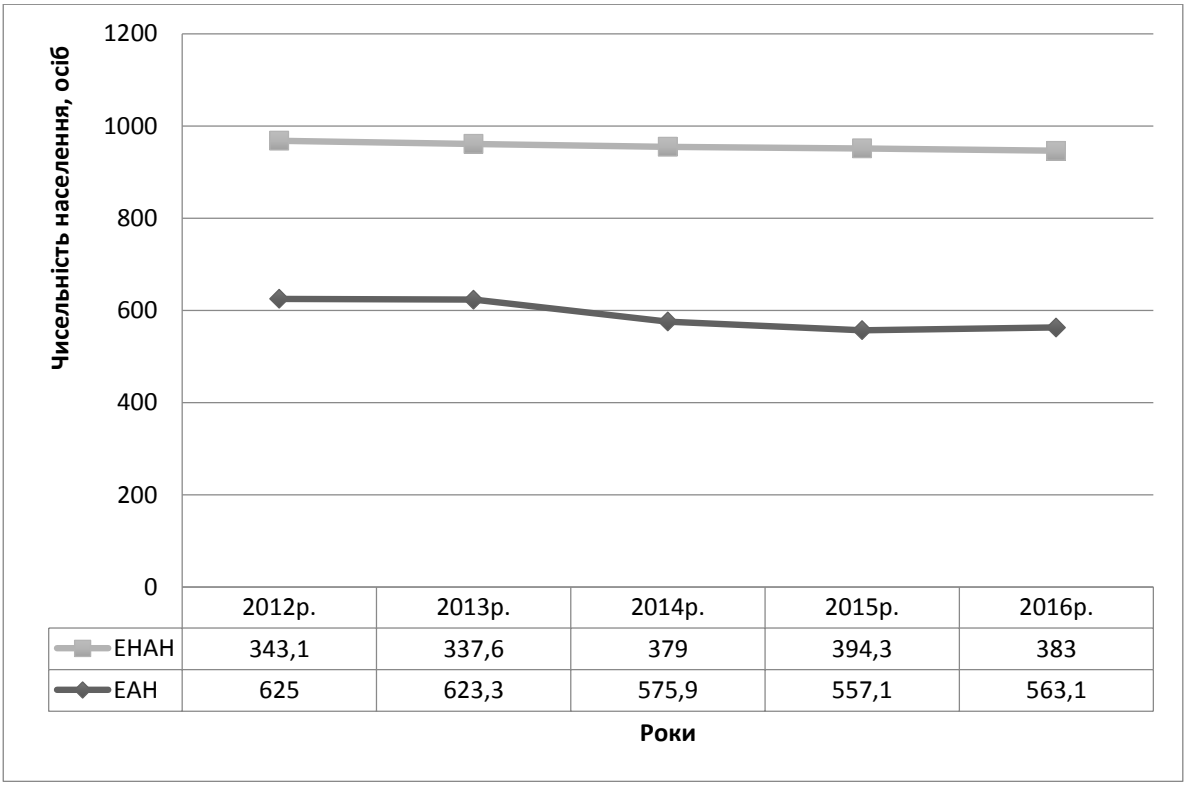


Рис. 1. Динаміка населення Хмельницької області за економічною активністю за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

За останні 5 років чисельність цієї категорії населення зменшилася на 9,9% (з 625,0 до 563,1 тис. ос.). Водночас спостерігається тенденція до зростання чисельності економічно неактивного населення Хмельниччини, його величина зросла на 11,6% і в 2016році становила 383,0 тис. осіб. Це зумовлено об'єктивними процесами природного скорочення населення, що спостерігаються як в Україні, так у регіоні, протягом останніх 25 років, а також воєнними діями та втратою частини території, в межах якої на даному етапі неможливо вести облік.

Кількісні та структурні зміни населення та його економічно активної частини не могли не позначитися на параметрах коефіцієнтів демографічного навантаження (рис.2). Зокрема, коефіцієнт потенційного навантаження (заміщення) за останні 5 років знизився з 160,8‰ до 158,3‰, тобто на 1000 осіб працездатного віку приходиться 158 дітей віком від 0 до 15 років, що в майбутньому заміщуватимуть нинішній трудовий потенціал. У той же час коефіцієнт пенсійного навантаження є значно вищим – за останні 5 років він зріс з 222 до 225‰ – на 1000 осіб працездатного віку нині припадає 225 пенсіонерів, тобто вибуває зі складу трудових ресурсів більше, ніж приходить на заміну.

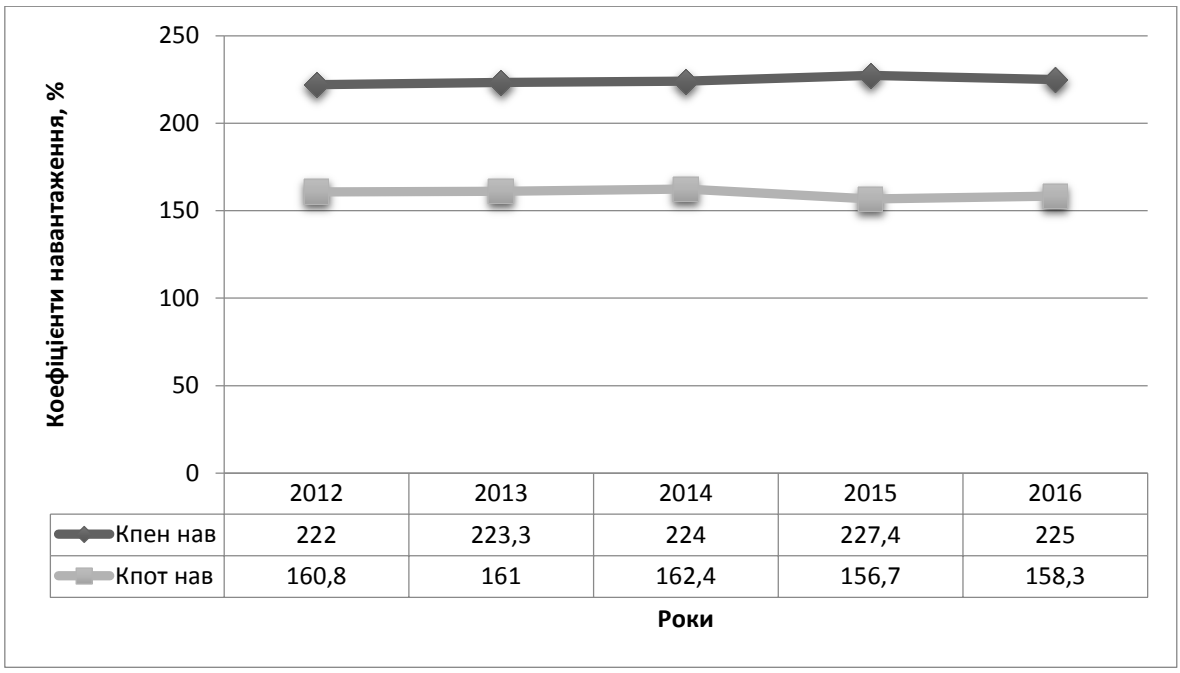


Рис. 2. Динаміка коефіцієнтів демографічного навантаження Хмельницької області за економічною активністю за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Коефіцієнт загального навантаження в кінцевому підсумку на сьогодні складає 384‰ – на 1000 осіб у працездатному віці приходиться 383 осіб непрацездатного віку.

Таблиця 3

Природний процес відтворення населення Хмельницької області за 2012-2016 рр.

Показники	Всього осіб за роками				
	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Чисельність народжених, усього, осіб:	14881	14548	14631	13793	12742
– у міських поселеннях	8543	8282	8393	7885	7308
– сільській місцевості	6338	6266	6238	5908	5434
Чисельність померлих, усього, осіб:	20362	20581	20408	20448	19982
– у міських поселеннях	7822	7953	8066	8196	8158
– сільській місцевості	12540	12628	12342	12252	11824
Природний приріст населення, усього, осіб:	-5481	-6033	-5777	-6655	-7240
– у міських поселеннях	721	329	327	-311	-850
– сільській місцевості	-6202	-6362	-6104	-6344	-6390
Загальний коефіцієнт народжуваності (на 1000 осіб наявного населення):	11,3	11,1	11,2	10,6	9,84
– у міських поселеннях	11,7	11,4	11,5	10,8	10,0

– сільській місцевості	10,8	10,8	10,9	10,4	9,62
Загальний коефіцієнт смертності (на 1000 осіб наявного населення):	15,5	15,7	15,6	15,7	15,4
– у міських поселеннях	10,7	10,9	11,1	11,2	11,2
– сільській місцевості	21,3	21,7	21,5	21,5	20,9
Загальний коефіцієнт природного приросту (на 1000 осіб наявного населення):	-4,2	-4,6	-4,4	-5,1	-1,56
– у міських поселеннях	1,0	0,5	0,4	-0,4	-1,2
– сільській місцевості	-10,5	-10,9	-10,6	-11,1	-11,28

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Аналіз даних таблиці 3 свідчить, що динаміка природного руху населення Хмельниччини явно негативна: кількість народжених зменшується, а померлих – зростає і, як наслідок, відбувається природне скорочення населення. Так, чисельність народжених у 2016 році становила 85,6% від рівня 2012 року, що на 14,4% нижче базового періоду. Відповідно кількість померлих за період дослідження скоротилась на 1,9% й становила у звітному році − 19982 осіб. Природний приріст населення за досліджуваний період зі знаком мінус, при чому його величина зросла зі 5481 до 7240 осіб.

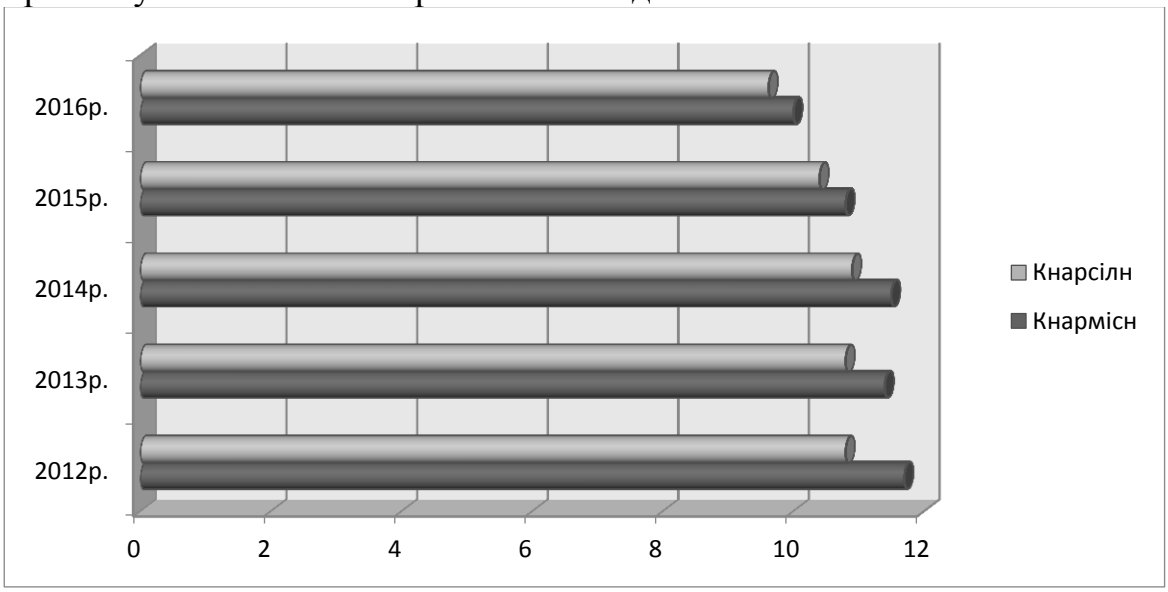


Рис. 3. Динаміка загальних коефіцієнтів народження міського і сільського населення Хмельницької області за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Однак, спостерігалось помітне збільшення природного приросту міського населення області протягом періоду дослідження: варто відзначити, що загальна чисельність народжених у 2012 р. складає 8543 немовлят, а кількість померлих у цьому ж році становила 7822. Отже, природний приріст становив 721 особу, що є позитивною тенденцією.

Аналогічна ситуація спостерігалась і протягом наступних років. Мінімальний скорочення міського населення відбувся у 2015 році – 311 осіб, тобто кількість померлих (8196 осіб) перевищувала кількість народжених (7885 осіб).

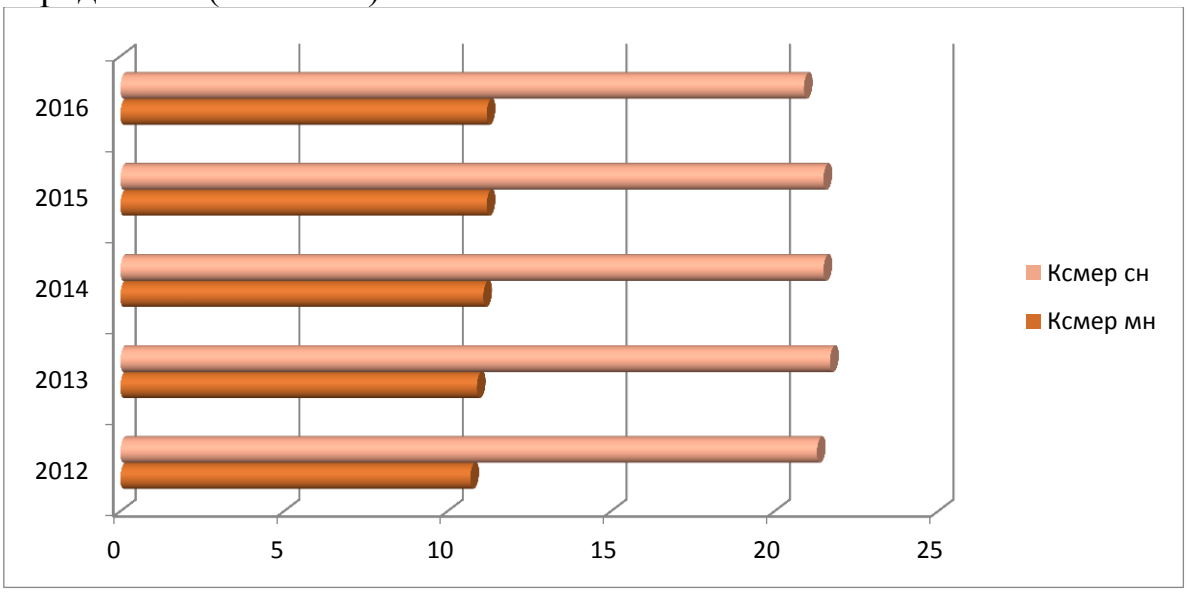


Рис. 4. Динаміка загальних коефіцієнтів смертності міського і сільського населення Хмельницької області за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Проте, не можна не відзначити погіршення показника природного приросту населення сільської місцевості протягом 2012-2016 рр. Зокрема, у сільській місцевості природне скорочення населення у 2016 році становило 6390 особи, що 188 ос. вище рівня 2012 року, що відповідно знижує перспективи його відтворення.

Слід відзначити, що демовідтворювальний потенціал населення Хмельницької області, накопичений предками, зменшується внаслідок скорочення постійної чисельності населення Хмельниччини. В той же час життєвий потенціал населення Хмельниччини залежить від середньої тривалості життя, яка в останні роки має позитивну тенденцію до зростання (табл.4).

Таблиця 4

Середня очікувана тривалість життя при народженні у Хмельницькій області за 2012-2016 рр.

Період розрахунку	Середня очікувана тривалість життя при народженні, років		
	обидві статті	чоловіки	жінки
2012р.	71,6	66,4	76,7
2013р.	71,9	66,7	76,9
2014р.	71,7	66,4	77,1
2015р.	71,8	66,5	77,1
2016р.	72,3	67,2	77,4

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Середня очікувана тривалість життя людей при народженні,

починаючи з 2013-2016 рр., у регіоні зростає, більш відчутно це проявляється у чоловіків і менше – у жінок. Створення сприятливих умов у регіоні для покращення стану здоров'я населення, зниження рівня смертності у працездатному віці сприятиме продовженню періоду перебування населення у продуктивному періоді життя, що дозволить у повній мірі використати накопичений трудовий потенціал.

Відтворення населення регіону забезпечується за рахунок високого рівня охорони здоров'я, стимулювання народжуваності, що обумовлює необхідність врахування та аналізу медичної складової формування трудового потенціалу регіону. Основними показниками стану охорони здоров'я населення є: кількість лікарів та середнього медичного персоналу (на 10000 населення), кількість лікарняних закладів, рівень захворюваності за класами хвороб, кількість інвалідів тощо.

Проаналізуємо основні показники охорони здоров'я населення Хмельниччини.

Таблиця 5

Основні показники охорони здоров'я населення Хмельниччини за 2012-2016 роки, тис.

Показники	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Кількість лікарів усіх спеціальностей на 10 тис. населення	41,9	42,7	42,5	43,0	42,9
Кількість середнього медичного персоналу на 10 тис. населення	103,6	104,1	104,5	104,5	101,5
Кількість лікарняних закладів	77	56	55	57	57
Кількість лікарняних ліжок на 10 тис. населення	88,2	86,3	84,6	85,7	79,3
Кількість лікарняних амбулаторно-поліклінічних закладів	295	350	356	368	381

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Дані таблиці свідчать про надання населення медичних послуг на належному рівні, оскільки чисельність медичного персоналу зросла за період дослідження. Зокрема, кількість лікарів на 10 тис. населення зросла на 1,0 тис., середнього медичного персоналу зменшилась на 2,1 тис. Однак за цей проміжок часу кількість лікарняних закладів скоротилась на 20 і водночас кількість лікарняних ліжок зменшилась на 8,9 тис. й відповідно зросла кількість лікарняних амбулаторно-поліклінічних закладів.

Аналіз захворювань населення Хмельницької області віддзеркалює переважання в їх структурі хвороб органів дихання, травм та отруєнь, системи кровообігу, органів травлення, нервової системи, інфекційних й паразитарних хвороб.

Динаміка захворювань населення Хмельницького регіону за 2012-2016 роки стала, їх структура за 2016 рік змінилась несуттєво.

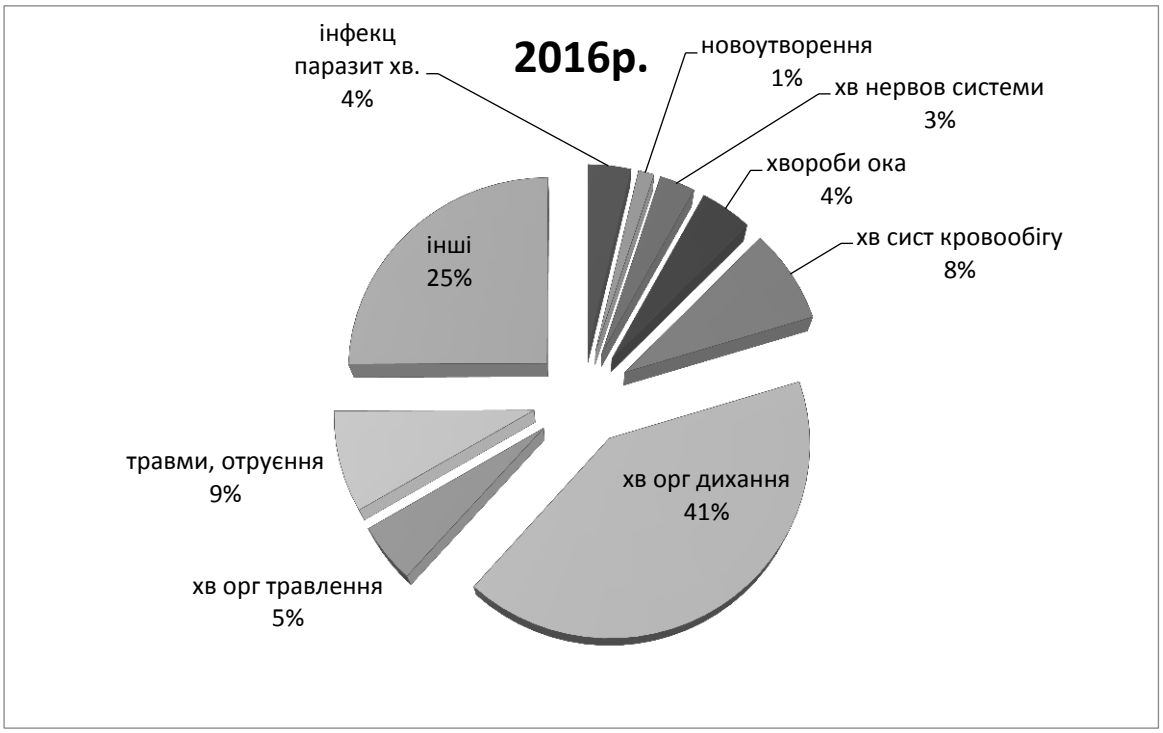


Рис. 5. Структура всіх захворювань Хмельницької області на 10 тис. осіб за 2016 рік

Джерело: побудовано за джерелом [5].

Негативна тенденція відслідковується щодо захворювань населення регіону на активний туберкульоз.

Таблиця 6

Захворювання населення Хмельниччини на активний туберкульоз за 2012-2016роки, осіб

	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Кількість хворих, з діагнозом встановленим уперше в житті на 100 тис. населення	51,8	55,6	57,5	55,9	53,6
в т. ч. з діагнозом активний туберкульоз на 100 тис. населення	48,6	52,2	54,3	52,9	50,1
Кількість хворих, які перебували на обліку у мед. закладах на кінець року на 100 тис. населення	136,1	64,5	60,1	63,9	63,3

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

За даними таблиці можна зробити висновок, у регіоні зростає кількість захворювань на активний туберкульоз, що є ганебним явищем для сьогодення. Так, у 2016 році кількість населення з діагнозом

активний туберкульоз на 100 тис. населення зросла на 1,5 особи порівняно з 2012 роком, що складає 3,1%. Дана ситуація свідчить про недовикористання наявного трудового потенціалу області та додаткові витрати з бюджету для його лікування.

Трудова діяльність, в якій людина використовує професійні навики, передбачає також постійне їх удосконалення, тобто підтримку на рівні вимог виробництва, подолання морального старіння знань та навиків (вторинне формування трудового потенціалу). Цей процес повинен здійснюватись безперервно в самій трудовій діяльності, а також при відповідній перепідготовці та підвищенні кваліфікації.

З огляду на те, що освіта є основою кваліфікації та розвитку особистості, саме вона, здебільшого визначає якість трудового потенціалу.

Сьогодні особливої уваги потребує сфера дошкільної освіти, оскільки саме дошкільна освіта, як і належне виховання вдома, формує підвалини духовності і моральної чистоти у молодого покоління як основи якісного трудового потенціалу регіону в майбутньому. При цьому значну роль у вихованні підростаючого покоління відіграють домогосподарства, які чинять значний вплив на вибір майбутньої професії та формують ставлення до праці.

Таблиця 7

Співвідношення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів Хмельниччини за 2012-2016 роки

Навчальний рік	Загальноосвітні навчальні заклади		Вищі навчальні заклади			
			І-ІІ рівнів акредитації		ІІІ-ІV рівнів акредитації	
	усього	у них учнів, тис.	Усього	у них студентів, тис.	усього	у них студентів, тис.
1990-1991	1062	210	18	16	3	16,5
2000-2001	1003	212	15	9,6	10	28,7
2012-2013	853	128,9	11	7,5	10	35,7
2013-2014	812	127,3	11	7,2	9	32,8
2014-2015	803	127,9	11	6,7	9	30,3
2015-2016	783	128,3	10	5,2	9	28,2
2016-2017	756	129,2	9	4,9	9	27,5

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Згідно даних таблиці 7 видно, що досліджуваний період відбулось суттєве скорочення чисельності учнів, зокрема, у звітному році − на 38,5% проти рівня 1990 року і зростання − на 0,2% порівняно з 2012 роком. І як наслідок загальноосвітні навчальні заклади відповідно зменшились на 28,8% порівняно з 1990 роком і на 11,4% з рівнем 2012 року. Протилежна ситуація притаманна для вишів ІІІ-ІV рівнів акредитації, їх кількість зросла у тричі порівняно з 1990 роком та

чисельність студентів збільшилась на 67,7%. Щодо вищих навчальних закладів I-II рівнів акредитації тенденція протилежна, їх кількість скоротилась майже наполовину і кількість студентів зменшилась у тричі.

Вищевказані факти свідчать про зростання якісних параметрів трудового потенціалу, що є позитивним явищем для ефективного використання трудових ресурсів за реалій скорочення демографічної складової.

Розглянемо динаміку показників щодо професійно-технічної освіти у регіоні.

Таблиця 8

Професійно-технічні навчальні заклади Хмельницької області за 2012-2016 роки

	1990р.	2000р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Кількість закладів	42	34	34	34	34	32	32
Кількість учнів, тис.	19,7	16,1	14,3	13,3	12,6	12,0	10,9
Прийнято учнів, тис.	12,4	8,4	8,7	8,0	7,8	7,6	7,0
Підготовлено кваліфікованих робітників, тис.	12,1	7,2	8,1	7,8	7,8	6,9	6,3

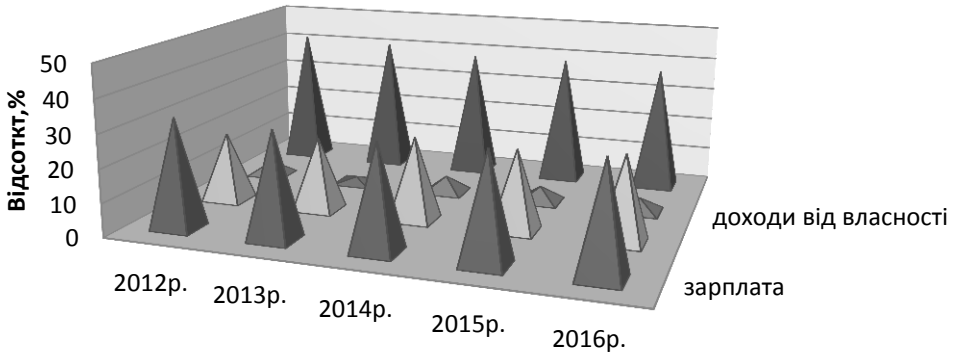
Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

За 1990-2016 роки заклади, що надають послуги професійно-технічної освіти, скоротились на 10 одиниць, що склало 23,8%. Ця ситуація зумовила скорочення учнівського контингенту на 8,8 тис., або на 44,7%. Підготовка кадрів робітничих професій скоротилась майже удвічі у 2016 році.

За результатами проведених досліджень встановлено, що система професійної освіти не відповідає потребам економіки Хмельницького регіону. Виявлено, що протягом останніх років чисельність студентів, що навчалися у вищих навчальних закладах 3-4 рівня акредитації, у 3 рази переважала чисельність учнів, що навчалися у професійно-технічних закладах регіону.

Важливим регіональним аспектом формування трудового потенціалу є життєвий рівень населення, який склався в регіоні. Рівень життя та добробуту населення регіону доцільно аналізувати за показниками доходів населення (в середньому на душу за місяць), прожиткового мінімуму (в середньому на душу за місяць), чисельності населення з середньодушовими доходами нижчими прожиткового мінімуму, обсягів несвоєчасно виплаченої заробітної плати, структури сукупних витрат домогосподарств тощо.

Проаналізуємо життєвий рівень населення Хмельниччини.



	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
зарплата	32,9	32	31,3	32,1	32,8
прибуток та змішан дохід	20,9	22,2	25,1	24,3	25,7
доходи від власності	4,3	1,8	5	4,7	4,1
соц допомоги та ін трансф.	41,9	41	38,6	38,9	37,4

Рис. 6. Структура доходів населення Хмельницької області за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Структура доходів населення за 2012-2016 роки вказує на переважання у ній двох найбільш значимих джерела: соціальні допомоги та інші трансферти (37,4% в 2016р.), заробітна плата (32,8%). Найменшу частку в доходах займають доходи від власності лише 4,1%. Щодо джерела прибутку та змішаного доходу його питома вага 25,7%. Динаміка доходів демонструє за останні роки сталу тенденцію до зростання часток прибутку з 20,9 до 25,7% та зниження доходів від власності з 4,3 до 4,1%, що є позитивним явищем щодо диверсифікації джерел доходів.

Розглянемо відмінності у рівнях заробітної плати в залежності від виду економічної діяльності.

Таблиця 9

Середньомісячна номінальна заробітна плата працівників за видами економічної діяльності Хмельницької області за 2000-2016 роки, грн.

Види економічної діяльності	2000р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
Усього	156	2425	2641	2878	3371	4043
Сільське господарство	96	2097	2453	2834	3442	4220
Промисловість	218	2919	3207	3570	4233	5226
Будівництво	169	1839	1822	2110	2894	3017
Торгівля, ремонт автомобілів	162	1954	2055	2253	2861	3579
Діяльність готелів і ресторанів	83	1583	1510	1691	1757	1633
Діяльність транспорту і зв'язку	231	2618	2764	2866	3392	4717
Фінансова діяльність	839	4248	4745	5326	5823	6786
Операції з нерухомим майном	149	2120	1962	2374	2981	3375
Державне управління	301	3042	3289	3456	3801	5020
Освіта	141	2287	2444	2541	2901	3336
Охорона здоров'я	124	2034	2173	2307	2681	3141

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Дані таблиці вказують на суттєве зростання середньомісячної номінальної заробітної плати працівників по області, зокрема, у 2016 році вона зросла в 25,9 рази за 15 років й на 66,7% порівняно з даними 2012 року. Найвищі заробітки у регіоні притаманні працівникам фінансової сфери (6786 грн.), промисловості (5226 грн.), державного управління (5020 грн.), сільського господарства (4220 грн.) та транспорту й зв'язку (4717 грн.). Найнижча зарплата у працівників готельної і ресторанної справи (1633 грн.) та охорони здоров'я (3141 грн.). Динаміка заробітних плат за видами економічної діяльності загалом сталі, окремі зрушення мають місце щодо будівельної сфери, платня зросла з 1839 до 3017, або на 64,1%, у працівників сільського господарства − зросла на 2123грн. за останніх 5 років, середні доходи характерні для освітян (3336 грн.).

Таблиця 10

Номінальна заробітна плата працівників за статтю і видами економічної діяльності Хмельницької області за 2012-2016 роки

Види економічної діяльності	2012р.		2014р.		2015р.		2016р.	
	чол., грн.	жін.,у % до зар. чол	чол., грн.	жін.,у % до зар. чол	чол., грн.	жін.,у % до зар. чол	чол., грн.	жін.,у % до зар. чол
Усього	2670	83	3237	79,4	3845	77,5	4653	75,9
Сільське господарство	2204	82,7	3011	77,3	3646	78,1	3973	85,9
Промисловість	3193	75,1	3879	76,1	4596	76,4	5728	73,9
Будівництво	1848	97,3	2193	82	2808	82	3090	89,1
Діяльність готелів і ресторанів	1627	95	1551	111,4	1553	118	1470	116,4
Діяльність транспорту і зв'язку	2928	72,5	3246	71,5	3897	69,5	4748	67
Фінансова діяльність	5166	73,4	6422	73,6	7096	72,4	8482	70,7
Державне управління	3338	86,2	3715	89,5	4036	91,2	5242	93,3
Освіта	2349	96,5	2675	93,5	3135	90,3	3459	95,4
Охорона здоров'я	2337	83,7	2671	83,2	3107	83,1	3721	80,8

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Аналіз статистичних даних таблиці 10 вказує на існування гендерної нерівності щодо заробітної плати в Україні загалом і у регіоні зокрема. Так, найменша відмінність у заробітках присутня в освітній (95,4% − 2016р.), державного управління (93,3%), охорони здоров'я (80,8%) сферах. Протилежна ситуація − у галузі діяльність готелів і ресторанів, заробітна плата жінок на 16,4% перевищує чоловічу, динаміка до зростання простежується за останні роки. Найбільш відчутна різниця у рівнях оплати праці у працівників транспорту і зв'язку (67%), фінансової сфери (70,7%). У середньому по регіону видно динаміку зростання гендерної нерівності щодо заробітних плат у 2016 році на 7,1% порівняно з 2012 роком.

Дійсно, фаза використання трудового потенціалу розкривається нами через показники рівня зайнятості та безробіття населення, рівня працевлаштування, стан умов праці, виробничого травматизму, показники інноваційного розвитку (кількість відвантаженої інноваційної продукції, кількість підприємств, що впроваджували інновації, кількість підприємств, які виконували наукові та науково-технічні роботи тощо), кількість створених робочих місць в економіці регіону. Однак, аналізувати вказані показники у відриві від показників, що характеризують фази формування, розподілу та обміну є неможливим через наявність тісних взаємозв'язків та взаємообумовленості перебігу цих процесів.

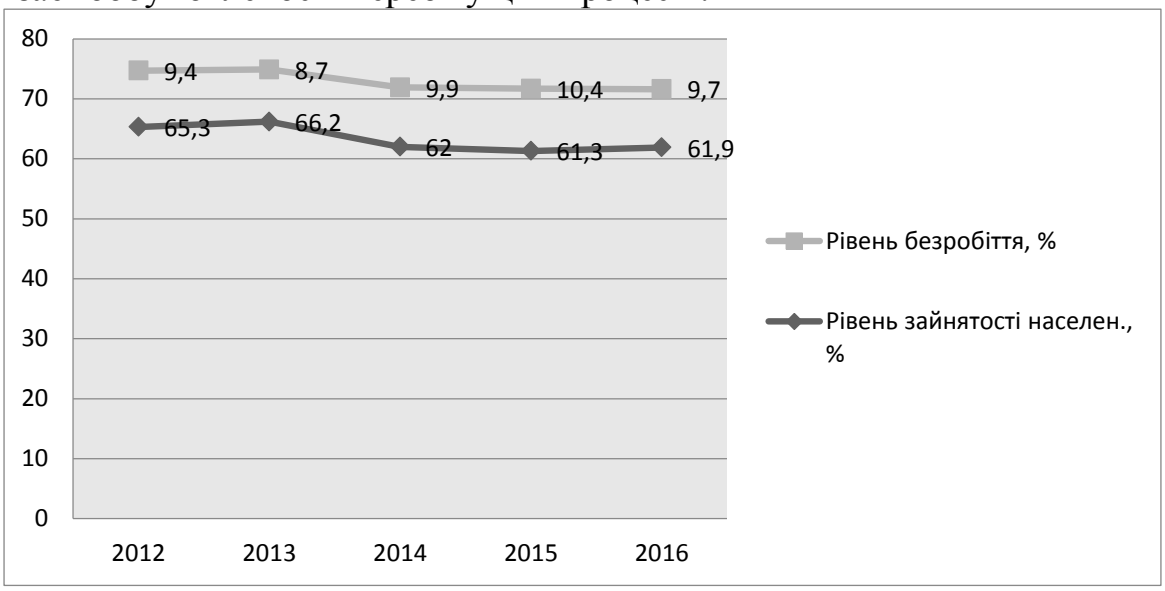


Рис. 7. Рівень зайнятості і безробіття населення Хмельницької області за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Аналіз статистичних даних свідчить про негативну тенденцію щодо скорочення рівня зайнятості населення регіону у 2016 році (61,9%), що на 3,4% нижче рівня 2012 року. І як наслідок зазначених процесів відповідно відбулось зростання рівня безробіття до 9,7%, що на 0,3% вище показників базового року. За період спостерігається стала динаміка процесів зменшення чисельності зайнятого населення у працездатному віці й зростання величини безробіття на Хмельниччині.

Баланс на ринку є важливою умовою ефективного функціонування економіки держави та забезпечення високого рівня життя населення. Попит на робочу силу як елемент механізму ринку праці відображає потребу економіки в робочій силі певної кількості й якості на визначений момент часу.

Аналізуючи попит на робочу силу у Хмельницькій області виявлено тенденцію до його зростання. Найбільший попит за досліджуваний період характерний для 2016 року, він зріс у 1,1 рази порівняно з 2012 роком. Щодо місцевих ринків Хмельниччини існують

певні відмінності, так більше вакантних робочих місць є в обласному центрі 129 місць, що на 377,8% вище базового рівня; у Кам'янці-Подільському величина вакантних місць зросла на 26,8% проти рівня 2012 року.

Поряд із попитом, на кон'юктуру ринку праці суттєво впливає пропозиція робочої сили, яка являє собою кількість незайнятого населення, що виявило бажання працювати. За даними таблиці відстежується тенденція до скорочення пропозиції робочої сили у 2016 році на 2,6% в цілому по області й зокрема у Кам'янці-Подільському − на 3,6%, у Нетішині − на 12,9%. І відповідно навантаження на одне робоче місце зменшилось на 13,7% за регіональним ринком праці. Щодо районних ринків праці у Кам'янці-Подільському навантаження скоротилось на 24%, у Нетішині − на 23,8%, у Хмельницькому − на 74,4%. Ця ситуація зумовлена міграцією населення, а не покращенням рівня життя населення і збільшенням кількості вакантних робочих місць.

Проаналізуємо регіональний ринок праці за професійними групами.

Таблиця 11

Попит і пропозиція робочої сили на ринку праці професійними групами Хмельницької області за 2012-2016 роки

Професійні групи	Кількість зареєстрованих громадян, не зайнятих трудовою діяльністю				Потреба підприємств у працівниках на заміщення вільних робочих місць				Навантаження на 1 робоче місце та вакансію			
	2012	2014	2015	2016	2012	2014	2015	2016	2012	2014	2015	2016
Усього	11270	17989	16888	15840	185	239	385	563	93	75	44	28
Державні службовці, керівники	1417	1634	1963	2458	8	20	13	29	177	82	151	85
Професіонали	1431	1653	1531	1217	16	25	23	29	89	66	67	42
Фахівці	1410	1413	1415	1287	16	24	33	47	88	59	43	27
Технічні службовці	780	819	749	700	3	13	20	29	260	63	37	24
Працівники сфери торгівлі	2372	2392	2384	2134	47	51	115	164	50	47	21	13
Кваліфіковані робітники сільського господарства	391	636	655	581	3	5	4	4	130	127	164	145
Кваліфіковані робітники з інструментом	2473	2373	1924	1688	44	46	106	143	56	52	18	12
Найпростіші професії	3315	2861	2673	2384	14	24	16	35	237	119	167	68

Джерело: складено за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Найбільше безробітних обліковується серед представників некваліфікованої праці (найпростіші професії) − 15,1% від загальної чисельності безробітних. Значний відсоток безробітних характерний для працівників сфери торгівлі − 13,5%, кваліфікованих робітників з

інструментом − 10,6%, державних службовців і керівників −15,5%. Щодо попиту на робочу силу найбільше вакансій серед працівників торгівлі − 164, що на 248,9% вище рівня 2012 року; кваліфікованих робітників з інструментом − 143, що також на 225% перевищує показники базового рівня. Порівнюючи попит і пропозицію робочої сили, неважко відстежити, що за 5 років пропозиція перевищує попит більш, ніж у 28 разів, формуючи при цьому праценадлишковий ринок праці. Це впливає на зростання навантаження на вільне робоче місце.

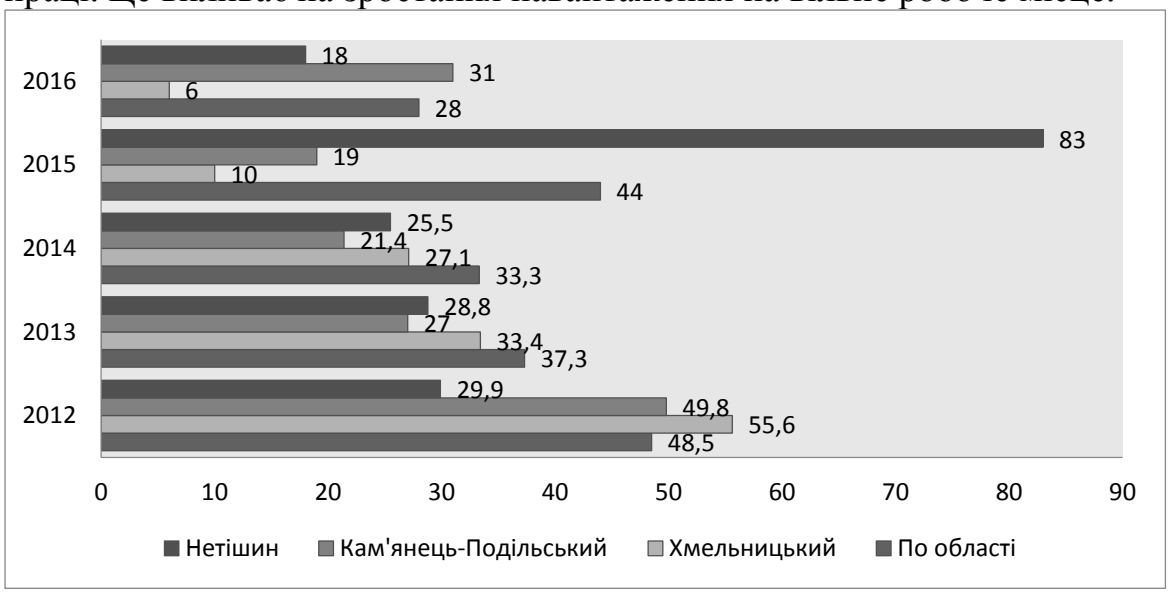


Рис. 8. Працевлаштування незайнятих трудовою діяльністю громадян по містах Хмельницької області за 2012-2016 роки

Джерело: побудовано за джерелами [1, 2, 3, 4, 5, 7].

Динаміка статистичних даних за останніх 5 років свідчить про скорочення чисельності працевлаштованих не зайнятих трудовою діяльністю загалом по області, так і по містах. По Хмельниччині кількість працевлаштованих скоротилась з 48,5 до 28%. По основних містах найбільший спад простежується по Хмельницькому − на 49,6%, Кам'янцю-Подільському − на 18,8%, Нетішину − 11,9%.

Дослідження чинників формування трудового потенціалу регіону виявило сталу тенденцію до скорочення чисельності наявного населення Хмельниччини. У структурі населення області переважає міське населення − 56,4%. Базисом формування трудового потенціалу регіону є населення працездатного віку, його частка − 61,5%. За період дослідження чисельність підлітків стабільно знижувалась, що не сприяє відтворенню трудового потенціалу регіону. Чисельність людей похилого віку зростає, їх частка − 22,5%. Встановлено тенденцію до старіння нації і, як наслідок, різкого скорочення трудового потенціалу регіону у майбутньому. Коефіцієнт потенційного навантаження за 5 років знизився до 158,3‰, у той же час, коефіцієнт пенсійного навантаження зріс до 225‰.

Для регіону характерний звужений тип відтворення населення.

Проте спостерігається помітне збільшення природного приросту міського населення, на відміну від сільського. На фоні збільшення загального рівня смертності в області зростають втрати народжених, коефіцієнт смертності по області − 15,4, суттєве його зростання для міського населення (11,2). З кожним роком смертність чоловіків працездатного віку перевищує смертність жінок цього ж віку. Середня очікувана тривалість життя людей при народженні у регіоні зростає, у 2016 році − 72,3 років.

Відтворення населення регіону забезпечується за рахунок високого рівня охорони здоров'я, стимулювання народжуваності, що зумовлює необхідність врахування та аналізу медичної складової формування трудового потенціалу регіону.

Аналіз встановив, що населенню надаються медичні послуги на належному рівні, оскільки кількість лікарень на 10 тис. населення зросла на 1,0 тис., середній медичний персонал − на 2,1 тис. Однак в той же час відбулось скорочення лікарняних закладів лікарняних ліжок й водночас зросла кількість лікарських амбулаторно-поліклінічних закладів. Аналіз захворювань населення Хмельницької області віддзеркалює переважання в їх структурі хвороб органів дихання, травм та отруєнь, системи кровообігу, органів травлення, нервової системи, інфекційних й паразитарних хвороб. У регіоні зростала на 3,1% кількість захворювань на активний туберкульоз, що є ганебним явищем для сьогодення. Дана ситуація свідчить про недовикористання наявного трудового потенціалу області та додаткові витрати з бюджету для його лікування.

З огляду на розглянуте доведено, що формування якісних характеристик трудового потенціалу визначається станом здоров’я населення регіону. Зростання поширюваності хвороб негативно позначається на якості трудового потенціалу, працездатності людей, що знижує продуктивність праці і спричинює невикористання частини трудового потенціалу регіону.

Дослідження виявило суттєве скорочення чисельності учнів на 38,5% і, як наслідок, кількість загальноосвітніх навчальних закладів зменшилась на 28,8%. Щодо вишів III-IV рівнів акредитації, їх кількість зросла у тричі, й чисельність студентів зросла на 67,7%. Дані факти свідчать про зростання якісних параметрів трудового потенціалу, що є позитивним для ефективного використання трудових ресурсів за реалій скорочення демографічної складової.

Водночас негативна тенденція притаманна для підготовки для підготовки кадрів робітничих професій, відбулось їх скорочення майже у двічі, кількість закладів професійно-технічної освіти скоротилась на 23,8%. У результаті проведених досліджень виявлено, що система професійної освіти не відповідає потребам економіки Хмельницького регіону. Встановлено, що протягом останніх років чисельність студентів, що навчалися у вищих навчальних закладах 3-4 рівня

акредитації, у 3 рази переважала чисельність учнів, що навчалися в професійно-технічних закладах регіону.

У структурі доходів населення переважають два найбільш значимих джерела: соціальні допомоги та інші трансферти (37,4%), заробітна плата (32,8%). Найвищі заробітки у регіоні характерні для працівників фінансової сфери, промисловості, державного управління, сільського господарства та транспорту і зв'язку.

Аналіз виявив існування гендерної нерівності щодо заробітних плат, зокрема, по регіону вона зросла на 7,1%. Найбільш відчутна різниця у рівнях оплати праці у працівників транспорту (67%), фінансової сфери (70,7%).

В межах одного регіону якісна неоднорідність характеризує: по-перше, відмінності між якістю трудового потенціалу міського і сільського населення через наявність різкої диференціації у рівнях життя населення, а, відтак, різні рівні доступу до освітніх послуг, послуг у сфері охорони здоров'я, культурного розвитку тощо; по-друге, відмінності між якістю трудового потенціалу різних соціально-професійних груп населення (сегментами зайнятості), оскільки доходи таких груп населення, зокрема, освітян та медиків сьогодні не забезпечує нормального відтворення трудового потенціалу.

Кількісна неоднорідність трудового потенціалу регіону характеризується різними рівнями використання трудового потенціалу як міського і сільського населення, так і різних соціально-професійних груп населення, що викликає необхідність дослідження величини невикористаного трудового потенціалу.

Таким чином, ефективне використання накопиченого трудового потенціалу створює сприятливі передумови для формування його якісних характеристик, а відтак можна стверджувати, що простежується стійка тенденція у формуванні трудового потенціалу суспільства: взаємозалежність якості трудового потенціалу і якості трудового життя населення.

Використання трудового потенціалу є не що інше, як реалізація накопичених потенцій у певних соціально-економічних умовах під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів.

Аналіз статистичних даних свідчить про негативну тенденцію щодо скорочення за останні п’ять років рівня зайнятості населення регіону на 3,4%, і як наслідок зростання рівня безробіття на 0,3%. Спостерігається стала динаміка процесів зменшення чисельності зайнятого населення у працездатному віці й зростання величини безробіття на Хмельниччині.

У структурі зайнятого населення найбільшу частку займає − діяльність у сільському господарстві (31%), що зумовлено спеціалізацією регіону. Дещо менша частка належить зайнятості у сфері послуг, торгівля, діяльність готелів і ресторанів − 26 %, питома вага невиробничої сфери − 23 %.

Попит на робочу силу у регіоні виявив тенденцію до його

зростання в 1,1 рази за період дослідження. Найбільше безробітних обліковується серед представників некваліфікованої праці (найпростіші професії) − 15,1% від загальної чисельності безробітних. Значний відсоток безробітних характерний для працівників сфери торгівлі − 13,5%, кваліфікованих робітників − 10,6%, державних службовців і керівників −15,5%.

Дослідження виявило, що за 5 років пропозиція перевищує попит більш, ніж у 28 разів, формуючи при цьому праценадлишковий ринок праці. Це впливає на зростання навантаження на вільне робоче місце.

Динаміка даних вказує на скорочення чисельності працевлаштованих не зайнятих трудовою діяльністю загалом по області на 4,4%.

Нами виявлено, що процеси формування та використання трудового потенціалу Хмельниччини характеризуються наявністю ряду суперечностей. Так, невідповідність між наявними робочими місцями та робочою силою, між оплатою праці та витратами робочої сили, відсутність науково обґрунтованого механізму мотивації праці сприяють зростанню безробіття, в тому числі молодіжного, і як наслідок – зниження рівня життя населення. Це спонукає людей до пошуку кращого життя, що проявляється в зростанні міжрегіональної та міждержавної міграції населення. Яскравим прикладом цього є Хмельницька область, в якій рівень міграції є одним з найвищих серед областей України.

Список використаних джерел

1. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2012 рік / Головне управління статистики у Хмельницької області. Хмельницький, 2013. 412с.

2. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2013 рік / Головне управління статистики у Хмельницької області. Хмельницький, 2014. 402с.

3. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2014 рік / Головне управління статистики у Хмельницької області. Хмельницький, 2015. 404с.

4. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2015 рік / Головне управління статистики у Хмельницької області. Хмельницький, 2016. 407с.

5. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2016 рік / Головне управління статистики у Хмельницької області. Хмельницький, 2017. 394с.

6. Нагорна А.М. Трудовий потенціал в Україні: медико-соціальні і демографічні характеристики // Журнал НАМН України. 2016. № 1. Т. 22. С. 70-79.

7. Населення України за 2015 рік. Демографічний щорічник. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 119с.

Автори:

1. Боднарчук Т.Л. – к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

2. Лисак В.Ю. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

3. Мазур Н.А. – д.е.н., професор кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

4. Семенець І.В. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

5. Залознова Ю.С. – д.е.н., старший науковий співробітник, член-кореспондент НАН України, академік АЕН України, заступник директора з наукової роботи Інституту економіки промисловості НАН України;

6. Трушкіна Н.В. – к.е.н., науковий співробітник Інститут економіки промисловості НАН України;

7. Коновалова М.В. – к.н з державного управління, викладач кафедри соціальної політики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова;

8. Логвін О.О. – аспірант кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

9. Матвейчук Л.О. – д.н. з державного управління, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

10. Ящишина І.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка;

11. Маковоз О.С. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки та фінансів Харківського національного університету внутрішніх справ ;

12. Передерій Т.С. – художній керівник відділу культури та спорту Бучанської міської ради;

13. Андрейцева І.А. – к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Навчальне видання

Економіко-управлінські аспекти функціонування та розвитку суб'єктів господарювання

Монографія

Підписано до друку 12.10.2018 р. Формат 60х84/16
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний
Ум.друк. арк. 13,0. Обл. вид. арк. 12,7 Тираж 300. Зам. 219

Підготовлено до друку та надруковано
у видавництві ПП «Медобори-2006»
32343, Хмельницька обл.,Кам'янець-Подільський р-н,
с. Довжок, пров. Радянський, 6а. Тел./факс: (03849) 2-20-79
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №3025 від 09.11.2007 р.