

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний
інститут»

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Вісник
Національного технічного
університету «ХПІ»
(економічні науки)

№ 1(9)'2021

Збірник наукових праць

Видання засноване у 1961 р.

Харків
НТУ «ХПІ», 2021

Bulletin of the National
Technical University
"KhPI"
(economic sciences)

No. 1(9)'2021

Collection of Scientific papers

The edition was founded in 1961

Kharkiv
NTU "KhPI", 2021

Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) Збірник наукових праць. – X. : НТУ «ХПІ». – 2021. – № 1. – 108 с.

У збірнику представлені результати досліджень та узагальнення актуальних тенденцій вітчизняної та світової економічної системи, стану і перспективи розвитку економіки регіонів, підприємств та організацій; особливості управління інвестиційною діяльністю, інноваціями, бізнесом, економічними ризиками, маркетинговою діяльністю, правове забезпечення підприємств, бізнес-планування, управління фінансами, проблеми обліку й аудиту, соціального прогресу.

Для науковці, викладачі вищої школи, аспірантів, студентів, фахівців різноманітних галузей

The collection presents the results of research and generalization of current trends of the domestic and world economic system, the state and prospects of economic development of regions, enterprises and organizations; features of investment management, innovation, business, economic risks, marketing activities, legal support of enterprises, business planning, financial management, accounting and auditing, social progress.

For scientists, teachers of higher education, postgraduates, students, specialists of various industries

Державне видання.

Свідоцтво Міністерство юстиції України
КВ № 23773-13613Р від 14 лютого 2020 року.

Мова статей – українська, російська, англійська.

На підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 року включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук зі спеціальностей 051, 071, 072, 073, 075, 076, 242, 281, 292.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва» перереєстровано, відповідно з наказом МОН України від 09.03.2016 р., № 241, в Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Індукується в наукометричній базі Google Scholar.

Офіційний сайт видання: <http://es.khpi.edu.ua>

Засновник
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Founder
National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

Головний редактор

Перерва П.Г., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Заст. головного редактора:

Погорелов М.І., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Погорелов С.М., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Секретар:

Круглов О.А., НТУ «ХПІ», Україна

Члени редколегії:

Ілляшенко С.М., проф., СумДУ, Україна

Косенко О.П., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Краснокутська Н.С., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Кузьмін О.Є., проф., І-т «Львівська політехніка», Україна

Манойленко О.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Маслак О.І., проф., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Україна

Посохов І.М., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Райко Д.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Сисоев В.В., проф., НТУ «ХПІ», Україна

Кобелева Т.О., доц., НТУ «ХПІ», Україна

Mariann Veresné Somosi, проф., Мішкольцький університет, Угорщина;

Peter Reichling, проф., Магдебургський університет ім. Отто фон Гуерике, Німеччина;

György Kocziszky, проф., член монетарного комітета Національного банку, Венгрія

Editor-in-chief

Pererva P.G., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Deputy editor-in-chief:

Pogorelov M. I., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Pohorielov S. M., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Secretary:

Kruglov O. A., NTU "KhPI", Ukraine

Members of the editorial Board:

Ilyashenko S. M., prof., Sumdu, Ukraine

Kosenko O. P., prof., NTU "KHPI", Ukraine

Krasnokutska N.S., prof., NTU "HP", Ukraine

Kuzmin O. E., prof., Institute "Lviv Polytechnic", Ukraine

Manoylenko O. V., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Maslak O. I. prof Kremenutzky national University imeni Mikhaila Ostrogradskogo, Ukraine

Posokhov I.M., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Raiko D. V., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Sysoiev V. V., prof., NTU "KhPI", Ukraine

Kobielieva T. O., docent., NTU "KhPI", Ukraine

Mariann Veresné Somosi, prof, University Mxcalcse, Porsena;

Peter Reichling, prof., Magdeburg University im. Otto von

Guericke, Germany;;

György Kocziszky, prof., member of the monetary Committee of the National Bank, Hungary

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ». Протокол № 2 від 25 лютого 2021 р.

© НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2021

В.П. БАБЕНКО, С.В. КЛЕПІКОВА

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНІСТІ ПАТ «КОМПЛЕКСНИЙ БЕЗЛЮДІВСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»

Наведено визначення дебіторської заборгованості та її значення у ефективному функціонуванні підприємства. Ураховуючи основні етапи проведення комплексного аналізу дебіторської заборгованості, розроблено організаційно економічну модель аналізу дебіторської заборгованості для підприємства, в якій визначено склад і структуру дебіторської заборгованості, аналіз відхилень та тенденцій у змінах у статтях дебіторської заборгованості за встановлений період. Констатовано, що під час прийняття управлінських рішень щодо управління дебіторською заборгованістю слід враховувати всі чинники та причини, які впливають на її виникнення. Проведена оцінка величини, структури та динаміки дебіторської заборгованості на прикладі даних фінансової звітності підприємства харчової промисловості. Для визначення здатності розраховуватися з кредиторами за рахунок дебіторської заборгованості розрахований коефіцієнт її співвідношення з кредиторською заборгованістю. Визначено важливість здійснення постійного контролю і моніторингу коштів у розрахунках з дебіторами, а також вплив дебіторської заборгованості на показники фінансового стану підприємств – ліквідність, платоспроможність, фінансову стійкість, конкурентоспроможність тощо. Розглянуто різні думки науковців-фахівців щодо моделей управління дебіторською заборгованістю для збільшення ефективності функціонування суб'єкта господарювання. Запропоновано з метою підвищення оборотності оборотних коштів, попередження отримання збитків від прострочених і безнадійних дебіторських заборгованостей, а також покриття втрат від несвоечасного їх повернення удосконалення системи управління дебіторською заборгованістю на підприємствах шляхом використання інкасації: надання знижок за швидку оплату продукції; факторингу – продажу дебіторської заборгованості; штрафних санкцій за прострочення платежів. Вказані необхідні правила для досягнення оптимального розміру дебіторської заборгованості.

Ключові слова: дебіторська заборгованість; зобов'язання; кредиторська заборгованість; коефіцієнти дебіторської заборгованості; управління; факторинг.

В.П. БАБЕНКО, С.В. КЛЕПІКОВА

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПАО «КОМПЛЕКСНЫЙ БЕЗЛЮДОВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ»

Приведены определения дебиторской задолженности и ее значение в эффективном функционировании предприятия. Учитывая основные этапы проведения комплексного анализа дебиторской задолженности, разработана организационно экономическая модель анализа дебиторской задолженности на предприятии, в которой определены состав и структуру дебиторской задолженности, анализ отклонений и тенденций в изменениях в статьях дебиторской задолженности за установленный период. Констатировано, что при принятии управленческих решений по управлению дебиторской задолженностью следует учитывать все факторы и причины, которые влияют на ее возникновение. Проведена оценка величины, структуры и динамики дебиторской задолженности на примере данных финансовой отчетности предприятия пищевой промышленности. Для определения способности рассчитываться с кредиторами за счет дебиторской задолженности рассчитан коэффициент ее соотношения с кредиторской задолженностью. Определена важность осуществления постоянного контроля и мониторинга средств в расчетах с дебиторами, а также влияние дебиторской задолженности на показатели финансового состояния предприятий - ликвидность, платежеспособность, финансовую устойчивость, конкурентоспособность и т.д. Рассмотрены различные мнения ученых-специалистов в отношении моделей управления дебиторской задолженностью для увеличения эффективности функционирования предприятия. Предложено с целью повышения оборачиваемости оборотных средств, предупреждение получения убытков от просроченных и безнадежных дебиторских задолженностей, а также покрытия потерь от несвоевременного их возвращения совершенствования системы управления дебиторской задолженностью на предприятиях путем использования инкассации: предоставление скидок за быструю оплату продукции; факторинга - продажи дебиторской задолженности; штрафных санкций за просрочку платежей. Указанные необходимые правила для достижения оптимального размера дебиторской задолженности.

Ключевые слова: дебиторская задолженность; обязательства; кредиторская задолженность; коэффициенты дебиторской задолженности; управление; факторинг.

V.P. BABENKO, S.V. KLEPIKOVA

ANALYSIS AND EVALUATION OF RECEIVABLES PJSC "COMPLEX BEZLYUDOVSKY MEAT-PACKING PLANT"

The definition of receivables and its importance in the effective functioning of the enterprise is given. Taking into account the main stages of conducting a comprehensive analysis of receivables, developed an organizational and economic model of receivables analysis for the company, which defines the composition and structure of receivables, analysis of deviations and trends in changes in receivables for the period. It is stated that when making management decisions on the management of receivables should take into account all the factors and reasons that affect its occurrence. An assessment of the size, structure and dynamics of receivables on the example of the financial statements of the food industry were performed. To determine the ability to settle with creditors at the expense of receivables, the ratio of its ratio to accounts payable is calculated. The importance of constant control and monitoring of funds in settlements with debtors was determined, as well as the impact of receivables on the financial condition of enterprises - liquidity, solvency, financial stability, competitiveness and more. Different opinions of specialists on receivables management models to increase the efficiency of the business entity are considered. It is proposed to improve the turnover of working capital, prevent losses from overdue and bad receivables, as well as to cover losses from their late return, improve the management of receivables in enterprises through the use of collection: providing discounts for quick payment for products; factoring - sale of receivables; penalties for late payments. The necessary rules for achieving the optimal amount of receivables are indicated.

Keywords: receivables; obligations; accounts payable; accounts payable ratios; management; factoring.

Сьогодні, як і завжди, велику увагу необхідно приділяти вдосконаленню управління дебіторською заборгованістю підприємства. Адже раціональна організація контролю за дебіторською заборгованістю

сприяє збільшенню періоду оплати, що спричиняє збільшення кількості оборотного капіталу, а отже поліпшує фінансовий стан підприємства. При цьому слід пам'ятати, що політика управління дебіторською заборгованістю є одночасно складовою не лише фінансової, а й маркетингової стратегії підприємства. Адже шляхом пом'якшення умов розрахунків з покупцями продукції можна розширити обсяги її реалізації і тим самим збільшити доходи і прибутки від основної діяльності.

Питання щодо аналізу, оцінки та вдосконалення управління дебіторською заборгованістю підприємства досліджували у своїх працях ряд таких науковців: Бутинець Ф.Ф., Стоун Д., Дубровська Є.В., Кужельник М.В., Лисенко Д.В., Бланк І.А. та інші.

Незважаючи на широкий спектр охоплених дослідженнями питань і надалі залишаються питання, що потребують подальшого дослідження: шляхи вдосконалення управління дебіторською заборгованістю та її аналіз.

Розкриттю сутності поняття «Дебіторська заборгованість» присвячені не тільки наукові роботи вчених, до речі кожен з яких дає своє визначення поняттю, а також і нормативні акти, серед яких основним є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість». Згідно якого, Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Необхідно відзначити, що сучасне трактування поняття «Дебіторська заборгованість» виникло у VIII ст. н. е., коли Е. Деграндж і Дж. Дзаппа почали розглядати дебіторську заборгованість як один із показників, який характеризує фінансовий стан підприємств, а також є показником платоспроможності й виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами [1, с. 78].

Д. Стоун вважає, що дебіторська заборгованість – це сума боргів, які винні підприємству юридичні або фізичні особи та які виникли у результаті господарських взаємовідносин з ними [2].

Для будь-якого підприємства дебіторська заборгованість має важливе значення, тому що за своїм змістом вона є інструментом кредитування дебітора за отримані ним товари, надані роботи чи послуги на безвідсотковій основі.

Розмір дебіторської заборгованості залежить від обсягу продажів, умов розрахунку з покупцями (передоплати, наступної оплати), періоду відстрочки платежу, платіжної дисципліни покупців, організації контролю за станом дебіторської роботи і претензійної роботи на підприємстві.

Різне збільшення дебіторської заборгованості та її частки в оборотних активах може свідчити про необачну кредитну політику підприємства стосовно покупців або про збільшення обсягу продажів, або про неплатоспроможність і банкрутство частини покупців [3].

В табл. 1 наведено причини виникнення та збільшення дебіторської заборгованості [4].

Аналіз дебіторської заборгованості підприємства дає можливість визначити основні завдання політики управління нею і оцінює величину доходів, які можна

отримати у вигляді штрафів, пені, неустойок від дебіторів, які затримали оплату.

Таблиця 1 – Фактори, які впливають на виникнення та збільшення дебіторської заборгованості

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
– стан економіки країни;	– обсяги реалізації продукції;
– політика влади щодо розвитку галузі у якій працює підприємство;	– особливості маркетингової та кредитної політики підприємства;
– інфляція,	– рівень кваліфікації менеджерів;
– стабільність курсу національної валюти;	– забезпечення дебіторської заборгованості;
– рівень розвитку ринку підприємства;	– стан контролю за дебіторською заборгованістю підприємства;
– податкова система і зміни у законодавстві.	– конкурентоспроможність продукції.

Аналіз дебіторської заборгованості на підприємствах охоплює п'ять основних етапів, які функціонально пов'язані один з одним [5].

На першому етапі визначаються об'єкт, мета та завдання аналізу. У даному разі об'єкт дослідження – дебіторська заборгованість. Метою аналізу є визначення повноти, своєчасності та правильності здійснення підприємством операцій із дебіторами, якістю дебіторської заборгованості по узагальнюючих і часткових показниках, виявлення чинників, а також установлення причин їх зміни.

На другому етапі аналізу дебіторської заборгованості підприємства збирають і опрацьовують джерела інформації. Ними є Баланс підприємства, Звіт про фінансові результати та Примітки до річної фінансової звітності, а для внутрішнього аналізу також застосовуються відомості аналітичного обліку.

Третій етап комплексного аналізу дебіторської заборгованості найбільш об'ємний і трудомісткий, адже існує дуже багато методів аналізу заборгованості, які містять певні показники та коефіцієнти. Так, за даними бухгалтерської звітності (ф. 1, ф. 2) можна визначити цілу низку показників, що характеризують стан дебіторської заборгованості.

У процесі аналізу потрібно вивчати динаміку дебіторської заборгованості суб'єкта господарювання. Але слід пам'ятати, що зростання дебіторської заборгованості не є виключно негативним явищем, а скорочення – позитивним. Адже дебіторська заборгованість може збільшуватися через збільшення обсягів продажів, а зменшуватися через зниження обсягів відвантаження продукції [6]. Отже, динаміку зміни дебіторської заборгованості необхідно відстежувати, зіставляючи з динамікою виручки від реалізації.

На четвертому етапі аналізу дебіторської заборгованості результати досліджень необхідно узагальнити та систематизувати, сформувані відповідні висновки щодо стану дебіторської заборгованості на підприємстві.

На завершальному етапі слід прийняти управлінські рішення, які будуть сприяти підвищенню

ефективності господарської діяльності підприємства і зниженню ризику неповернення боргів.

Проведемо аналіз дебіторської заборгованості на ПАТ «Комплексний Безлюдівський м'ясокомбінат».

У табл. 2 наведені дані щодо динаміки виручки від продажу та дебіторської заборгованості ПАТ «Комплексний Безлюдівський м'ясокомбінат».

Таблиця 2 – Аналіз динаміки виручки від реалізації продукції та дебіторської заборгованості

Найменування	Роки		
	2017	2018	2019
Виручка від реалізації, тис. грн	159099	159081	211308
Дебіторська заборгованість, тис. грн	23642	23818	53646
Темп зростання виручки, %	126,9	99,9	132,8
Темп зростання дебіторської заборгованості, %	117,6	100,7	225,2

Як ми можемо побачити у 2017–2018 роках спостерігалися позитивні тенденції, адже темп зростання дебіторської заборгованості був меншим або дорівнював темпу зростання виручки. Але в 2019 р. спостерігаються вже негативні зміни – темп зростання дебіторської заборгованості більший від темпа зростання виручки на 92,4 %, що свідчить про те, що зростання дебіторської заборгованості було викликано її неефективним керуванням.

Далі проведемо аналіз дебіторської заборгованості більш детально – за окремими статтями (табл. 3).

На рис. 1 зображена структура дебіторської заборгованості за статтями.

За результатами з табл. 3 можна зробити наступні висновки. В 2017 та 2018 роках дебіторська заборгованість залишалася на одному рівні, спостерігалися зміни в її структурі: в 2018 році з'явилася інша дебіторська заборгованість, дебіторська заборгованість за розрахунками зменшилася на 49,8 %. В 2019 році помітне погіршення ситуації. Загальна дебіторська заборгованість збільшилася на 125 % в порівнянні з 2018 роком. Збільшення відбулося за рахунок збільшення частки дебіторської заборгованості за товари, роботи та послуги на 207,9 %. Зросла частина дебіторської заборгованості у поточних активах, що свідчить про зниження їх ліквідності, та її частки у виручці.

Таблиця 3. Аналіз дебіторської заборгованості ПАТ «Комплексний Безлюдівський м'ясокомбінат»

Найменування	Роки			Зміна у %		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
ДЗ, тис. грн	23642	23818	53646	17,6	0,8	125
1. За товари, роботи, послуги	13365	14747	45406	6,3	10,3	207,9
2. За розрахунками:	10277	5163	3546	36,4	-49,8	-31,3
за виданими авансами	3676	4349	1835	-31,1	18,3	-58,8
з бюджетом	6601	814	1711	189,5	-87,7	110,2
3. Інша поточна ДЗ	0	3908	4694	0	3908	20,1
Частка ДЗ, %:						
в загальній сумі поточних активів	40,5	36,8	42,3	-24,2	-3,8	5,5
у виручці	14,9	15	25,4	-1,2	0,1	10,4

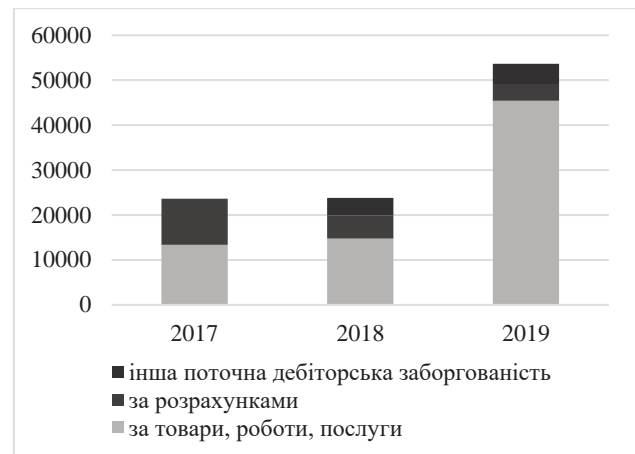


Рис. 1. Структура дебіторської заборгованості за статтями

Проведемо оцінку стану дебіторської заборгованості за допомогою наступних показників [7]:

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості:

$$K_o = \frac{N}{E^{ДЗ}} \quad (1)$$

де N – виручка від реалізації продукції;
 $E^{ДЗ}$ – середня величина дебіторської заборгованості.

Значення показника демонструє кількість оборотів дебіторської заборгованості, тобто скільки разів дебітори погасили свої зобов'язання перед підприємством.

Тривалість погашення дебіторської заборгованості (у днях):

$$I_d = \frac{360}{K_o} \quad (2)$$

Індикатор ефективності відносин із клієнтами, який показує, як довго останні погашають свої рахунки. Коефіцієнт дає уявлення про платіжну дисципліну покупців [8]. Коефіцієнт погашення дебіторської заборгованості [9]:

$$K_n = \frac{E^{ДЗ}}{N} \quad (3)$$

Показник застосовується для оцінки активності підприємства. Показує частку товарів реалізованих у кредит. Нормативне значення 0,038.

Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості:

$$K_{\text{ДКЗ}} = \frac{Дз}{Кз} \quad (4)$$

де Дз – дебіторська заборгованість;

Кз – кредиторська заборгованість (середня за аналізований період).

Характеризує здатність розраховуватися з кредиторами за рахунок дебіторської заборгованості. Оптимальним значенням показника є значення, яке приблизно дорівнює одиниці [10].

Результати проведених розрахунків представлені в табл. 4.

Таблиця 4. Коефіцієнти дебіторської заборгованості ПАТ «Комплексний Безлюдівський м'ясокомбінат»

Назва показника	Рік		
	2017	2018	2019
Оборотність ДЗ	7,27	6,7	5,46
Період погашення в днях	49,5	53,7	66
Коефіцієнт погашення ДЗ	0,138	0,149	0,183
Коефіцієнт співвідношення ДЗ та КЗ	0,41	0,34	0,74

В проаналізованому періоді коефіцієнт оборотності зменшувався, що свідчить про збільшення обсягу товарів, проданих в кредит. Можемо сказати, що це є негативною тенденцією, адже в 2017 та 2018 роках це не супроводжувалося загальним зростанням обсягів продажу. Також за цей час період погашення дебіторської заборгованості збільшувався. В 2017 році він становив 49 днів, в 2018 – 54 днів, а в 2019 – вже 66 днів. Можемо відмітити зростання коефіцієнта погашення дебіторської заборгованості, що являється також негативною тенденцією.

Значення коефіцієнта співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості є меншим від оптимального. Можемо побачити, що на кінець 2017 р. грошових коштів, які підприємство отримує від дебіторів, вистачить для того, щоб покрити лише 41 % його найбільш строкових зобов'язань. На кінець 2018 р. це значення зменшилося до 34 %. В 2019 можемо побачити, що коефіцієнт значно зріс, до 74 %. Це свідчить про те, що фінансова стійкість підприємства зростає.

Для більш ефективного управління дебіторською заборгованістю І.О. Бланк розробив політику, яка здійснюється за вісім етапів, таких як [11]:

- аналіз дебіторської заборгованості в попередньому періоді;
- вибір типу кредитної політики підприємства щодо покупців продукції;
- визначення можливої суми оборотного капіталу, що може бути інвестована в дебіторську заборгованість за товарним (комерційним) та споживчим кредитом;
- формування системи кредитних умов;

- формування стандартів оцінки покупців та диференціація умов кредиту, що надається;

- формування процедури інкасації дебіторської заборгованості;

- забезпечення використання на підприємстві сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості;

- побудова ефективних систем контролю за рухом та своєчасністю інкасації дебіторської заборгованості.

Лищенко О.Г. рекомендує використовувати модель управління дебіторською заборгованістю, яка включає наступні складові елементи [12]:

- статичний аналіз фінансової інформації щодо дебіторської заборгованості суб'єкта господарювання, інтерпретація значень основних фінансових показників та коефіцієнтів, що використовуються для такого аналізу;

- динамічний (трендовий) аналіз та оцінка тенденцій розвитку ситуації із погашенням контрагентами дебіторської заборгованості;

- обґрунтування оптимального терміну надання відстрочки оплати рахунків покупцями;

- рефінансування дебіторської заборгованості підприємства (використання обліку векселів, факторингу та форфейтингу боргових вимог підприємства до третіх осіб для покриття поточної потреби у капіталі, застосування штрафних санкцій при простроченні платежу);

- контроль простроченої дебіторської заборгованості та попередження формування безнадійної заборгованості тощо.

Найбільш відомим інструментом інкасації дебіторської заборгованості є надання знижок за швидку оплату продукції. Підприємства використовують їх для прискорення повернення дебіторської заборгованості, однак роблять це без серйозних розрахунків, допускаючи при цьому помилки. Застосування знижок за швидку оплату доцільне лише постійним клієнтам при суворому дотриманні ними платіжної дисципліни за термінами та сумами. Нетрадиційним для національних підприємств, хоча і достатньо перспективним, є такий інструмент повернення дебіторської заборгованості, як факторинг — продаж дебіторської заборгованості. Це пояснюється високим ризиком неповернення дебіторської заборгованості в сучасних умовах, досить високими цінами на факторингові послуги, хоча і за кордоном ціни на подібні послуги вищі.

Підводячи підсумки, можемо сказати, що дебіторська заборгованість грає велику роль в ефективному функціонуванні підприємства. Її величина впливає на фінансову стійкість та платоспроможність підприємства. В роботі ми розглянули та провели аналіз стану дебіторської заборгованості на ПАТ «Комплексний Безлюдівський м'ясокомбінат».

З'ясовано, що управління дебіторською заборгованістю є містким комплексом, що вимагає ретельної розробки дій. Тому, на підприємстві виникає необхідність у створенні спеціальних підрозділів (чи хоча б однієї посади), що повинні бути сконцентровані

на питаннях розробки планів, методичного забезпечення, реалізації заходів та контролю за виникненням обсягів дебіторської заборгованості. Також для підвищення ефективності управління дебіторською заборгованістю на ПАТ «Комплексний Безлюдівський м'ясокомбінат» необхідно використовувати спеціально розроблені політики управління нею та застосовувати знижки за швидку оплату продукції, факторинг та інші види інкасації.

Список літератури

1. Бутинець Ф.Ф. *Історія розвитку бухгалтерського обліку: практичний посібник*. Житомир: ЖІТІ, 1999. 928 с.
2. Стоун Д. *Бухгалтерский учет и финансовый анализ*. М.: Сирин. 1998. 302 с.
3. Дубровська, С. В. Дослідження сутності поняття «дебіторська заборгованість». *Вісник Сумського державного університету*. 2009. № 2. С. 202-205.
4. Кужельний М.В. *Організація обліку: підручник*. К.: Центр учб. л-ри, 2010. 352 с.
5. Паянок Т., Савченко А. Аналіз дебіторської заборгованості підприємства за допомогою економіко-математичних методів. *Виклик часу*. 2017. № 3. С. 27–32.
6. Щадрина Г.В. *Экономический анализ*. Московская финансово-промышленная академия. М., 2005. 161 с.
7. Лысенко Д.В. *Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник*. М.: ИНФРА-М, 2008. 320 с.
8. Савицька Г.В. *Економічний аналіз діяльності підприємства : навчальний посібник*. Київ : Знання, 2015. 662 с.
9. Гиляровская Л.Т. *Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник*. М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2006г. 360 с.
10. Дубровська С. В. *Оцінка ефективності управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту*. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2011. № 36. С. 253-256.
11. Бланк И.А. *Финансовый менеджмент: Ученый курс*. 2-е изд., перераб. и доп. К.: Эльга, Ника-центр, 2004. 656 с.
12. Лищенко О.Г. Управління дебіторською заборгованістю як фактором фінансової стійкості підприємства. *Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво*. 2010. №3. С. 84—89.

References (transliterated)

1. Butynets' F.F. *Istoriya rozvytku bukhgalters'koho obliku: praktychnyy posibnyk* [History of accounting development. practical guide]. Zhytomyr: ZhITI, 1999. 928 s. Tyutyunnyk Yu. M. Finansovyy analiz: navch. posib. 2-he vyd., pererob. I dop. chast. I. Poltava, 2014. 358 p.
2. Stoun D. *Bukhhalterskyi uchet y finansovyy analiz* [Accounting and financial analysis]. Moscow: Syryn. 1998. 302 p.
3. Dubrovs'ka, Ye. V. Doslidzhennya sutnosti ponyattya «debitors'ka zaborhovanist'» [Research of the essence of the concept of "receivables"]. *Visnyk Sums'koho derzhavnoho universytetu* [Bulletin of Sumy State University]. 2009. No 2. p. 202-205.
4. Kuzhel'nyy M.V. *Orhanizatsiya obliku: pidruchnyk* [Organization of accounting: textbook]. Kiev: Tsentr uchb. l-ry, 2010. 352 p.
5. Payanok T., Savchenko A. *Analiz debitors'koyi zaborhovanosti pidpryyemstva za dopomohoyu ekonomiko-matematychnykh metodiv* [Analysis of receivables of the enterprise using economic and mathematical methods]. *Vylyk chasu* [Challenge of time]. 2017. No 3. pp. 27–32.
6. Shchadryna H.V. *Ekonomicheskyy analiz* [Economic analysis]. Moskovskaya finansovo-promyshlenaya akademyya. 2005. 161 p.
7. Lysenko D.V. *Kompleksnyy ekonomicheskyy analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti: uchebnik* [Comprehensive economic analysis of economic activity: textbook]. Moscow: INFRA-M, 2008. 320 p.
8. Savyts'ka H.V. *Ekonomichnyy analiz diyal'nosti pidpryyemstva : navchal'nyy posibnyk* [Economic analysis of the enterprise: textbook]. Kiev: Znannya, 2015. 662 p.
9. Gilyarovskaya L.T. *Kompleksnyy ekonomicheskyy analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti: uchebnik* [Comprehensive economic analysis of economic activity: textbook]. Moscow: TK Velbi, izd-vo Prospekt, 2006y. 360 p.
10. Dubrovs'ka Ye. V. Otsinka efektyvnosti upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyuu pidpryyemstv vantazhnoho avtotransportu [Estimation of efficiency of management of receivables of the enterprises of freight motor transport]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Bulletin of Transport Economics and Industry]. 2011. No 36. pp. 253-256.
11. Blank I.A. *Finansovyy menedzhment* [Financial management]: Uchenyy kurs. 2-e izd., pererab. i dop. Kiev: El'ga, Nika-tsentr, 2004. 656 p.
12. Lyschenko O.H. Upravlinnya debitors'koyu zaborhovanistyuu yak faktorom finansovoyi stiykosti pidpryyemstva [Accounts receivable management as a factor of financial stability of the enterprise]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika i pidpryyemnystvo* [State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship]. 2010. No3. pp. 84-89.

Надійшло (received) 04.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Бабенко Владислав Павлович (Бабенко Владислав Павлович, Babenko Vladyslav Pavlovych) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; м. Харків, Україна; e-mail: cheerfulbabenko@gmail.com

Клепикова Світлана Володимирівна (Клепикова Светлана Владимировна, Klepikova Svitlana Volodymyrivna) – кандидат економічних наук, старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-3218-943X; e-mail: klepikovasv75@gmail.com

О.М. КИТЧЕНКО, І.Г. КОВАЛЬ

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядаються питання пов'язані з необхідністю використання маркетингових комунікацій для донесення до свідомості цільової аудиторії переваг використання продуктів чи послуг підприємства. Встановлено, що на сьогодні одним з найефективніших способів збільшення продажів та завоювання певної частки ринку є використання можливостей Інтернет площини. На сьогодні використання інструментів Інтернет-маркетингу є одним з пріоритетних напрямів діяльності будь якого підприємства. Проаналізовано визначення поняття Інтернет-маркетинг, та встановлено що його можна поділити на три смислові частини. Досліджено питання про співвідношення сфер традиційного маркетингу і Інтернет-маркетингу. Визначено, що Інтернет є допоміжним, але не основним інструментом під час здійснення маркетингової комунікаційної політики. Для більш детального вивчення питання про співвідношення традиційного маркетингу і Інтернет-маркетингу розглянуті нові можливості Інтернет-маркетингу з позиції комплексу маркетингу 4Р. За кожним з елементів комплексу маркетингу проведено аналіз і встановлено, що під продуктом в Інтернет-маркетингу розуміють ті ж товари і послуги, які поширюються офлайн, але при цьому, Інтернет-маркетинг надає широкі можливості для кастомізації споживачів. Такий елемент маркетинг-міксу як ціна в Інтернеті зазнав мінімальної трансформації, але спрощує деякі процеси. Також Інтернет створив нові канали для дистрибуції. Елемент просування зазнав найбільшої трансформації, з'явилися нові унікальні інструменти просування в Мережі. Виділено певний ряд особливостей які має Інтернет-маркетинг. До них слід віднести: актуалізацію ключової ролі споживачів; відсутність просторової локалізації; прискорене прийняття рішень в процесі комунікації; невеликі витрати на комунікаційну компанію при її суттєвих масштабах; наявність можливостей отримувати детальну інформацію про споживача. Виділено ряд переваг застосування інструментів Інтернет-маркетингу у порівнянні з традиційним маркетингом. Визначено, що існують деякі складнощі під час впровадження в життя інструментів Інтернет-маркетингу. Розглянуті основні інструменти Інтернет-маркетингу, за допомогою яких підприємства можуть налаштувати та проводити роботу з просування продуктів в Мережі.

Ключові слова: реклама, Інтернет, комунікація, Інтернет-маркетинг, продажі, рекламна кампанія, просування, споживач

Е.Н. КИТЧЕНКО, И.Г. КОВАЛЬ

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ КОМУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с необходимостью использования маркетинговых коммуникаций для донесения до сознания целевой аудитории преимуществ использования продуктов или услуг предприятия. Установлено, что на сегодня одним из самых эффективных способов увеличения продаж и завоевания определенной доли рынка является использование возможностей Интернет пространства. В настоящее время использование инструментов Интернет-маркетинга является одним из приоритетных направлений деятельности любого предприятия. Проанализировано определение понятия Интернет-маркетинг, и установлено, что его можно условно разделить на три смысловые части. Исследован вопрос о соотношении сфер традиционного маркетинга и Интернет-маркетинга. Определено, что Интернет является вспомогательным, но не основным инструментом при осуществлении маркетинговой коммуникационной политики. Для более детального изучения вопроса о соотношении традиционного маркетинга и Интернет-маркетинга рассмотрены новые возможности Интернет-маркетинга с позиции комплекса маркетинга 4Р. По каждому из элементов комплекса маркетинга проведен анализ и установлено, что под продуктом в Интернет-маркетинге понимают те же товары и услуги, которые распространяются офлайн, но при этом, Интернет-маркетинг предоставляет широкие возможности для кастомизации потребителей. Такой элемент маркетинг-микса как цена в Интернете претерпел минимальную трансформацию, но упрощает некоторые процессы. Также Интернет создал новые каналы для дистрибуции. Элемент продвижения подвергся наибольшему изменению, появились новые уникальные инструменты продвижения в Сети. Выделен определенный ряд особенностей которые характеризуют Интернет-маркетинг. К ним следует отнести: актуализацию ключевой роли потребителей; отсутствие пространственной локализации; ускоренное принятие решений в процессе коммуникации; небольшие затраты на коммуникационную компанию при ее существенных масштабах; наличие возможностей получать подробную информацию о потребителе. Выделен ряд преимуществ применения инструментов Интернет-маркетинга по сравнению с традиционным маркетингом. Определено, что существуют некоторые сложности при внедрении в жизнь инструментов Интернет-маркетинга. Рассмотрены основные инструменты Интернет-маркетинга, с помощью которых предприятия могут настраивать и проводить работу по продвижению продуктов в Сети.

Ключевые слова: реклама, Интернет, коммуникация, Интернет-маркетинг, продажи, рекламная кампания, продвижение, потребитель

О.М. KITCHENKO, I.G KOVAL

INTERNET MARKETING AS A MODERN TOOL OF MARKETING COMMUNICATION POLICY OF THE ENTERPRISE

The article discusses the issues related to the need to use marketing communications to convey to the consciousness of the target audience the benefits of using the company's products or services. It has been established that today one of the most effective ways to increase sales and gain a certain market share is to use the opportunities of the Internet space. Currently, the use of Internet marketing tools is one of the priority areas of activity of any enterprise. The definition of the concept of Internet marketing is analyzed, and it is found that it can be conditionally divided into three semantic parts. The question of the correlation between the spheres of traditional marketing and Internet marketing has been investigated. It was determined that the Internet is an auxiliary, but not the main tool in the implementation of marketing communication policy. For a more detailed study of the issue of the relationship between traditional marketing and Internet marketing, new possibilities of Internet marketing are considered from the standpoint of the 4P marketing complex. For each of the elements of the marketing mix, an analysis was carried out and it was found that a product in Internet marketing means the same goods and services that are distributed offline, but at the same time, Internet marketing provides ample opportunities for customizing consumers. Such an element of the marketing mix as the price on the Internet has undergone a minimal transformation, but it simplifies some of the processes. Also, the Internet has created new distribution channels. The element of promotion has undergone the greatest changes, new unique tools for promotion on the Web have appeared. A certain number of features that characterize Internet marketing are highlighted. These include: updating the key role of consumers; lack of spatial localization; accelerated decision making in the communication process; small costs for a communication company with its significant scale; availability of opportunities to receive

detailed information about the consumer. A number of advantages of using Internet marketing tools in comparison with traditional marketing are highlighted. It has been determined that there are some difficulties in the implementation of Internet marketing tools. The main tools of Internet marketing are considered, with the help of which enterprises can set up and carry out work to promote products on the Web.

Keywords: advertising, Internet, communication, Internet marketing, sales, advertising campaign, promotion, consumer

Вступ. Останнім часом відбулися істотні зміни в процесі виведення товарів на ринок. Із зростанням ролі маркетингу підвищилася і роль маркетингових комунікацій. Насиченість ринків товарами та конкуренція, що зростає кожного дня, робить вкрай складним існування на ринку продуктів просто гарної якості. На сьогодні, для збільшення обсягів збуту та отримання прибутку, стає вкрай важливим донести до споживача не тільки всі переваги товару чи послуги, а й те, які вигоди отримує споживач від використання саме вашого продукту.

Тому компанія на конкурентному ринку, яка не враховує цих факторів, а, отже, і не проводить активної комунікативної політики, приречена на поразку.

Саме це обумовлює необхідність використання маркетингових комунікацій під час залучення уваги споживачів та донесення до свідомості цільової аудиторії переваг використання продуктів чи послуг підприємства, що робить тему дослідження актуальною.

Аналіз стану питання. В сучасному світі найбільш ефективним способом залучення уваги споживачів та збільшення кількості продажів є Інтернет-маркетинг. Сучасний активний споживач більше не хоче витратити час на здійснення офлайн покупок, які займають велику кількість часу, та вимагають витрачання додаткових ресурсів. Такого споживача цікавить здійснення швидких та зручних онлайн покупок, які можна здійснити не виходячи з дому. На сьогодні більше ніж 1,5 млрд. людей роблять покупки онлайн. Використовуючи сучасні інструменти просування бренди можуть зацікавити споживача, розповідаючи про свої продукти, свою компанію, свої переваги. Згідно із статистикою Google [1] майже всі інвестиції в Інтернет-рекламу приносять значний прибуток. Тому перед сучасними підприємствами постає питання необхідності використання реклами в мережі Інтернет задля підвищення ефективності своєї маркетингової комунікаційної політики.

Мета роботи. Метою даної роботи є дослідження теоретичних та практичних засад використання Інтернет-маркетингу під час розробки комунікаційної політики сучасних підприємств.

Аналіз основних досягнень і літератури. Питання пов'язані з використанням в діяльності підприємств елементів Інтернет-маркетингу досліджуються вже багато років. Так, серед досліджень іноземних фахівців слід виділити роботи Акуліча М.В., Іванова А.В., Юрасова А.В., Манн І., Сухова С.В., Сета Годіна, Філа Бардена, Майкла Стелзнера, Перрі Маршалла та Брайана Тодда, в яких описуються усі напрямки Інтернет-маркетингу, розглядаються різновиди Інтернет-маркетингу, особливості проведення маркетингових кампаній в Інтернет, як проводити аналіз даних та створювати цікавий контент. Вітчизняні автори

Окландер М. [2], Савицька Н.Л. [3], Литовченко І.Л., Пилипчук В.П., І. Бойчук, О. Музика та ін. теж працюють над цим ж питанням, але більша частина робіт присвячена застосуванню Інтернет-маркетингу в окремих галузях чи на специфічних підприємствах. Значна кількість наукових публікацій, що присвячені цій проблемі свідчить про те, що дана проблема широко досліджується та обговорюється, але ще залишається велике коло питань, які потребують подальшої наукової дискусії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення глобальної комп'ютерної мережі Інтернет ознаменувалося появою нового комунікативного простору, який відкрив ринок з величезною кількістю потенційних споживачів, що мають достатньо високий рівень доходу.

На сьогоднішній день Інтернет виконує функції комунікатора і являє собою поле для укладання угод, здійснення покупок і платежів. Це надає йому риси всесвітнього електронного ринку. Розвиток електронної комерції став основою для розвитку новітнього напрямку сучасного маркетингу – Інтернет-маркетингу.

Існує широке розмаїття визначень Інтернет-маркетингу. Так, Б. Елів і Ш. Тілли визначають його як «рекламну діяльність в Інтернеті, в тому числі по електронній пошті» [4].

Д. Чеффі, Р. Майер та інші при формулюванні визначення відходять від чисто рекламних функцій Інтернет-маркетингу. На їхню думку, онлайн-маркетинг – це досягнення маркетингових цілей з використанням цифрових технологій. У список маркетингових цілей Інтернет-маркетингу автори включають: інформування про компанію, продукт або послугу; забезпечення продажів на онлайн майданчиках; вивчення клієнтів; розвиток програм лояльності та ін. [5].

Л. Велла і Дж. Кестлер вважають, що онлайн-маркетинг – це використання Інтернету та інших форм електронного зв'язку для комунікації з цільовими ринками найбільш економічно ефективними способами. При цьому онлайн-маркетинг дозволяє звертатися як до потенційних споживачів, так і працювати з уже існуючим клієнтами [6].

Одне з найбільш ємних визначень Інтернет-маркетингу дав британський Інститут прямого і цифрового маркетингу (Institute of Direct and Digital Marketing - IDM). Згідно з ратифікованою їм конвенцією ради цифрового маркетингу, Інтернет-маркетингом є інтегроване використання інформаційних каналів у віртуальному просторі для підтримки маркетингової діяльності компанії, спрямованої на отримання прибутку і утримання клієнтів, за допомогою визнання стратегічного значення цифрових технологій і розробки комплексного підходу до поліпшення надання онлайн-послуг з метою найкращого задоволення потреб клієнтів

і підвищення їх обізнаності про компанію, бренд, товари і послуги [7].

Дане визначення можна розділити на три смислові частини:

- в першій частині виділено широкий спектр цифрових комунікаційних каналів (блоги, соціальні мережі, веб-сайти), які маркетолог повинен знати і застосовувати в маркетингових кампаніях спільно з іншими інструментами для забезпечення синергетичного ефекту;

- у другій частині визначення виражається думка про залучення нових клієнтів і управління відносинами з уже існуючими клієнтами, як найважливішим джерелом підвищення рентабельності бізнесу. Це вважається основним завданням цифрового маркетингу;

- у третій частині йдеться про важливість стратегічного підходу до забезпечення присутності компанії в Інтернеті. Це передбачає проведення глибокого вивчення цінностей, потреб, досвіду та інших важливих характеристик клієнта, а також вибір найкращих каналів комунікації в Інтернеті.

Таким чином, Інтернет для маркетологів – це переважно середовище для комунікацій із зацікавленими сторонами.

Маркетингові комунікації, які використовують в своїй діяльності підприємства надають можливість:

1) Надати цільовій аудиторії певну інформацію про продукт або умови його продажу;

2) Змусити споживача зробити вибір саме в бік пропонованого продукту;

3) Змусити споживача діяти-реагувати;

4) Направляють дії (реакцію) споживача в бік продукту, що пропонується підприємством.

Питання про співвідношення сфер традиційного маркетингу і Інтернет-маркетингу довгі роки було одним з найбільш обговорюваних в професійному середовищі фахівців з Інтернет-маркетингу. На початкових етапах становлення Інтернету більшість спеціалістів вважали, що в найближчій перспективі віртуальний простір може майже повністю замінити реальність, що робота, покупки, розваги та спілкування відбуватимуться виключно через Інтернет.

Ще й досі не втихають спори про те, чи стане Інтернет простір основним майданчиком де будуть задіяні основні інструменти маркетингових комунікацій. Як відомо, на сьогодні Інтернет є допоміжним, але не основним інструментом, який застосовують маркетологи під прасування товарів чи послуг, або продажу продуктів. Тому можна констатувати, що Інтернет-маркетинг не замінює, а лише доповнює вже звичні інструменти традиційного маркетингу.

На відміну від звичайного маркетингу, основними завданнями якого є аналіз попиту та пропозиції, конкурентів, діяльності самого підприємства, його ринкових можливостей, робота із споживачем та прасування продукції, Інтернет-маркетинг є допоміжним інструментом, який допомагає виконувати

всі ці завдання та не може вплинути на планування виробничої програми підприємства.

Для більш детального вивчення питання про співвідношення традиційного маркетингу і Інтернет-маркетингу пропонується розглянути нові можливості Інтернет-маркетингу з позиції комплексу маркетингу 4P.

Product (продукт). Продуктом в Інтернет-маркетингу часто є ті ж товари і послуги, які поширюються офлайн, але при цьому, Інтернет-маркетинг надає широкі можливості для кастомізації, тобто розробки індивідуальних пропозицій для кожного окремого клієнта або сегменту клієнтів, що успішно демонструє компанія Nike, яка дозволила споживачам самим визначати дизайн взуття, а не вибирати з готових варіантів. Крім цього, в Інтернеті з'явилися нові віртуальні продукти і послуги, наприклад соціальні мережі як засіб спілкування, різні хмарні сервіси і навіть хмарні банки.

Price (ціна). Даний елемент маркетинг-міксу в Інтернеті зазнав мінімальної трансформації в порівнянні з традиційним маркетингом. З найбільш серйозних змін можна відзначити тільки появу масових аукціонів, наприклад Ebay.com - сайту, на якому будь-який продавець може розмістити свій товар, а споживачі будуть в форматі аукціону змагатися один з одним за право виграти лот. Також Інтернет спростив процес відстеження і порівняння цін конкурентів: побачити всі ціни на сайтах або прайсових агрегаторах значно легше, ніж відвідати окремі офлайн-магазини.

Place (дистрибуція). Інтернет створив нові канали поширення товарів і послуг, такі як веб-сайт, Інтернет-магазин і споживчі сервіси. За даними досліджень Morgan Stanley, в 2012 році частка електронної торгівлі від загального обсягу рітейлу в розвинених західних країнах перевищила 6,5%, в Бразилії і Китаї склала близько 5%; в Україні – лише 1,5%, але у нас цей показник динамічно зростає на 25-30% в рік [8]. Іншою новою можливістю для дистрибуції, яку відкрив Інтернет, стала доступність товарів і послуг в будь-якій точці світу. Споживачі можуть вибирати не тільки серед товарів, представлених в їх місцевості, а й зробити замовлення в закордонних Інтернет-магазинах або навіть безпосередньо у виробників з Південно-Східної Азії.

Promotion (просування). Найбільш глибокого впливу, який завдав Інтернет-маркетинг це бурхливий розвиток інтернет комунікацій та комунікаційних каналів. Так, на сьогодні, маркетологи вже не уявляють своєї роботи з просування без застосування реклами в блогах, соціальних мережах та інших каналах. Найбільш цікавими стають такі унікальні інструменти просування як медійна реклама та performance-based advertising media (перформанс-маркетинг), які застосовуються під час роботи з виділеною аудиторією споживачів.

Незважаючи на те, що Інтернет-маркетинг тільки доповнює традиційний маркетинг, у нього є істотні відмінності, пов'язані зі зміною інструментів маркетингових комунікацій в Мережі.

Існують певний ряд особливостей, які виділяють Інтернет-маркетинг.

По-перше, актуалізація ключової ролі споживачів на ринках, з урахуванням попиту і пропозиції: окрема компанія має можливість привертати увагу споживачів в короткі терміни, але при цьому таку ж можливість має і компанія-конкурент, тому бізнес-структури змушені змагатися за увагу споживачів в інтернет-середовищі, налагоджуючи і покращуючи якість взаємодії з ними.

По-друге, для Інтернет-маркетингу відсутня просторова локалізація, тобто географічна віддаленість в деяких сферах бізнесу більше не є чинником для відмови від співпраці. Вже не має необхідності здійснювати бізнес операції з прив'язкою до певної території чи локального ринку. Відстань від постачальника до споживача має значення тільки при необхідності доставки вантажів або наданні послуг, які потребують особистої участі спеціалістів. В цих ситуаціях система збуту і розподілу офлайн обговорюється та налагоджується окремо.

По-третє, темпи глобалізації, що постійно зростають, змінює простір та масштаби діяльності підприємств. Комунікація, яку використовують як підприємства так і споживачі не обмежена територіально та має майже однакову для всіх учасників вартість. Така комунікація прискорює прийняття рішень, та зменшує час на укладання угод.

По-четверте, така особливість Інтернет-маркетингу, як невеликі витрати на комунікаційну компанію при її суттєвих масштабах. Це обумовлюється тим, що під час проведення рекламних кампаній в Інтернет значно скорочуються накладні витрати.

По-п'яте, завдяки використанню новітніх інтернет програм, алгоритмів та технологій компанія отримує детальну інформацію про свого споживача: хто він, де працює, рівень його зарплатні, його вподобання, його запити. Тому компанії відразу можуть запропонувати споживачу необхідні йому товари та послуги, полегшуючи вибір та скорочуючи час для споживача. Також такі глибокі знання про споживача дають можливість скорочувати витрати на складання оптимальної структури товарного асортименту, розробку та впровадження нових видів продукції та ін. [9]

Виділяють такі переваги застосування в роботі інструментів Інтернет-маркетингу у порівнянні з традиційним маркетингом:

- підприємства більш оперативно можуть реагувати на зміни, що постійно відбуваються на ринку, це дозволяє швидко вводити нові асортиментні групи, корегувати ціну на продукцію або послуги;

- підприємства можуть заощаджувати значні кошти, використовуючи в діяльності електронні каталоги, відмовляючись від друкованих;

- використання інтернет технологій надає можливість заощадити час та кошти, за рахунок роботи з точно визначеним цільовим споживачем;

- надає можливість втягувати свого споживача в діалог через відгуки, рекомендації чи лайки, які той залишає на сайті чи сторінці в соціальних мережах;

- вся необхідна для споживача інформація про товар, його ціну, характеристики та наявність є на сайті підприємства та може бути оперативно змінена;

- існує можливість збору всієї необхідної інформації про споживача, який відвідує сайт, яка може бути використана під час подальшої роботи [10].

Складність впровадження в життя інструментів Інтернет-маркетингу полягає в тому, що крім розуміння засобів, методології та інших аспектів традиційного маркетингу, велику увагу необхідно приділяти постійному моніторингу інтернет технологій, що вдосконалюються весь час.

На підставі розглянутих вище особливостей Інтернет-маркетингу була складена таблиця, що відображає його основні переваги та недоліки для компаній, які планують або вже використовують його в своїй роботі (табл.)

Існує майже необмежений ряд інструментів Інтернет-маркетингу за допомогою яких підприємства можуть налаштувати та проводити свою роботу з просування. До основних з них належать:

Контекстна реклама, яка на сьогодні є одним з найбільш популярних та застосовуваних інструментів просування в Мережі. У широкому сенсі це той тип онлайн-реклами, коли рекламне оголошення виводиться на якомусь сторонньому сайті та максимально відповідає його змісту за своїм контекстом. Для того щоб контекстна реклама могла ідеально працювати необхідно вдале та правильне налаштування ключових слів, по яким може здійснюватися пошук. Саме таке налаштування дає можливість адресно доставляти необхідні повідомлення про товари необхідній аудиторії, та надає змогу ефективно залучати потенційних споживачів. Найчастіше маркетологи користуються послугами спеціалізованих рекламних сервісів, які транслюють створені ними рекламні оголошення в рамках своєї мережі інтернет-майданчиків. Основні сервіси такого роду – Google AdWords і Яндекс.Дірект [11].

Банерна реклама. Основою для банерної реклами є оголошення що являють собою візуальну картинку, яка частіше за все містить гіперпосилання на ресурс що рекламується.

Пошукове просування або пошукова оптимізація (SEO – search engine optimization), являє собою певні дії з наповненням сайту (контент, структура, ключові слова на сторінках сайту та ін.) за допомогою яких можна підвищити позицію сайту в пошукових системах.

Email-маркетинг. Один з найстаріших інструментів інтернет-маркетингу, який все ще залишається досі ефективним та надає можливість побудови довготривалих відносин між споживачем та підприємством, надає можливість мати зворотній зв'язок із споживачем.

Реклама в соціальних мережах (SMM). Один з найпопулярніших сучасних інструментів просування.

Таблиця – Переваги та недоліки Інтернет-маркетингу

Переваги	Недоліки
1. Низька вартість при роботі з вузькими сегментами споживачів; 2. Високий показник охоплення найбільш економічно активної аудиторії; 3. Висока інтерактивність взаємодії; 4. Широкі можливості для таргетингу; 5. Персоналізація спілкування; 6. Великі можливості для вивчення споживачів і аналізу ефективності рекламної активності; 7. Порівняно високий середній рівень довіри до інтернет-реклами.	1. Невеликі обороти електронної комерції в Україні; 2. Складність планування і реалізації інтернет-маркетингу; 3. Відносно висока вартість при роботі з масовою аудиторією; 4. Низький показник охоплення аудиторії старших вікових категорій; 5. Технологічні обмеження; 6. Інформаційне перевантаження користувачів.

Однак все ще існують певні складнощі пов'язані саме з продажем продукції через соціальні мережі. Саме тому цей інструмент скоріше використовується більш для іміджевої підтримки підприємства.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане можна стверджувати, що на сьогодні використання інструментів Інтернет-маркетингу стає невід'ємною частиною рекламної кампанії будь-якого підприємства. З кожним днем все більше і більше компаній намагаються переводити свою роботу в онлайн сферу, стають більш гнучкими та адаптованими до постійних змін оточуючого середовища. Саме використання інструментів Інтернет-маркетингу надає більше можливостей для знайомства із потенційним клієнтом, встановлення постійного зв'язку із споживачем, врахування його потреб і запитів, а це в свою чергу дозволяє економити значні фінансові кошти під час проведення рекламних заходів. Також застосування Інтернет-реклами дає значні переваги в конкурентній боротьбі, дозволяючи виділити переваги свого продукту перед конкурентами.

Список літератури

1. <https://ads.google.com>
2. Окландер М., Романенко О. О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. *Економічний вісник НТУУ «ХП» : збірник наукових праць*. 2015. Вип. 12. С. 362–371.
3. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку В2С. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. №1. С. 20 – 33.
4. Eley B., Tilley S. Online Marketing Inside Out. SitePoint Pty Ltd, 2019. 130 p.
5. Chaffey D. Internet Marketing : Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education. 2016. 579 p.
6. Vella L., Kester J. Handbook on E-marketing for tourism destination. World Tourism Organization and the European Travel commission : Madrid. 21 p.
7. The IDM – The Institute of direct and digital marketing. URL : <http://www.theidm.com>.

8. Давыдов В. В. Пошаговое руководство по созданию стратегии интернет-маркетинга в сфере b-2-b // *Интернет-маркетинг*. 2013. № 2. С. 66–80.
9. Акулич М. *Маркетинг интернет-магазина* / Litres. 2020. 293 с.
10. Голик, В.С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе. / В.С. Голик. – М.: Дикта, 2013 – 196 с.
11. Васильев, Г.А. *Электронный бизнес. Реклама в Интернет* / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. – М.: Юнити-Дана, 2014. –297 с

References (transliterated)

1. <https://ads.google.com>
2. Oklander M., Romanenko O. O. Specificni vidminnosti cifrovogo marketingu vid Internet-marketingu [Specific differences between digital marketing and Internet marketing]. *Ekonomicnij visnik NTUU «KPI» : zbirnik naukovih prac*. [Economic Bulletin of NTUU "KPI": a collection of scientific papers] 2015. issue 12. pp. 362–371.
3. Savicka N. L. Marketing u socialnih mrezhah: strategiyi ta instrumenti na rinku V2S [Social media marketing: strategies and tools in the B2C market]. *Marketing i cifrovi tehnologiyi* [Marketing and digital technologies]. 2017. no 1. pp. 20 – 33.
4. Eley B., Tilley S. Online Marketing Inside Out. SitePoint Pty Ltd, 2019. 130 p.
5. Chaffey D. Internet Marketing : Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education. 2016. 579 p.
6. Vella L., Kester J. Handbook on E-marketing for tourism destination. World Tourism Organization and the European Travel commission : Madrid. 21 p.
7. The IDM – The Institute of direct and digital marketing. URL : <http://www.theidm.com>.
8. Davydov V. V. Poshagovoe rukovodstvo po sozdaniyu strategii internet-marketinga v sfere b-2-b [A step-by-step guide to creating an internet marketing strategy in the field of b-2-b]// *Internet-marketing* [Internet marketing]. 2013. no 2. pp. 66–80.
9. Akulich M. *Marketing internet-magazina* [Online store marketing]/ Litres. 2020. 293 p.
10. Golik, V.S. *Effektivnost internet-marketinga v biznese* [The effectiveness of Internet marketing in business]. / V.S. Golik. – Moscow: Dikta, 2013 – 196 p.
11. Vasilev, G.A. *Elektronnyj biznes. Reklama v Internet* [E-business. Advertising on the Internet]/ G.A. Vasilev, D.A. Zabegalin. – Moscow: Yuniti-Dana, 2014. –297 p

Надійшла (received) 05.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кітченко Олена Миколаївна (Kitchenko Elena Nikolaevna, Kitchenko Olena Mukolaivna)- кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3868-5653>; e-mail: Olena.Kitchenko@khi.edu.ua

Коваль Ірина Григорівна (Koval Irina Grygorievna) - студент кафедри економіки та маркетингу Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8623-1592>; e-mail: kovalirisha3@gmail.com

С.П. СУДАРКИНА**ЛОКАЛІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ФАКТОР ВІДРОДЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Сучасний стан машинобудівного виробництва України по цілому ряду об'єктивних та суб'єктивних причин є дуже важким. Обсяги виробництва за останні 30 років скоротилися в кілька разів, а по окремих галузях – просто зникли. Крім того, втрачені старі ринки збуту, а нові – не з'явилися, обладнання зношене більш, ніж на 60-70%, персонал полишив виробництво і таке інше. В той же час потреба в продукції машинобудівного комплексу в державі залишається. Треба обслуговувати комунальне господарство, яке зношене та застаріло навіть більш, ніж самі промислові підприємства. Всі види транспорту та відповідна інфраструктура потребують негайного оновлення та модернізації. Також необхідною є корінна модернізація паливно-енергетичного сектору економіки та інших галузей. Саме тому можна стверджувати, що Україна сама по собі – величезний ринок, вимоги якого треба задовольняти постійно продовж довгого, практично необмеженого часу. Це – дуже позитивний фактор, якщо розглядати проблему з урахуванням ринкових умов існування нашого господарства. Крім того, необхідність відновлення промисловості обумовлена наявністю цілого ряду взаємопов'язаних соціально-економічних, науково-технічних та технологічних факторів, які складають цілісну систему. І саме це є ще одним підтвердженням доцільності поставленої задачі – реставрація або реіндустріалізація виробництва. Наявні потреби, про які йшла мова, можна задовольняти за рахунок іноземних компаній та фірм. Але це недалекоглядна політика, якої можна додержуватись тільки продовж короткого терміну або при повній відсутності своїх можливостей. Тут ситуація інша, і важливо, що вона змінюється постійно на краще, якщо розглядати можливості вітчизняних виробників. Не зважаючи на складності, в Україні вже зараз в окремих галузях поступово відроджується своє сучасне виробництво на новій техніко-технологічній базі, і є всі підстави очікувати швидкого відродження промислового виробництва при певних сприятливих умовах. Вважаючи на значну регуляторну роль держави в сучасному управлінні, треба відзначити необхідність розробки та втілення деяких протекціоністських заходів, які б допомогли підприємствам швидше та простіше пройти процес оновлення, модернізації та увійти в сучасне виробництво. До таких заходів відноситься нещодавно прийнятий Закон про державні закупівлі (про локалізацію, №3739), суть та проблеми якого розглядаються в даній статті.

Ключові слова: машинобудування; відновлення промислового виробництва; система факторів відновлення; протекціонізм; локалізація; світовий досвід локалізації

С.П. СУДАРКИНА**ЛОКАЛІЗАЦІЯ ПРОМИШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК ФАКТОР ВОЗРОЖДЕНИЯ ПРОМИШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ**

Современное состояние машиностроительного производства в Украине по целому ряду объективных и субъективных причин остается очень тяжелым. Объемы производства за последние 30 лет сократились в несколько раз, а некоторые отрасли – просто исчезли. Кроме того, утрачены старые рынки сбыта, а новые – не появились, оборудование изношено более, чем на 60-70%, персонал оставил производство и так далее. В то же время потребность в продукции машиностроительного комплекса в государстве остается. Необходимо обслуживать коммунальное хозяйство, которое изношено и устарело даже более, чем промышленные предприятия. Все виды транспорта и соответствующая инфраструктура требуют немедленного обновления и модернизации. Также необходима коренная модернизация топливно-энергетического сектора экономики и многих других отраслей. Таким образом, можно утверждать, что Украина сама по себе – огромный рынок, потребности которого необходимо удовлетворять постоянно на протяжении длинного, практически неограниченного периода. Это – очень позитивный фактор, если рассматривать проблему с учетом рыночных условий существования нашего хозяйства. Кроме этого, необходимость восстановления промышленности обусловлена целым рядом взаимосвязанных социально-экономических, научно-технических и технологических факторов, которые являются полноценной системой. Именно это является еще одним подтверждением целесообразности поставленной задачи – реставрация или реиндустриализация производства. Существующие потребности, о которых шла речь, можно удовлетворить за счет иностранных компаний и фирм. Но это недалевидная политика, которой можно придерживаться только в течение короткого времени и при полном отсутствии своих возможностей. Тут ситуация другая, и важно, что она постоянно изменяется в лучшую сторону, если говорить о возможностях собственных производителей. Несмотря на сложности, в Украине уже сейчас в отдельных отраслях постепенно возрождается свое собственное производство на новой технико-технологической базе, и это дает основания ожидать быстрого возрождения промышленного производства при определенных благоприятных обстоятельствах. Учитывая значительную регуляторную роль государства в современном управлении, нужно отметить необходимость разработки и внедрения некоторых протекционистских мер, которые помогли бы предприятиям быстрее и легче пройти процесс обновления, модернизации и стать современным производством. К таким мерам относится недавно принятый Закон о публичных закупках (о локализации) № 3739, суть и проблемы которого рассматриваются в данной статье.

Ключевые слова: машиностроение; восстановление промышленного производства; система факторов восстановления; протекционизм; локализация; мировой опыт локализации

S.P.SUDARKINA**LOCALIZATION OF INDUSTRIAL PRODUCTION AS A FACTOR OF INDUSTRY REVIVAL OF UKRAINE**

The current state of machine-building production in Ukraine for a number of objective and subjective reasons is very difficult - production volumes have decreased several times over the past 30 years, and in some industries - simply disappeared. In addition, the old markets were lost and the new ones did not appear, the equipment was worn out by more than 60-70%, the staff left the production and so on. At the same time, the need for products of the machine-building complex in the country remains. We need to service utilities, transport and all infrastructure, not to mention the renewal and modernization of all these and other industries. Meeting needs at the expense of foreign companies and firms is a short-sighted policy that can be followed only for a short time or in the complete absence of their capabilities. At the same time, Ukraine has all the conditions for the rapid revival of industrial production on a new technical and technological basis. Therefore, the resumption of industrial production is one of the priority tasks that must be implemented in modern Ukraine. This is due to a number of interrelated and conditioned socio-economic, scientific, technical and technological factors that make up a holistic system. Among the market factors, it should be noted the need to implement some protectionist measures that would help companies to renew faster and enter to modern productions. Such measures include the recently adopted Law on Localization, №3739, the essence and problems of which are discussed in this article.

Keywords: mechanical engineering, revival of industrial productions, system of factors of restoration, protectionism, localization, world experience of localization.

Вступ В сучасних умовах машинобудування в Україні займає тільки 14% від валового продукту, що є не виправдано низькою величиною (нормально – 30 %). За 5 місяців 2020 року виробництво технологічного обладнання в Україні скоротилось на 18-19% , при тому, що за той же період українська індустрія в цілому впала на 8,7 % (2,3). Зрозуміло, що свій «вклад» в таке становище додала і пандемія короно вірусу, що призвело до скорочення темпів виробництва та відбудови машинобудування.

Для вирішення задачі відновлення промисловості потрібні інвестиції і можливість «вбудуватись» в сучасне виробництво, що потребує підтримки з боку держави у вигляді протекціоністських заходів. До таких відносять так звану локалізацію виробництва, яка легітимізована прийнятим «Законом про публічні закупівлі», № 3739, і про яку досі ведуться дискусії.

Стан питання Існує багато статей і оглядів, присвячених стану машинобудування в Україні, значенню та шляхам реставрації цієї галузі господарства, її проблемам, ролі держави в цьому процесі. До таких відносять роботи спеціалістів з цих питань, а саме – Соколової Л.В., Стойко О.В.[2], Негруль Д.А., Зарічна Т.С., Тарасова К.І., [3], Салоїд С.В. [4], Пігуль Н.Г [5], Котлярова С.Н. [6], Перерва П.Г. [7], дані держстату [1], огляди УСПП та інших досліджень [8,9,10]. В цілому в науковій та виробничій спільноті остаточно сформувався погляд на необхідність підйому та відродження вітчизняного промислового виробництва. Фактично це визначення цілі, що є дуже важливим і принциповим.

Тим не менше залишається дискусія щодо шляхів вирішення проблеми, особливо в частині прийнятого вже «Закону про публічні закупівлі» № 3739 (про локалізацію), який мав би спростити інноваційно-інвестиційні процеси відбудови промислового виробництва в Україні. Вважаючи на деякі суттєві проблеми щодо положень та запровадження нової версії цього Закону вже с 01.01.2021р., в даній статті зроблена спроба розглянути ці дискусійні питання.

Мета роботи В статті розглядається комплекс факторів щодо необхідності оновлення машинобудівного виробництва в сучасних умовах, їх сутність та зв'язок, а також зміст, позитивні та негативні сторони заходів з локалізації з теоретичної та практичної точки зору, можливі ризики та перспективи цього процесу.

Виклад основного матеріалу

Існує комплекс факторів, які спонукають до невідкладного вирішення цієї задачі. Всі ці причини можна структурувати за їх змістом і виокремити 4 напрями, які наведені на рисунку, а саме:

- 1 – ринкові фактори;
- 2 – науково-технологічні фактори;
- 3 – внутрішні виробничі фактори;
- 4 – соціальні та суспільні проблеми.

Як бачимо, до цієї системи не віднесені політичні фактори, які, безумовно, впливають на хід всіх цих процесів. Це зроблено не випадково. Справа в тому, що хоча «політика – це концентрована економіка», але ж в сучасних умовах треба відрізнити та розділяти ці дві системи, тому що гіпертрофований вплив політики руйнує чисто економічний підхід і може заважати прийняттю дійсно ефективного рішення. Розглянемо всі ці фактори.

Ринкові фактори включають внутрішні та зовнішні. До перших, внутрішніх, відносять стан та конкурентоспроможність підприємства на внутрішньому ринку і всі пов'язані з цим показники та перспективи. До зовнішніх відносять стан та конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку. Ці два напрями пов'язані між собою, а саме, зазвичай успішне підприємство є таким як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Але успіху на зовнішньому ринку досягають, як правило, після оволодіння та досягнення позитивних результатів на внутрішньому ринку. Це підтверджує багаторічний досвід радянського машинобудування, коли продукція багатьох підприємств експортувалась в різні країни світу після одержання сталих позицій на своєму, внутрішньому ринку. Прикладом може слугувати в тому числі харківське підприємство ВАТ «Турбоатом», підприємства «Серп і молот», «ХТЗ» та багато інших.

В сучасних умовах треба все починати спочатку, тому що втрачені не тільки ринки, але й технології, кваліфікований персонал, основні фонди і т.і. Тобто в даний час, говорячи про важке машинобудування (або «інвестиційне» за сучасною термінологією), необхідно починати з радикальної реставрації виробництв за сучасними стандартами в широкому сенсі.

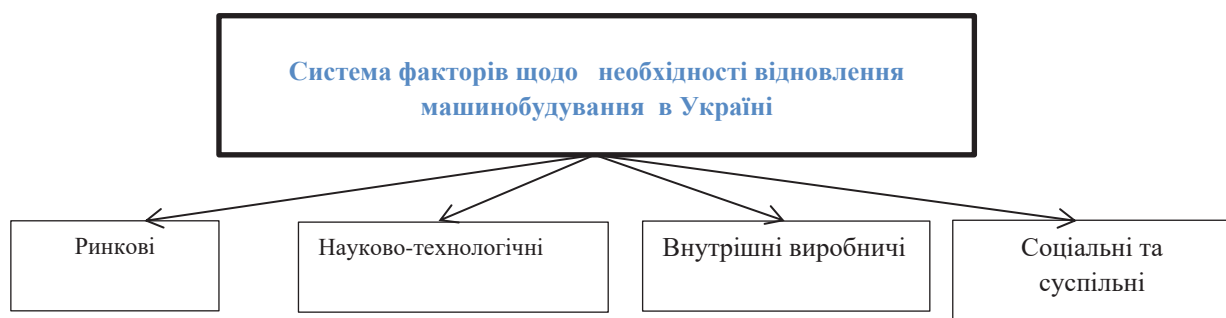


Рис. - Система факторів щодо відродження машинобудування в Україні

При цьому сучасні виробництва будуть зовсім іншими не тільки за своїми розмірами, але й за суттю – нові технології призводять до появи принципово нових, більш ефективних технологій та виробництв, зменшення розміру підприємства, скороченню чисельності та підвищенню вимог до персоналу.

Після цієї важкої, по суті підготовчої роботи вже можна виходити на свій, внутрішній ринок, і тільки потім (у кращому випадку, паралельно) – починати освоювати зовнішні ринки. Така приблизна технологічна схема процесу входження в світові ринки.

Як це не дивно, але жажливий сучасний стан машинобудування в Україні в цілому є підставою для його досить швидкого відтворення. Як завжди, криза – це початок нового етапу. Це пояснюється цілим рядом факторів.

По-перше, змінився соціально-політичний тренд. Сьогодні вже сформована суспільна точка зору щодо необхідності відновлення вітчизняного виробництва, що призведе до наповнення ринку вітчизняними товарами високої якості, створення нових робочих місць, скорочення трудової міграції населення та ін.

По-друге, економічно та організаційно зараз вже простіше, ніж навіть 10 років тому, організувати своє виробництво з адекватним рівнем цін, зрозумілою та доступною логістикою, використанням одних і тих же правових та регуляторних актів та положень. Зрозуміло, що дуже важливою є якість правової бази та менеджменту в цілому. Але це – зрозуміла задача, яку можливо вирішити, знову ж таки своїми силами.

По-третє, у вітчизняних виробників та споживачів залишилась потреба в різноманітній продукції машинобудівної галузі. Незважаючи на складні зовнішні, певною мірою форс-мажорні обставини, серед іншого невідкладними залишилися проблеми оновлення застарілої інфраструктури господарства, таких як транспорт, комунальне господарство, енергетика, медичне обслуговування тощо. В цьому сенсі Україна – це гігантський ринок, який ще треба освоювати.

Четвертий дуже важливий фактор – це поява промислових підприємств, які в змозі взяти на себе виготовлення нової техніки, але ще не в цілому, повним циклом, а частинами – окремі деталі, вузли, комплекти запчастин, комплекси регулювання та управління і т.і. Цілий ряд підприємств вже зараз має технічні умови для розширення своїх виробничих потужностей, номенклатури та обсягів випуску готової продукції. [3,4].

Не останній в цьому переліку, п'ятий психологічний фактор – треба пишатися своєю країною, в тому числі, її виробничими досягненнями, і це покращить ситуацію в цілому.

Третій та четвертий фактори – по суті являються ринковими, тому що розглядаються потреби (3-й) та можливості (4-й), тобто два боки балансу. Треба констатувати, що ситуація з цим постійно змінюється. Зрозуміло, що існуючі потреби можна задовольнити за рахунок зарубіжних виробництв та постачальників, закупаючи іноземну продукцію і, таким чином, залишаючи свої виробництва без замовлень. Така

політика має рацію, якщо б українські виробники були зовсім неспроможні конкурувати з іноземними компаніями навіть на внутрішньому ринку, як це відбувалось на протязі останніх 2 десятиліть.

Але зараз, всупереч складній ситуації, є вже багато позитивних змін в цьому напрямі. Це стосується як великих корпорацій типу «Інтерпайп» або ДТЕК, так і середніх як, наприклад, «Аріес-Україна» (випуск самохідних шредерів), «Євроголд Індестріз» (сталеві драбини широкої номенклатури), завод «Трибо» в Білій Церкві (гальмувальні колодки) та інші. [сайт nv.ua]. Зрозуміло, що це – результат системної творчої роботи менеджменту компаній, а також (в значній частині прикладів) – кооперації в іноземними партнерами. Останнє пояснюється не тільки обмеженими фінансовими можливостями вітчизняних виробників, а й їх техніко-технологічними можливостями, здатністю до освоєння нових технологій та обладнання, підготовленістю персоналу, а також суттєвими логістичними перевагами порівняно, наприклад, з Китаєм, який донедавна був найважливішим гравцем на таких ринках. Також не останнє – можливість забезпечення високого рівня якості продукції на цих нових підприємствах, що відповідає найсуворішим європейським вимогам. Прикладом може слугувати виробництво гальмувальних колодок на заводі «Трибо», які поставляються у Великобританію для залізничних вагонів.

Все це, крім всього іншого, свідчить про важливість використання різних варіантів кооперації з іноземними виробниками та компаніями (аж до створення сумісних виробництв), тому що при цьому зростає можливість випуску долі продукції, яка виробляється саме на вітчизняних підприємствах.

Науково-технологічні фактори – включають цілий комплекс напрямів, які поєднують наукові дослідження, їх впровадження і, як результат, перехід промисловості на новий техніко-технологічний рівень. В цій системі, як і в інших, ми втратили не тільки саму по собі науку, але й всю організаційну структуру, яка так чи інакше забезпечувала функціонування цієї важливої складової господарчого комплексу. Ситуація з Ковід-19 показала це наочно. Багато негативних процесів, які переживає держава в даний момент в значній мірі також пов'язана з критичним станом в науці. Той же тарифний колапс, ситуація в енергетиці, транспорті, у шкільному та вищому навчанні – все це тісно пов'язане зі втратою суттєвих досягнень і напрямів розвитку науки. Ми втратили і напрями, і темп, і фінансові можливості і в результаті – залишилися в минулому віці. Складність ситуації в тому, що без державної підтримки цю проблему розв'язати неможливо. Якщо на рівні прикладної науки ще можна говорити про залучення приватних або кредитних коштів, то для фундаментальної науки необхідна державна підтримка. Зараз ведеться жвава дискусія по цих питаннях, але при менш, ніж 0,3 % ВВП на розвиток науки, які зафіксовані в бюджеті на 2021 рік, ніякі організаційні заходи не призведуть до бажаного результату. Життєво необхідним є підтримка вітчизняної науки, тому що – це перший етап, за яким

йде вища освіта і тільки потім – виробництво товарів нового рівня та якості.

Внутрішні виробничі фактори – це всі складові організації виробничого процесу, починаючи з аналізу ринку і формування портфелю замовлень та програми випуску продукції і закінчуючи розробленням стратегічних та поточних планів виробництва по всіх напрямках – обладнання, технологія, сировина та комплектуючі, персонал, управління виробництвом, організація обліку та контролю. Ця системна робота складна і відповідальна, особливо при створенні нового або глибокій модернізації існуючих виробництв, тому що оновлюється технологія, обладнання, форми управління та контролю, різко ускладнюється проблема з кадрами – необхідні спеціалісти нового рівня, для чого треба змінювати систему професійного навчання, підготовки спеціалістів нового типу всіх рівнів.

Соціальні та суспільні фактори є, по суті, інтегруючим результатом поточної та стратегічної діяльності державного управління в цілому. В нашому випадку, unfortunately, треба казати про системні провали по багатьох напрямках, які пов'язані зі станом виробництв в цілому. Відсутність якісних робочих місць призводить до відтоку кадрів, появи дефіциту персоналу, що в цілому негативно впливає, в тому числі, і на економічний, соціальний та емоційний стан суспільства. Крім того, що держава займає далеко не найкраще місце в світовому рейтингу, імідж України знижується всередині країни, що знову ж таки погіршує ситуацію.

Однак все це не є причиною до абсолютного песимізму. Як це не дивно, але в країні мають місце і позитивні результати і тенденції, про що вже ми казали. Крім досягнень в сільському господарстві, переробної промисловості, розвитку ІТ, сфери обслуговування та ін., цілий рід підприємств проводить оновлення свого виробництва на різних етапах з різними досягненнями на свій страх і ризик. Головним фактором в прискоренні цього процесу зараз є підтримання цієї діяльності з боку державних інституцій, розробка і впровадження законів та положень, які б сприяли ініціативам та захищали інвесторів.

Важливим кроком в цьому напрямі з боку держави є прийняття до використання з 01.01.2021 року Закону України №3739 «Про публічні закупки» або – закону про локалізацію.

Локалізація – це процес виготовлення частки продукції на вітчизняних виробництвах в рамках договорів з іноземними постачальниками. Тобто якщо іноземна компанія заключає договір на поставку певного обладнання в Україну, вона повинна забезпечити виготовлення частки готового продукту на українських підприємствах, які мають техніко-технологічні можливості до такої діяльності.

Справа в тому, що за даними УСПП [3] за рік в Україні на держзакупівлі використовують більш, ніж 700 млрд.грн. Вже зараз українські виробники могли б виготовляти значну частину цієї номенклатури самостійно, залишаючи при цьому і кошти, і робочі місця в Україні. Закон, про який йдеться, легітимізує

таку діяльність і участь вітчизняних виробників в виготовленні частини складових готової продукції.

Суть Закону №3739 полягає в тому, що для одержання іноземним виробником рішення про поставки своєї техніки до України, він повинен частку цієї продукції виготовляти на українських підприємствах (локально, в Україні), які побудує сам, або в кооперації з українськими компаніями. Йдеться про виробництво деталей та вузлів готової продукції, запчастин і т.і. Доля такої локалізованої продукції повинна складати 25 – 40 %, починаючи з 01.01.2021, з послідовним зростанням до 40% до 2024 року. Ця новація стосується 4-х галузей, а саме – залізничний транспорт, міський транспорт, комунальне господарство та енергетичне машинобудування. Зараз розглядається пропозиція про приєднання до цього переліку авіабудування, що є доцільним. В даний час більш, ніж 100 підприємств України вказаних галузей спроможні прийняти участь в цьому проекті [8,9,10].

До них належать, наприклад, такі підприємства, як «Богдан Моторс», «Електроважмаш», «Електрон» та інші. Рівень локалізації на цих підприємствах може складати вже сьогодні 35 – 50%. Тобто вони вже мають відповідні виробничі потужності та можливості до їх розвитку, сертифікований продукт та умови виробництва щодо європейських стандартів. За даними УСПП [5] по більшості позицій, які стосуються локалізації, є навіть конкуренція між українськими виробниками – наприклад, по 3-5 підприємств для виробництва елементів міського транспорту – трамваї, тролейбуси, автобуси.

Економічний ефект від впровадження локалізації оцінюється такими показниками: зростання ВВП – 3,9 % на протязі 3-5 років; збереження 220 тис. робочих місць та створення нових у кількості – 62,5 тис. в машинобудуванні та суміжних галузях (мультиплікатор для машинобудування – 5-6 робочих місць у суміжних галузях), зростання податкових надходжень – 8% і це – тільки прями вигоди [8,9]. Зрозуміло, що це – орієнтовні цифри, але є надія до їх збільшення. Тут важлива якість юридичного супроводу договорів та підтримка з боку держави. Закон №3739, який легітимізує та унормовує стосунки між іноземними та вітчизняними виробниками і державою, є безумовно своєчасним.

Однак треба відмітити, що, як це не прикро, наші європейські партнери, вказують на неприпустимість протекціоністської політики для українських підприємств з боку держави (виступ посла ЄС Маасікас [11]). Не вдаючись до детальних коментарів таких заяв, треба визначити можливість і доцільність дискусії, але в цілому основні положення Закону про локалізацію в Україні є абсолютно виправданими і доцільними з практичної точки зору.

До того ж світова практика підтверджує ефективність таких підходів. Наприклад, у Польщі вже давно діє середня норма локалізації на рівні 40%. Узбекистан завдяки локалізації за 30 років створив взагалі нову високотехнологічну галузь господарства – автомобілебудування. В середньому сьогодні локалізація там складає 30%. Дуже серйозним прикладом є Китай, де завдяки локалізації були

побудовані цілі виробничі ланцюжки і потім створені самостійні високотехнологічні підприємства. В Росії, де до цієї стратегії перейшли, починаючи з 2016 року, і де це було пов'язане з впровадженням економічних санкцій з боку ЄС та USA, також одержані серйозні позитивні результати. Саме принцип локалізації є економічною базою політики імпортозаміщення в Росії, в результаті чого відроджені вітчизняні підприємства поступово витіснили з російського ринку частину іноземних компаній.

З боку економічної теорії, використання будь-яких протекціоністських заходів в умовах ринку, в тому числі, і локалізації, не є абсолютно чистим рішенням. Але, практична сторона питання, необхідність вирішення суттєвих проблем в державі, потребує захисту вітчизняних виробників за допомогою саме таких протекціоністських заходів.

До того ж світові тенденції в останні роки вказують на наявність певних протиріч між глобальними та національними інтересами. Дуже висока централізація в рамках ЄС призводить до появи протилежних тенденцій – коли держави в той чи інший спосіб починають захищати свої інтереси і відстоювати національне виробництво, правила, норми, традиції. Самим яскравим прикладом є Великобританія, яка просто вийшла із ЄС. Можна критикувати це рішення, але тому є й суттєві причини.

Висновки

1. Стратегічним завданням поточного періоду для України є відродження вітчизняної промисловості, тому що це призведе до вирішення багатьох соціально-економічних проблем у державі.

2. Необхідність і доцільність саме такого стратегічного напрямку розвитку держави базується на наявності системи взаємопов'язаних факторів.

3. Для вирішення поставленої мети державного рівня – відродження виробництва на основі нових підходів, техніки та технологій – необхідні певні протекціоністські заходи з боку держави.

4. Закон про локалізацію № 3739 є своєчасним і доцільним, тим більш, що велика кількість українських підприємств вже готові до таких заходів.

5. Незважаючи на не зовсім «чисте» з теоретичного погляду рішення про протекціоністську політику (локалізація), воно дає можливість поступово втягнути вітчизняні підприємства в сучасне виробництво, чому є багато доказів та позитивних прикладів в світовій практиці.

Список літератури

1. Державна служба статистики України. URL <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Л.В.Соколова, О.В.Стойко Сучасний стан машинобудування України та тенденції його розвитку за умов незбалансованої

економіки, Ел. наук.фак. вид. , «Ефективна економіка» DOL 10.32702/2307-2105-2019.11.5

3. Зарічна Т.С., Тарасова К.І. Машинобудування України: сучасний стан, структура та тенденції розвитку галузі. Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць. Випуск 5. Частина 1. ONEU. Одеса, 2019. С. 68-76.
4. Салоїд С.В. Організаційно-економічний механізм управління економічною безпекою піприємств машинобудування: дис... канд.екон.наук:08.00.04/ НТУ «КПІ ім. І.Сікорського», Київ, 2019. 305 с.
5. Пігуль Н.Г., Пігуль Є.І. Сучасний стан та перспективи розвитку машинобудівного комплексу України. Економіка та суспільство. Мукачівський державний університет. 2018. №15.С.444-449
6. Котлярова С.Н., Лаврикова Ю.Г., Аверина Л.М. Роль локалізації промислового виробництва в політике імпортозамещения. Ж. Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.2017. Москва.
7. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. праць – Харків : НТУ «ХПІ», 2017.- №45 (1266). – с. 51-55.
8. <http://uspp.ua/ru/news/poslednie-novosti/2019> Локалізація промислового виробництва в Україні...
9. cfts.org.ua/news/2020/07/16 В Україні около 100 производителей ...
10. businessvievus.com.ua/ru/business/id_lokalizacija-mashinostroenija-v-ukraine-12/2020_2263 Локалізація машиностроения
11. ukrinform.ua/rubric-economy3183591

References (transliterated)

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. L.V.Sokolova, O.V.Stoiko Suchasnyi stan mashynobuduvannia Ukrainy ta tendentsii yoho rozvytku za umov nezbalansovanoi ekonomiky, El. nauk.fakh. vyd. , «Efektivna ekonomika» DOL 10.32702/2307-2105-2019.11.5
3. Zarichna T.S., Tarasova K.I. Mashynobuduvannia Ukrainy: suchasnyi stan, struktura ta tendentsii rozvytku haluzi. Statystyka – instrument sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen: zbirnyk naukovykh studentskykh prats. Vypusk 5. Chastyna 1.ONEU. Odesa, 2019. S. 68-76.
4. Saloid S.V. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia ekonomichnoi bezpekoiu pi pryemstv mashynobkdkvannia: dys... kand.ekon.nauk:08.00.04/ NTU «KPI im I.Sikorskoho», Kyiv, 2019. 305 s.
5. Pihul N.H., Pihul Ye.I. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku mashynobudivnoho kompleksu Ukrainy. Ekonomika ta suspilstvo. Mukachivskyi derzhavnyi universytet. 2018. №15.S.444-449
6. Lokalizatsiia promyshlennoho proyzvodstva v Ukrainy ... <http://uspp.ua/ru/news/poslednie-novosti/2019>
7. Pererva P.H. Ekonomiko-orhanizatsiini zasady innovatsiinoi ta investytsiinoi diialnosti pidpriemstva // Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «XPI» (ekonomichni nauky) : zb. nauk. prats – Kharkiv : NTU «KhPI», 2017.- №45 (1266). – s. 51-55.
8. cfts.org.ua/news/2020/07/16 V Ukrainy около 100 proyzvodytelei
9. businessvievus.com.ua/ru/business/id_lokalizacija-mashinostroenija-v-ukraine-2263,12/2020
10. Kotliarova S.N., Lavrykova Yu.H., Averyna L.M. Rol lokalizatsyyi promyshlennoho proyzvodstva v polityke importozameshcheniya. Zh. Ekonomycheskye y sotsyalnye peremen: faktu, tendentsyy, prohnnoz.2017. Moskva
11. ukrinform.ua/rubric-economy3183591

Надійшла (received) 09.02.2021

Відомості про авторів / Відомості про авторів/ About the authors

Сударкіна Світлана Петрівна (Сударкина Светлана Петровна, Sudarkina Svitlana Petrivna) – кандидат економічних наук, професор, кафедра економіки на маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; тел. 050902521; ORCID: e-mail svetsud@gmail.com

О.М. СИНІГОВЕЦЬ, Г.С. КОНШИНА

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ І ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

У статті досліджено питання розвитку і ролі франчайзингу у забезпеченні соціально-економічного розвитку країн, міжнародних економічних відносин. Розглянуто сутність франчайзингу і його сучасний розвиток. Подано поняття франчайзингу і франчайзингової мережі, її значення в сучасних формах ведення міжнародного бізнесу, проведено класифікацію франчайзингу за основними ознаками. Проаналізовано наявні можливості розвитку франчайзингу в Україні у порівнянні з країнами-лідерами і найбільш ефективною реалізації його потенціалу соціально-економічного розвитку. Визначено значення міжнародного франчайзингу як ефективного моделі ведення бізнесу, встановлено вимоги щодо умов його розвитку, з погляду різних міжнародних рейтингів робиться аналіз можливостей його розвитку в Україні. Виявлена необхідність, надано основні пріоритетні напрями створення умов для реалізації міжнародного франчайзингу. Систематизовано етапи франчайзингу, виявлено існуючі перешкоди забезпечення його реалізації, подано рекомендації щодо поліпшення з точки зору забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в здійсненні франчайзингової стратегії виходу на зарубіжні ринки. Ефективність управління сучасним міжнародним бізнесом визначається можливостями реалізації виходу на зарубіжні ринки, наявністю різних джерел доходів, можливостями реалізації різних напрямів ведення міжнародного бізнесу, що знаходить відображення у зростанні бізнесу. Доведено, що важливою ознакою у реалізації франчайзингу як ефективного моделі ведення сучасного міжнародного бізнесу є наявний потенціал і відповідність умов розвитку підприємницьких структур, що попереду вибору і переконанню до його втілення. Це проведене дослідження дозволить оцінити тенденції і загальні потреби підприємств у реалізації франчайзингової моделі для забезпечення передусім їх ефективності, реалізації ефективних стратегій управління виходом на зарубіжні ринки. Рекомендації розвитку міжнародного франчайзингу визначені на основі порівняльного дослідження розвитку франчайзингу країн-лідерів, проведеного аналізу відомих світових рейтингів і направлені на створення передумов розвитку франчайзингу в Україні.

Ключові слова: франчайзинг; франчайзер і франчайзі; франшиза; роялті; іноземний франчайзинг; міжнародний франчайзинг; ефективність франчайзингу; конкуренція; структура ринку; міжнародний бізнес

О.Н. СИНІГОВЕЦЬ, А.С. КОНШИНА

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

В статье исследованы вопросы развития и роли франчайзинга в обеспечении социально-экономического развития стран, международных экономических отношений. Рассмотрены сущность франчайзинга и его современное развитие. Подано понятие франчайзинга и франчайзинговой сети, ее значения в современных формах ведения международного бизнеса, проведена классификация франчайзинга по основным признакам. Проанализированы имеющиеся возможности развития франчайзинга в Украине по сравнению со странами-лидерами и наиболее эффективной реализации его потенциала социально-экономического развития. Определено значение международного франчайзинга как эффективной модели ведения бизнеса, установлены требования относительно условий его развития, с точки зрения различных международных рейтингов делается анализ возможностей его развития в Украине. Вывялена необходимость, представлены основные приоритетные направления создания условий для реализации международного франчайзинга. Систематизированы этапы франчайзинга, выявлены существующие препятствия по обеспечению его реализации, даны рекомендации по улучшению с точки зрения обеспечения конкурентоспособности отечественных субъектов международного бизнеса в осуществлении франчайзинговой стратегии выхода на зарубежные рынки. Эффективность управления современным международным бизнесом определяется возможностями реализации выхода на зарубежные рынки, наличием различных источников доходов, возможностями реализации различных направлений ведения международного бизнеса, что находит отражение в росте бизнеса. Доказано, что важным признаком в реализации франчайзинга как эффективной модели ведения современного международного бизнеса является имеющийся потенциал и соответствие условий развития предпринимательских структур, предшествующих выбору и убежденности к его воплощению. Это проведенное исследование позволит оценить тенденции и общие потребности предприятий в реализации франчайзинговой модели для обеспечения прежде всего их эффективности, реализации эффективных стратегий управления выходом на зарубежные рынки. Рекомендации развития международного франчайзинга определены на основе сравнительного исследования развития франчайзинга стран-лидеров, проведенного анализа известных мировых рейтингов и направлены на создание предпосылок развития франчайзинга в Украине.

Ключевые слова: франчайзинг; франчайзер и франчайзи; франшиза; роялти; иностранный франчайзинг; международный франчайзинг; эффективность франчайзинга; конкуренция; структура рынка; международный бизнес

O. SUNIGOVETS, H. KONSHYNA

FRANCHISING AS AN EFFECTIVE MODEL OF DOING INTERNATIONAL BUSINESS AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article examined the development and role of franchising in ensuring the socio-economic development of countries and international economic relations. The essence of franchising and its modern development is considered. The concept of franchising and franchising network, its importance in modern forms of international business are given and the classification of franchising to the main features is carried out. The existing opportunities for the development of franchising in Ukraine in comparison with the leading countries and the most effective realization of its potential for socio-economic development are analyzed. The importance of international franchising as an effective model of doing business is determined, the requirements for the conditions of its development are established, the analysis of the possibilities of its development in Ukraine from the point of view of various international ratings is carried out. The necessity is revealed and the main priority directions of creation the conditions for realization of the international franchising are given. The stages of franchising are systematized, the existing obstacles to ensuring its implementation and recommendations for improvement from the point of view of ensuring the competitiveness of domestic subjects of international business in the implementation of the franchise strategy to enter foreign markets are identified. The effectiveness of management of modern international business is determined by the possibility of realizing to access the foreign markets, the availability of different sources of income and the ability to implement different areas of international business, which is reflected in the growth of business. It is proved that an important feature in the implementation of franchising as an effective model of modern international business is the available potential and compliance of the conditions of development of business structures, which are precedes of the choice and belief of its implementation. This study will make possible the assessing of trends and general needs of enterprises in the

implementation of the franchise model in order to ensure, above all, their effectiveness, implementation of effective strategies of managing of the entry into foreign markets. Recommendations for international franchising development are determined on the basis comparative study of the development of franchising in the leading countries, an analysis of well-known world's ratings and they are aimed of creating the prerequisites of developing franchising in Ukraine.

Keywords: franchising; franchisor and franchisee; franchise; royalty; foreign franchising; international franchising; franchising efficiency; competition; market structure; international business

Вступ. З усіх видів договірних відносин, заснованих на передачі комплексу виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності, вважаю за необхідне відокремити договір франчайзингу як найбільш перспективний та ефективний засіб ведення бізнесу. Привабливість франчайзингу полягає в наявності незаперечних переваг для обох учасників франчайзингових відносин. Для малих підприємств і індивідуальних підприємців він надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити й усталити свої позиції на ринку та покращити імідж компанії. Франчайзинг можна розглядати як певний підхід до управління інтелектуальним капіталом, його ефективність обумовлюється не тільки економічною та організаційно-правовою складовими, але й соціально-психологічними відносинами між його суб'єктами. Саме цим можна пояснити настільки широке поширення франчайзингу у Європі, Америці, а зокрема і в Україні.

Успіх інноваційної складової вітчизняної економіки багато в чому залежить від стану та розвитку малого підприємництва, що, безсумнівно, є джерелом інновацій, а також каналом трансферу знань і технологій. Джерелами фінансування інноваційної діяльності підприємств можуть бути власні та залучені ресурси, позикові кошти. Однак в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи на багатьох підприємствах не вистачає фінансування навіть на підтримку наявних обсягів випуску продукції. У даному контексті особливу актуальність здобувають нетрадиційні методи фінансування інноваційної діяльності, до числа яких належить франчайзинг.

Як засвідчує іноземний досвід економічному розвитку суттєво сприяє малий бізнес. Перенасичення ринку франчайзингових організацій обумовлює їх вихід на зарубіжні ринки, здійснювати пошук його нових нетрадиційних сфер діяльності, форм і видів реалізації. Український ринок має великий потенціал для розвитку, з поміж ста найбільш популярних франчайзингових компаній світу в Україні представлені такі, як McDonalds, KFC, Hertz, Groupe Auchan, Domino's Pizza.

Аналіз стану питання. На сучасному етапі розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України з іншими країнами особливе місце посідає пошук систем економічних відношень з метою реалізації нових ефективних зв'язків інтеграції у світову економіку. Одним із різновидів такого впровадження є розвиток франчайзингової форми взаємовигідних відносин. Однак, перед тим як стати суб'єктом франчайзингових відносин, необхідно поставити на терези позитивні та негативні сторони франчайзингу. Не можна стверджувати, що законодавство України чітко регулює відносини франчайзингу [1]. Дослідження франчайзингу з точки зору існуючих завдань забезпечення сталого соціально-економічного розвитку і реалізації

інноваційного потенціалу ще потребують додаткових досліджень.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження франчайзингового ринку і розвитку франчайзингу в Україні в контексті світових тенденцій визнання франчайзингу як ефективної моделі ведення бізнесу. Головною метою цієї статті є дослідження стану франчайзингового ринку України виходячи з сучасних тенденцій розвитку світового і виявлення нагальних проблем, які є перешкодою для франчайзингового виходу на зарубіжні ринки, створення необхідних умов реалізації переваг франчайзингу як найбільш ефективного ведення міжнародного бізнесу. Таким чином, за мету ставиться визначення можливостей реалізації міжнародного франчайзингу в Україні і їх втілення у вирішенні нагальних завдань формування ефективних моделей ведення міжнародного бізнесу і реалізації сучасних способів виходу на зарубіжні ринки. Вирішення поставлених завдань потребує глибокого осмислення розвитку франчайзингу і його сучасних характеристик у світових умовах, в сутності особливостей міжнародного франчайзингу.

Виходячи з цього визначається необхідність узагальнення розвитку франчайзингу, визначення його сучасних видів і особливостей, ролі і місця міжнародного франчайзингу; систематизації основних проблем, які гальмують впровадження міжнародного франчайзингового бізнесу в Україні і розробки рекомендацій щодо його реалізації. Завданнями виявлення можливостей його реалізації в Україні виходячи з досвіду розвинутих країн, визначаються розгляд необхідних якісних системних перетворень в комплексі ведення сучасного бізнесу, які у підсумку дадуть змогу Україні досягти нового рівня розвитку бізнесу, визначать можливості найкращого здійснення франчайзингу як ефективної моделі сучасного бізнесу і таким чином забезпечать реалізацію нагальних завдань соціально-економічного розвитку країни.

Аналіз основних досягнень і літератури. Вивчення питань франчайзингових відносин займалось чимало зарубіжних, а також вітчизняних вчених. Серед них можна виділити таких: Т. Мирончук [2], З. Варналії [3,4], А. Виноградська [5], О.П. Корольчук [6] та С. Спінеллі, Д. Стенворт і Б. Сміт, А. Цират відповідно. У своїх працях вони розкривають зміст поняття «франчайзинг», його значення на міжнародному рівні, особливості формування та здійснення франчайзингових операцій тощо. На сучасному етапі дослідження форми прояву економічних відносин цінними досягненнями є:

- чітке визначення поняття «франчайзинг»;
- різноманіття видів франчайзингу;
- аналіз динаміки франчайзингових відносин в Україні;
- визначення стадії розвитку франчайзингу на міжнародному рівні. Проте, слід наголосити, що інформації щодо розвитку франчайзингу в Україні в

умовах сьогодення бракує. Вирішення даної проблеми дасть змогу виявити основні перспективи розвитку франчайзингу.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Франчайзинг – один з найпоширеніших інструментів розвитку бізнесу у всьому світі. У багатьох країнах, у яких франчайзинг уже отримав масове розповсюдження, його розглядають як нову, прогресивну систему організації ділових відносин, що відповідає потребам сучасного ринку. Науковою основою сучасного розвитку предмета дослідження розглядаються аспекти стратегічного менеджменту, маркетингу та пов'язується з формуванням франчайзингових мереж. Відповідно до Термінологічного словника Асоціації франчайзингу України, франчайзингова мережа визначається як «мережа точок, які використовують одну франшизу, й складається як мінімум із двох суб'єктів – франчайзера та франчайзі, які перебувають на різних рівнях правовідносин»[7].

Залежно від сутності відносин, що виникають у франчайзингу, виділяють такі основні його види: товарний, виробничий та франчайзинг бізнес-формату. Товарний франчайзинг полягає у передачі франчайзером виняткового права на реалізацію продукції, що випускається.

Виробничий франчайзинг полягає у передачі технологій і права виробництва продукції відомої торговельної марки. Прикладом використання виробничого франчайзингу є компанія Coca-Cola, яка продає в різних країнах різним підприємствам право виготовляти її продукції за її технологіями.

Найбільш перспективним на сьогоднішній день видом франчайзингу є франчайзинг бізнес-формату. Франчайзинг бізнес-формату є такою організацією бізнесу, при якій франчайзі набуває права відкрити власне підприємство аналогічного профілю під торговельним знаком (знаком обслуговування) продавця франшизи і бере на себе зобов'язання повністю скопіювати формат бізнесу франчайзера. Бізнес франчайзинг неодмінно включає всі можливі аспекти співпраці між франчайзером і франчайзі. Переважно франчайзер спочатку створює власне підприємство і, коли воно стає успішним, продає право відкрити таке ж. Проте існують франчайзери, які не мають жодного власного підприємства. Часто буває так, що після розвитку мережі франчайзер продає свої точки і займається лише франчайзингом, не відволікаючись на управління власними закладами. Проте відсутність у франчайзера жодного власного підприємства має суттєві недоліки, а саме:

- відсутність «базису» для проведення навчання персоналу нових підприємств, розвитку нових технологій;

- франчайзер позбавляється можливості демонструвати приклад підприємства, яке він пропонує відкрити потенційному франчайзі. Франчайзеру складніше описувати фінансові переваги його моделі бізнесу. Окрім того, франчайзер не може продемонструвати зразок «правильного» підприємства, а лише його виконання одним з франчайзі;

- володіючи власним підприємством франчайзер може спостерігати за його діяльністю та розвивати і вдосконалювати бізнес-модель. Існує кілька класифікацій видів франчайзингу, які відрізняються один від одного в залежності від того, який саме ключовий фактор використовується в якості основи для виділення різних його видів (див. рис.1).

У країнах з розвинутою економікою постійно збільшується продаж товарів та послуг на умовах франчайзингу. За даними експертів Всесвітньої організації інтелектуальної власності в США товарообіг на умовах франчайзингу складає більше третини всієї роздрібної торгівлі. В Австралії більше 90% загальної торгівлі на підприємствах швидкого обслуговування здійснюється на умовах франчайзингу. Кожні вісім хвилин в світі з'являється один франчайзі, тому що ефективність таких компаній у півтора – два рази більша за звичайних. Існують офіційні дані, за якими франшиза використовується більше ніж у 80 країнах [9, с. 49-62].

Франчайзинг є одним з найбільш перспективних видів бізнесу в Україні, але темпи його розвитку нижчі ніж у країн Європи і США. Стримуючими факторами розвитку є недосконала законодавча база, несумлінне ставлення підприємців до виконання, дотримання умов договорів, об'єктів чужої інтелектуальної власності, низький рівень кредитування, невідповідність міжнародним стандартам, відсутність практики, низька проінформованість, необізнаність з принципами і особливостями ведення бізнесу, висока вартість франшизи, складні умови і адміністративні бар'єри організації і ведення бізнесу

Найбільш прибутковими є компанії, що впроваджують на український ринок іноземні франшизи, але ж особливістю українського ринку франчайзингу є пререважання мережі вітчизняного походження. Присутні на ринку також іноземні франчайзери, діяльність яких сприяє постачанню на ринок нових товарів і послуг, дозволяє перейняти успішний досвід, важливий також для розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу.

Франчайзинг став невід'ємною частиною проведення міжнародних операцій, 40 % займають саме франчайзингові договори. Освоєння зарубіжних ринків вимагає знання договірних правил законодавства зарубіжних країн, відповідність продукції технічним вимогам регуляторів [10]. У порівнянні з досвідом інших держав, в Україні цей спосіб ведення бізнесу тільки починає поширюватися. Так, перші франчайзингові мережі в Україні створювали саме зарубіжні підприємства. Так, в 1993 році почала працювати перша франчайзингова точка міжнародної інформаційної системи "Компас" (Нідерланди), дещо пізніше на ринку з'явився McDonald's. Українські підприємства перші франчайзингові точки почали відкривати з 1993 року (піцерія "Pizza Celentano" від української компанії "Системи швидкого харчування").

Франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Привабливість франчайзингу пояснюється його широким розвитком у світовій економіці, комплексним характером відносин, достатньо високим рівнем їхньої прозорості, а також перевагами взаємовигідних системних зв'язків, що, у

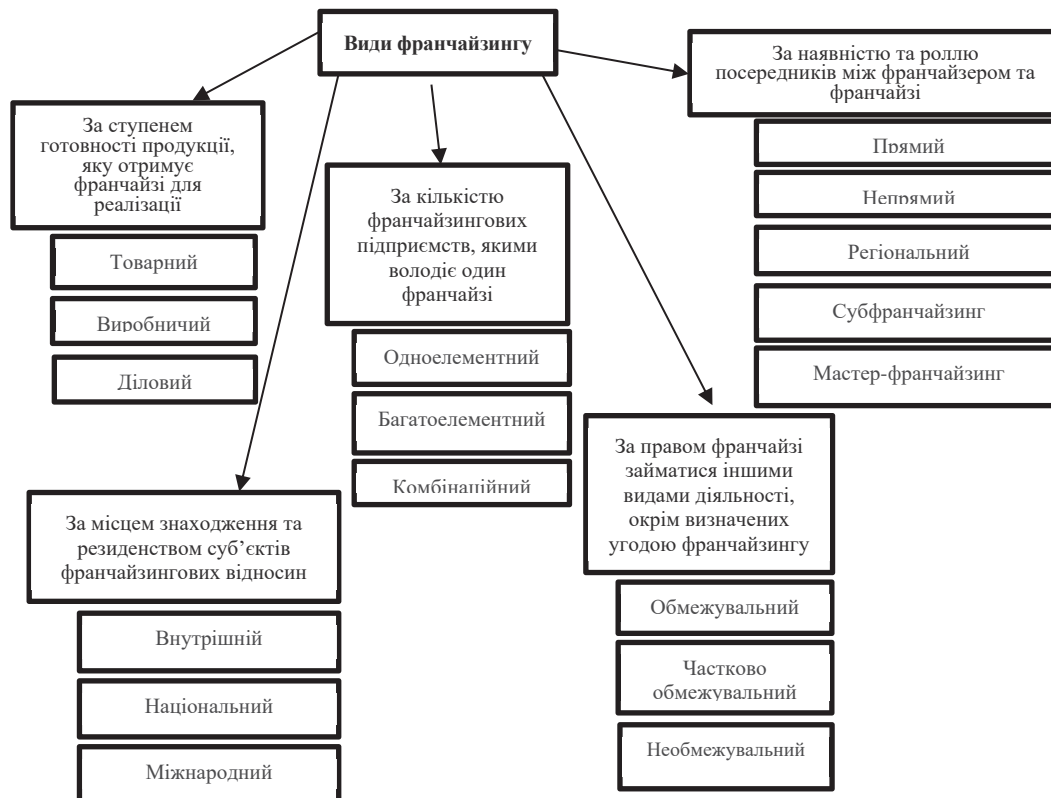


Рис. 1 - Класифікація видів франчайзингу
Джерело: складено авторами на основі джерела [8]

свою чергу, дозволяє сформувати однорідну мережу з ефективним розподілом капіталовкладень, створити широку систему збуту товарів та послуг, посилити конкурентні переваги учасників мережі по відношенню до інших учасників аналогічного ринку, забезпечити можливість більш швидкого виходу на ринок з мінімальним ризиком нових учасників системи.

Підприємництво, засноване по формату франчайзингу, є високоефективною формою організації комерційної діяльності, що має високий рівень прибутковості і досить низький рівень ризику. Ефект франчайзингу складається з об'єктивних переваг оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу, збільшення масштабів діяльності, зниження питомих витрат і інтенсифікації усього технологічного процесу [11]. У зв'язку з активним поширенням франчайзингу на міжнародному рівні американський журнал Entrepreneur щорічно випускає рейтинг франшиз на основі 150 критеріїв. До них відносять: досвід роботи по моделі франчайзингу, рівень маркетингової та іншої підтримки франчайзі, час, затрачений на навчання франчайзі і персоналу, робота головної компанії з соцмережами, фінансова звітність і операційні показники, темпи росту власної і франчайзингової мережі, а також вартість франшизи, розмір інвестицій і час, що необхідний для відкриття точок. Трійку лідерів серед 500 франшиз станом на поточний рік складають: 1 місце – Dunkin' Donuts (має 13 тисяч точок у 38 країнах), 2 місце – ресторани Тасо Bell, 3

місце займає McDonald's, який у попередні роки займав лідерську позицію.

Показниками, що визначають рейтинг The Top 100 Global Franchises, є дохід мережі компаній, стабільність і зростання, кількість років діяльності на ринку, кількість відкритих точок, темпи розширення ринку, передовий досвід у галузі підтримки і навчання франчайзі, екологічна політика, соціальна відповідальність.

29 грудня 2001 року створено Українську асоціацію роботодавців у галузі франчайзингу. Основне завдання асоціації – представляти інтереси підприємців та їх операторів, що використовують франчайзингові договори на представницькому рівні, надавати допомогу при організації і просуванні на ринку. Асоціація також встановлює зв'язки з іноземними та міжнародними франчайзинговими асоціаціями, вивчає досвід та законодавство країн у сфері франчайзингу [12].

У 2007 році утворилась успішна компанія Franchise Group, унаслідок чого своєю діяльністю і заявленими високими стандартами роботи зіграла провідну роль у формуванні галузі. Станом на березень 2015 року компанія запустила масштабний освітній проект "Перша школа франчайзингу", аналогів якому немає ні в Україні, ні в Східній Європі. Даний проект розроблений для тих, хто хоче масштабувати свій бізнес (управлінців, інвесторів, власників бізнесу) і ставить за мету створити культуру ведення бізнесу по моделі франчайзингу. На даний час в Україні сфера франчайзингу з успіхом поступово розширюється,

кількість підприємств збільшується, але поряд з цими фактами слід відмітити декілька чинників, які впливають негативно та стримують розвиток франчайзингу, серед яких слід виділити: складність пошуку стартових капіталів та кредитів для франчайзі; недостатня компетентність у виконанні договірних зобов'язань; погано розвинута банківська система; нестабільний рівень економічної ситуації в країні.

Найбільш стримуючим чинником розвитку франчайзингу в Україні є низький рівень банківського кредитування. В економічно розвинених країнах більшість фінансових установ має відділи, які займаються фінансуванням такої моделі підприємництва, адже вона вважається найбільш удалою моделлю стартап-бізнесу. За даними Міжнародної асоціації франчайзингу (IFA), середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для звичайних незалежних підприємств становить близько 300%, а для підприємств, що працюють на умовах франчайзингу, – більше 600%. Окрім того, кількість банкрутів серед франчайзингових підприємств становить менше 10% протягом перших трьох років роботи, тоді як серед незалежних підприємств – близько 90%. У цілому на ринку банківських послуг України практично відсутні програми фінансування франчайзингу.

Сьогодні в Україні франчайзинг є наймасовішим видом комерціалізації інтелектуальної власності. На його основі виникли нові види договірних відносин, а саме ліцензійний договір, договір франчайзингу, договір концесії [5, с. 171]. Проте основною проблемою українського законодавства залишається недосконалий правовий механізм формування та здійснення франчайзингових відносин. Ще з 2001 року існує лише проект Закону України «Про франчайзинг», який редагувався у 2017 році, але не був реалізований.

Деякі істотні положення з точки зору законодавства України франчайзингових відносин або не розкриті, або взагалі відсутні. Наприклад, жодне з положень розділу Цивільного Кодексу України про комерційну концесію не регламентує найбільш "критичний" етап відносин майбутніх сторін – переддоговірний етап, у тому числі вимоги щодо розкриття інформації про запропоновані франчайзером до продажу комплексу виключних прав. Фактично користувач має купувати нечіткі обіцянки правовласників. Відсутність таких норм є важливою передумовою для розквіту шахрайства й обману з боку помилкових правовласників.

Незважаючи на стримуючі фактори франчайзингу, можна спостерігати явище збільшення кількості підприємств-франчайзерів протягом 10-ти років (2009-2019 рр.) [13]. Динаміка кількості франчайзингів України представлена на рис. 2.

Аналіз діаграми на рис. 2 показує, кількість договорів франчайзингу поступово збільшується, незважаючи на стримуючі фактори, у 2019 році він охоплює 504 франчайзерів. Станом на 2009, 2014-2017рр. кількість підприємств зменшилася, це пояснюється подіями, що відбулись відповідно у кризові роки.

Сьогодні в Україні близько 25% бізнесу працює за франчайзингом, для порівняння в Європі – 67%, у США – 80%. Найпоширеніший запит у цьому році на

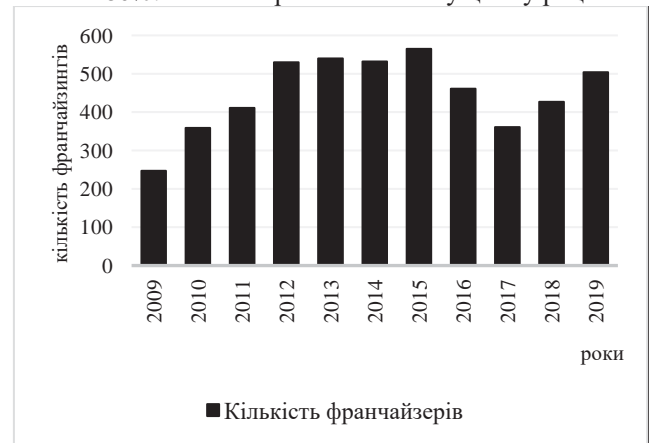


Рис. 2 - Динаміка кількості франчайзингів України
Джерело: складено авторами на основі джерела [8]

франшизи в Україні – від 6 до 10 тис. дол. За даними експертів Федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України, в Україні спостерігається висока перспективність галузевого розвитку за системою франчайзингу: 27 галузей мають своїх інвесторів, але не мають достатньої кількості франчайзерів. У структурі українського ринку франчайзингу громадське харчування займає 30%, роздрібна торгівля – 35%, сегмент послуг – 22% та 13% – інші галузі (див. рис. 3).



Рис. 3 - Структура українського ринку франчайзингу за сферами економіки, %

Джерело: складено авторами на основі джерела [7]

У 2016 р. кількість франшиз сягнула понад 600, з яких близько 100 відповідають міжнародним стандартам. Ринок українських франшиз представлений такими відомими брендами, як «Піца Челентано», «Франс.уа», «Львівські круасани», «Перша пекарня», «Наша Ряба», «Наш Край» тощо. Всього в Україні, за даними компанії «Франч», станом на 2018 рік зафіксовано 1186 франчайзингових пропозицій. Найбільша кількість франшиз – у сегменті роздрібно торгівлі (423 франшизи), на другому місці – громадське харчування (210) та послуги для бізнесу (151), непогані показники також у сфері краси і здоров'я (75) і дитячих брендів (71 франшиза) [13].

Частка українських франшиз за останні 3 роки продовжує стабільно збільшуватися, а саме з 268 одиниць до 390 відповідно, що свідчить про розвиток саме українського франчайзингу (див. рис. 4).

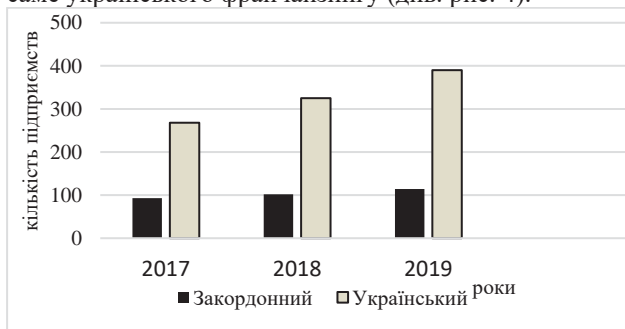


Рис. 4 - Порівняння динаміки кількості підприємств закордонного та українського франчайзингу
Джерело: складено авторами на основі джерела [9]

Серед європейських франчайзингових мереж, представлених на українському ринку, найбільша частка належить німецьким, польським та португальським торговим маркам [14].

Бізнес постійно розвивається і на певному етапі логічним стає міжнародний франчайзинг [15]. Франчайзинг є каналом розширення зарубіжних зав'язків, визнається також як єдиний спосіб виходу на зарубіжні ринки. Вихід на зарубіжні ринки формує більші можливості прибутків, створює світове ім'я. Різні ринки є сприйнятими для різних сфер діяльності. Є універсальні бізнес-ідеї у більшості країн. Вибір правильної франшизної ніші є важливим для успішного виходу на ринок. Розвиток глобальних франшиз визначив свої країни-лідери в експорті готових рішень для бізнесу. Розвиток ринку у міжнародному масштабі пов'язують з зростанням середнього класу. Вимоги забезпечення ефективності діяльності за кордоном мажуть визначити зміну концепції або стратегії бізнесу для іноземного ринку. Успіх визнаватиме також франчайзинговий договір, навчання і платежі. Кожний новий контракт з іноземними франчайзі потребує адаптації франшизи. Робота на зарубіжних ринках передбачає відповідність продукції і послуг локальним нормам регулювання. Торговий знак і інші атрибути франчайзингової мережі необхідно реєструвати на міжнародному рівні. Вихід франшизи на міжнародний рівень може супроводжувати спеціалізована фірма. Проходження добровільної сертифікації дозволяє захистити інтелектуальну власність, надає додаткову конкурентну перевагу, з тим щоб зробити продукт інтернаціональним, легко масштабуємим і в інших країнах.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує, що система франчайзингу є однією з найефективніших моделей бізнесу, він показує свою ефективність у багатьох країнах світу, висока адаптивність концепції франчайзингу і соціальна спрямованість визначає низку його переваг перед іншими бізнес-моделями, також він має потенціал розвитку і продовжує знаходити своє застосування у різних сферах бізнесу, отримує позитивні прогнози експертів щодо подальшого його розвитку в майбутньому. Забезпечення соціально-економічного ефекту у розвитку країни через поширення франчайзингу

як ефективної бізнес-моделі має для України пріоритетне значення.

Таким чином, провівши аналіз стану та перспектив розвитку франчайзингових відносин в Україні, можемо сказати, що зараз наша держава має досить широкі можливості для створення й розширення франчайзингового бізнесу. Серед них, слід назвати такі:

1) Достатня кількість підприємств, котрі готові купувати право на продаж продукту (послуг) організації бізнесу. Вони мають для цього капітал, володіють власними (орендованими) торговельними площами.

2) Створення установ, що сприяють діяльності франчайзерів, зокрема бірж, банків, інвестиційних фондів.

3) Досить велика кількість споживачів, які зацікавлені у придбанні як вітчизняних, так і зарубіжних товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена часом і досвідом.

4) Найперспективнішими напрямками франчайзингу в Україні, крім послуг, торгівлі та громадського харчування, мають стати будівництво, готельний бізнес, автосервіс. Значний потенціал закладено у сфері відпочинку, культури, охорони здоров'я, рекреаційних послуг тощо.

Законодавче і нормативно-правове забезпечення франчайзингової діяльності в Україні є ще недосконалим. Нині у цій сфері суттєвих змін не відбулося, за винятком того, що уже чимало представників органів державного управління розуміють термін «франчайзинг» та з цікавістю розглядають можливості для розвитку галузей економіки за даною моделлю. У свою чергу, це вимагає розробки і ухвалення спеціальних документів (з урахуванням світового досвіду), які б унормували взаємодію суб'єктів франчайзингових відносин. Особливої уваги потребує сфера державної інвестиційної політики та державного регулювання її реалізацією через те, що франчайзингова діяльність впливає на інвестиційну безпеку держави.

Світовим трендом у розвитку франчайзингових мереж є все більше їх розгалуження та зростання економічної ваги. Зусилля держави сьогодні мають спрямовуватися на усунення перешкод, що існують на шляху формування та ефективного функціонування франчайзингових мереж, насамперед у законодавчій та фінансовій сферах. Зарубіжна практика показує, що франчайзинговий спосіб організації та розвитку міжнародного бізнесу активно використовується в багатьох країнах світу. Це пов'язано з тим, що франчайзинг істотно скорочує ризики, пов'язані зі створенням нової справи. Франчайзер (продавець франшизи) не вкладає в розвиток мережі власні кошти, при цьому має можливість отримувати від її роботи дохід, у свою чергу, франчайзі (покупець франшизи) використовує досвід і підтримку свого партнера, купивши продуману і перевірену схему бізнесу.

Динамічному розвитку франчайзингу і позитивному впливу його на економіку сприятимуть: стимулюючі заходи розвитку міжнародного франчайзингу, впровадження передової правової бази з регулювання франчайзингової діяльності, розвиток франчайзингу в межах урядових і регіональних програм підтримки бізнесу, створення і розвиток мережі

консультаційних центрів з франчайзингу, проведення виставок семінарів, конференцій з питань франчайзингу.

Список літератури

1. Зимина Л. Ю. *Организация бизнеса на основе франчайзинга: [учебное пособие]*. У.: УлГУ, 2009. 67 с.
2. Кузьмін О.С., Мирончук Т.В., Салата І.З., Марчук Л.В. *Франчайзинг: [навчальний посібник]*. К.: Знання, 2011. 267 с.
3. Варналій З.С. *Основи підприємницької діяльності* / З.С. Варналій, В.О. Сизоненко. К.: Знання України, 2004. 404с.
4. Варналій З.С. *Конкуренція і підприємництво: [монографія]* / З.С. Варналій. К.: Знання України, 2015. 463 с.
5. Виноградська А. *Франчайзинг. Основи підприємницької діяльності*. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 601 с.
6. Корольчук О.П. Умови розвитку франчайзингу в Україні / О.П. Корольчук. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип.3 (39). С. 15–20.
7. Тошина Н.М. *Новітній маркетинговий напрямок в бізнесі: франчайзинг та його особливості* / Н.М. Тошина. [Електронний ресурс] URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2009_2/2009/02/090230.pdf
8. *Франчайзинг в Україні. Асоціація франчайзингу в Україні*. [Електронний ресурс] URL: <http://www.franchising.org.ua/>
9. Говорущко Т.А., Тимченко О.І. *Малий бізнес*. К.: Центр учбової літератури, 2006. 200 с.
10. Синіговець О.М. Інноваційні стратегії міжнародного бізнесу в умовах інтеграції та глобалізації економіки. *Перспективи міжнародних економічних відносин України на шляху євроінтеграції: [кол. монографія]* / За ред. І. М. Посохова, П. Г. Перерви, О. Д. Матросова, В. Г. Дюжева, В. О. Матросової. Харків : НТУ «ХПІ», 2016. С. 109-130.
11. Синіговець О.М. Організаційна культура інноваційних підприємств / О.М. Синіговець. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*: зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. № 37 (1313). С. 57-61.
12. Кузьмін С.О. *Франчайзинг: [навчальний посібник]* / С.О. Кузьмін, Т.В. Мирончук, І.З. Салата, Л.В. Марчук. К.: Знання, 2001. 267 с.
13. Перелік популярних франшиз в Україні та їх характеристика. Аналітичний звіт про ринок франчайзингу 2018–2019. *Офіційний сайт компанії "Franchise Group". Каталог франшиз*. [Електронний ресурс] URL: <https://franchisegroup.com.ua>
14. Галушка С.О. *Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні*. [Електронний ресурс] URL: http://chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf
15. Sunigovets O., The competitiveness of innovation systems. *Proceedings of the 3rd International scientific congress of scientists of Europe*. Premier Publishing s.r.o. Vienna, 2019. Pp. 653 – 661.

References (transliterated)

1. Zimina L.Yu. *Organizatsiya biznesa na osnove franchayzinga* [Business organization based on franchising]: [uchebnoe posobie]. U.: UIGU, 2009. 67 p.
2. Kuz'min O.Ye., Myronchuk T.V., Salata I.Z., Marchuk L.V. *Franchayzinh: [navchal'nyy posibnyk]*. [Franchising: [tutorial]]. Kiev: Znannya, 2011. 267 p.
3. Varnaliy Z.S. *Osnovy pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti* [Fundamentals of entrepreneurial activity] / Z.S. Varnaliy, V.O. Syzonenko. Kiev.: Znannya Ukrainy, 2004. 404 p.
4. Varnaliy Z.S. *Konkurentsya i pidpryyemnyts'tvo: [monografiya]* [Competition and entrepreneurship: [monograph]] / Z.S. Varnaliy. Kiev: Znannya Ukrainy, 2015. 463 p.
5. Vynohrads'ka A. *Franchayzinh. Osnovy pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti* [Franchising. Fundamentals of entrepreneurial activity] / Kiev: Tsentr navchal'noyi literatury, 2004. 601 p.
6. Korol'chuk O.P. *Umovy rozvytku franchayzynyh v Ukraini* [Conditions for the development of franchising in Ukraine] / O.P. Korolchuk. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*. [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences]. 2010. Vyp.3(39). pp. 15-20.
7. Toshiyna N.M. *Novitniy marketynhovyy napryamak v biznesi: franchayzinh ta yoho osoblyvosti* [The latest marketing direction in business: franchising and its features] / N.M. Toshiyna. Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2009_2/2009/02/090230.pdf
8. *Franchayzinh v Ukraini. Asotsiatsiya franchayzynyh v Ukraini* [Franchising in Ukraine, Franchising Association in Ukraine]. Available at: <http://www.franchising.org.ua/>
9. Hovorushko T.A., Tymchenko O.I. *Malyy biznes* [Small business]. Kiev: Tsentr uchbovoyi literatury, 2006. 200 p.
10. Synihovets' O.M. *Innovatsiyni stratehiyi mizhnarodnoho biznesu v umovakh intehtatsiyi ta hlobalizatsiyi ekonomiky* [Innovative strategies of international business in the conditions of integration and globalization of the economy]. *Perspektyvy mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn Ukrainy na shlyakhu yevrointehtatsiyi: [kol. monografiya]* [Prospects of international economic relations of Ukraine on the way of European integration. [Coll. Monograph]] / Za red. I.M. Posokhova, P.H. Perervy, O.D. Matrosova, V.H. Dyuzheva, V.O. Matrosovoyi. Kharkiv: NTU "KhPI", 2016. pp.109–130.
11. Synihovets' O.M. *Orhanizatsiynna kul'tura innovatsiynnykh pidpryyemstv* [Organizational culture of an innovative enterprise] / O.M. Synihovets'. *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskiy polityekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): a collection of scientific papers] Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. no 37 (1313). pp. 57-61.
12. Kuz'min Ye.O. *Franchayzinh: [navchal'nyy posibnyk]* [Franchising: [tutorial]] / Ye.O. Kuz'min, T.V. Myronchuk, I.Z. Salata, L.V. Marchuk. Kiev: Znannya, 2001. 267 p.
13. *Perelik popularnykh franshyz v Ukraini ta yikh kharakterystyka. Analitichnyy zvit pro rynek franchayzynyh 2018–2019* [List of popular franchises in Ukraine and their characteristics. Analytical report on the franchising market 2018-2019]. *Ofitsiynnyy sayt kompaniyi «Franchise Group»*. *Kataloh franshyz*. [Official site of company «Franchise Group». Franchise catalog]. Available at: <https://franchisegroup.com.ua>
14. Halushka Ye.O. *Osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku franchayzynyh v Ukraini* [Features and prospects of franchising development in Ukraine]. Available at: http://chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf
15. Sunigovets O., The competitiveness of innovation systems. *Proceedings of the 3rd International scientific congress of scientists of Europe*. Premier Publishing s.r.o. Vienna, 2019. pp. 653 – 661.

Надійшло (received) 09.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Синіговець Ольга Миколаївна (Синиговец Ольга Николаевна, Sunigovets Olga) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1623-5798>; e-mail: oms.ukr.kpi@gmail.com

Коншина Ганна Сергіївна (Коншина Анна Сергеевна, Konshyna Hanna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; e-mail: annanana24@gmail.com.

N. Yu. IERSHOVA, O. I. LINNIK

INFORMATION AND ACCOUNTING SUPPORT FOR INVESTMENT ANALYSIS OF BUSINESS FOR MANAGEMENT DECISION MAKING IN INDUSTRY 4.0

Directions for the development of information and accounting support for investment analysis of business structures for making management decisions in Industry 4.0 are proposed. The key areas of changes in accounting in Industry 4.0 are defined as follows: expanding the display of the scope of the enterprise in the accounting; formation of approaches to the integration of accounting information for reporting; improving the efficiency of accounting, etc. The opportunities provided by the information and accounting platform for the development of the company's investment activities have been analyzed. Conceptual provisions of management accounting for investment analysis in the context of domestic practice are proposed. A model of information flows generated by an investment project during the entire period of time from the inception of an investment idea and the selection of investment proposals to the moment of evaluating the results of the project has been built. Approaches to the formation and disclosure of accounting information on the implementation of investment projects by companies, as well as methodological approaches to the analytical support of the management decision-making process, have been improved. The elements of the accounting policy for management accounting for the investment process have been clarified. As objects of accounting for investment activities, the actual costs of creating investment activities by their types (material and labor costs, depreciation deductions of fixed assets and intangible assets) and the movement of cash and non-cash funds as expenses in the areas of their expenditure are proposed. A methodological approach to the calculation of cash flows and disclosure of elements of accounting policies for management accounting is proposed. The study emphasizes the need to use special software products that automate the processes of accounting for economic activities and tools for studying the accumulated data from the perspectives that are most relevant for the enterprise.

Keywords: innovative activity; investment analysis; Accounting; management decision; computer information systems; business management; information

Н. Ю. ЄРШОВА, О. І. ЛИННИК

ІНФОРМАЦІЙНО-ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ БІЗНЕС-СТРУКТУР ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ІНДУСТРІЇ 4.0

Запропоновані напрями розвитку інформаційно-облікового забезпечення інвестиційного аналізу бізнес-структур при прийнятті управлінських рішень в Індустрії 4.0. Визначені ключові напрямки змін в бухгалтерському обліку в Індустрії 4.0, які визначаються розширенням відображення області діяльності підприємства в обліку; формуванням підходів до інтегрування облікової інформації для складання звітності; підвищенням оперативності обліку і ін. Окреслено можливості, які надає інформаційно-облікова платформа для розвитку інвестиційної діяльності компанії. Запропоновані концептуальні положення управлінського обліку для інвестиційного аналізу в умовах вітчизняної практики. Побудована модель інформаційних потоків, що генеруються інвестиційним проектом, протягом усього періоду часу від моменту зародження інвестиційної ідеї та відбору інвестиційних пропозицій до моменту оцінки результатів реалізації проекту. Удосконалені підходи до формування та розкриття облікової інформації про реалізацію інвестиційних проектів компаніями, а також розвинені методичні підходи до аналітичного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень. Уточнено елементи облікової політики з управлінського обліку для процесу інвестиційної діяльності. В якості об'єктів обліку інвестиційної діяльності пропонуються фактичні витрати на створення об'єктів інвестиційної діяльності за їх видами (матеріальні і трудові витрати, амортизаційні відрахування основних засобів і нематеріальних активів) і рух готівкових та безготівкових грошових коштів як видатків за напрямками їх витрачання. Запропонований методичний підхід до розрахунку грошових потоків і розкриття елементів облікової політики для управлінського обліку. Наголошується на необхідності використання спеціальних програмних продуктів, що автоматизують процеси обліку господарської діяльності і засобів вивчення накопичених даних в ракурсах, найбільш актуальних для підприємства.

Ключові слова: інноваційна активність; інвестиційний аналіз; бухгалтерський облік; управлінське рішення; комп'ютерні інформаційні системи; управління бізнесом; інформація

Н. Ю. ЕРШОВА, Е. И. ЛИННИК

ИНФОРМАЦИОННО-УЧЕТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА БИЗНЕС-СТРУКТУР ПРИ ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ИНДУСТРИИ 4.0

Предложены направления развития информационно-учетного обеспечения инвестиционного анализа бизнес-структур при принятии управленческих решений в Индустрии 4.0. Определены ключевые направления изменений в бухгалтерском учете в Индустрии 4.0, которые определяются расширением отображения области деятельности предприятия в учете; формированием подходов к интегрированию учетной информации для составления отчетности; повышением оперативности учета и др. Определены возможности, которые предоставляет информационно-учетная платформа для развития инвестиционной деятельности компании. Предложены концептуальные положения управленческого учета для инвестиционного анализа в условиях отечественной практики. Построена модель информационных потоков, генерируемых инвестиционным проектом, в течение всего периода времени от момента зарождения инвестиционной идеи и отбора инвестиционных предложений до момента оценки результатов реализации проекта. Усовершенствованные подходы к формированию и раскрытию учетной информации о реализации инвестиционных проектов компаниями, а также методические подходы к аналитическому обеспечению процесса принятия управленческих решений. Уточнены элементы учетной политики по управленческому учету для процесса инвестиционной деятельности. В качестве объектов учета инвестиционной деятельности предлагаются фактические затраты на создание объектов инвестиционной деятельности по их видам (материальные и трудовые затраты, амортизационные отчисления основных средств и нематериальных активов) и движение наличных и безналичных денежных средств как расходов по направлениям их расходования. Предложен методический подход к расчету денежных потоков и раскрытия элементов учетной политики для управленческого учета. Подчеркивается необходимость использования специальных программных продуктов, автоматизирующих процессы учета хозяйственной деятельности и средств изучения накопленных данных в ракурсах, наиболее актуальных для предприятия.

Ключевые слова: инновационная активность; инвестиционный анализ; бухгалтерский учет; управленческое решение; компьютерные информационные системы; управление бизнесом; информация

Introduction. The effectiveness of investment Industry 4.0 is largely determined by the quality of the management decisions that are made in companies in information and analysis methods that are used to process

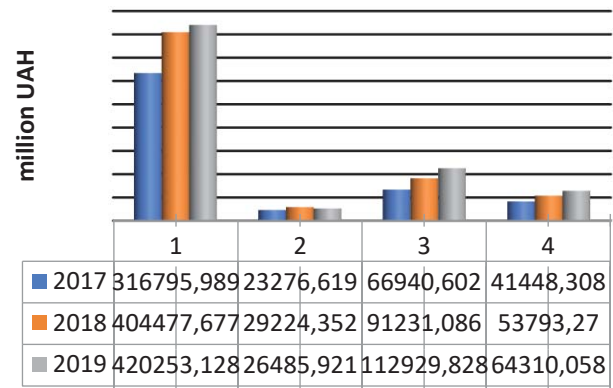
this information. Analysis is a management tool and the quality of its implementation determines the tools, methods and certain requirements for information. The initial information base for investment analysis is the accounting statements of companies. The reporting system reflects data on the property and financial position of the company, the results of economic activities. Investment activity as an accounting object covers investment resources and expenses, investment objects, investment operations and financial results from investment activities (economic effect from investment). That is why the improvement of information and accounting support is one of the key elements for increasing the effectiveness of management decisions on the investment activities of companies.

Analysis of recent research and publications. Rethinking the role of accounting and analysis in Industry 4.0 is of particular importance. Scientific works of scientists are devoted to the study of topical problems of accounting, analysis for the management of investment processes. Among them I.V. Berner, M.F. Van Breda, K. Lukka, J.F. Marshall, P. Masse, M.I. Bondar, V.A Deriy, L.M. Kindratska, E.V. Mnikh, N.Yu. Iershova, M. F. Ogiychuk, O.I. Linnik, V.S. Rudnitsky [1-8]. Scientists have identified economic and legal relations in the investment sphere [1, 2, 7], substantiated the relationship between investment and enterprise capital [6, 7], identified the directions and sources of resource support for investment activities [6, 8]. O.I. Linik notes "the introduction of accounting and reporting principles established in international practice should be carried out taking into account the specifics and characteristics of the functioning of domestic entrepreneurship, as well as the current state of the economy" [5]. Therefore, theoretical and methodological approaches to the content, collection, storage and processing of information, its analysis and systematization when making decisions in the investment field require further development.

Formulation of the objectives of the article. The purpose of this article is to improve the theoretical and applied aspects of information and accounting support for investment analysis of companies in Industry 4.0.

Research methods. For the study, methods of logical generalization, analysis and synthesis, statistical, economic and mathematical methods were used.

Presentation of the main research material. The investment activity of companies is a complex and risky business. The results of investment activities have a significant impact on the efficiency of the company's business as a whole. Significant factors that have a negative impact on the investment activity of Ukrainian companies are: insufficient economic efficiency of investment projects, low investment attractiveness of companies, weak government support for investor capital protection, lack of market infrastructure and effective mechanisms for investment and capital return, lack of investment resources, etc. (Fig. 1).



where 1 - acquisition and creation of new assets; 2 - acquisition of assets that were in use; 3 - improvement, improvement, reconstruction, modernization; 4 - overhaul

Fig. 1 - Dynamics of the volume of capital investments in certain areas*

*Source: [9]

Interest rate and tax policies of the state have a significant impact on the dynamics of investments. One of the main factors influencing the volume of investments of the company is the cost of their implementation [10]. A significant reason that does not allow the most complete attraction of both external and internal investment resources is incomplete and biased disclosure of information about the investment potential and investment processes in the accounting and financial statements of the company. Recently, the vector of accounting practice in Ukraine is aimed at meeting the needs of investors for complete and reliable information about the company's activities in the field of investment. The underdevelopment of the sphere of financial investment is one of the reasons for using a simplified system for assessing and accounting for financial investments in authorized capital and shares of other economic entities.

The growing role of intangible assets in the activities of companies determines them as a topical investment object (Fig. 2).

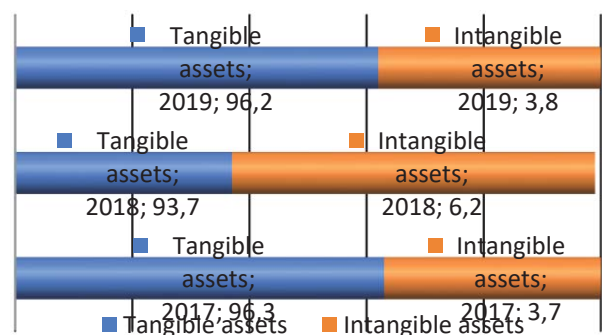


Fig. 2 - The volume of capital investments in tangible and intangible assets in% of the total volume*

*Source: [9]

Analysis of the financial statements of foreign companies shows that the value of intangible assets is higher than 15% - 20%. In some innovative and knowledge-intensive companies, the value of intangible

assets is equal to the volume of all movable and immovable property [11]. Analysis of the structure of sources of financing for investments of domestic business units shows that self-financing remains the main form. This confirms the conclusions of prof. M. I. Bondar, that for domestic companies it is important to create favorable conditions in the practice of accumulation, investment, rational formation and use of capital in their own production for further financing of investment activities [12, 13].

The key directions of changes in accounting in Industry 4.0 are determined by us in the expansion of the display of the field of activity of the enterprise in the accounting; formation of approaches to the integration of accounting information for reporting; increasing the efficiency of accounting, etc. For effective management of the company, especially in terms of regulating its own financial resources, the introduction of management accounting is essential. The analysis of scientific works devoted to this problem confirms that the development of the theory and improvement of the practice of management accounting is metaphysically connected with the expansion of the information space of the enterprise [14-16]. Particular attention should be paid to the technology for the formation and accumulation of the necessary information, its storage, transfer to interested users in the process of making managerial decisions on investment activities [14, 16].

Let us analyze more thoroughly the relevance of the introduction of management accounting for the collection and processing of information on the investment activities of companies.

First, a significant part of the information generated during the implementation of a separate investment

project, in terms of its content, cannot be reflected in accounting.

Secondly, investment projects can be implemented within several legal entities, differ in organizational structure, accounting policies, accounting software, etc. This requires the consolidation of data on the investment project, which are not always comparable.

Management accounting for an investment management system is a combination of two components. These are immanent accounting and analysis functions. In other words, management accounting for managing the investment activities of a company combines the functions of collecting, interpreting and analytical processing of information.

On the basis of management accounting information, an effective model of information support for investment activities can be built [17-19]. In this case, the following basic parameters must be observed:

A - types of information - the place of accounting and reporting information in the information support system for investment activities.

B - information users - qualitative parameters focused on stakeholders (owners, investors, founders) (suitability for decision-making, receptivity).

C - purpose of information - qualitative parameters oriented for decision-making (relevance, reliability, comparability).

D - significant restrictions - benefits versus costs, recognition threshold, conservatism (prudence).

The figure shows a model of information flows generated by an investment project during the entire period of time from the inception of an investment idea and the selection of investment proposals until the assessment of the results of the project implementation (Fig. 3).

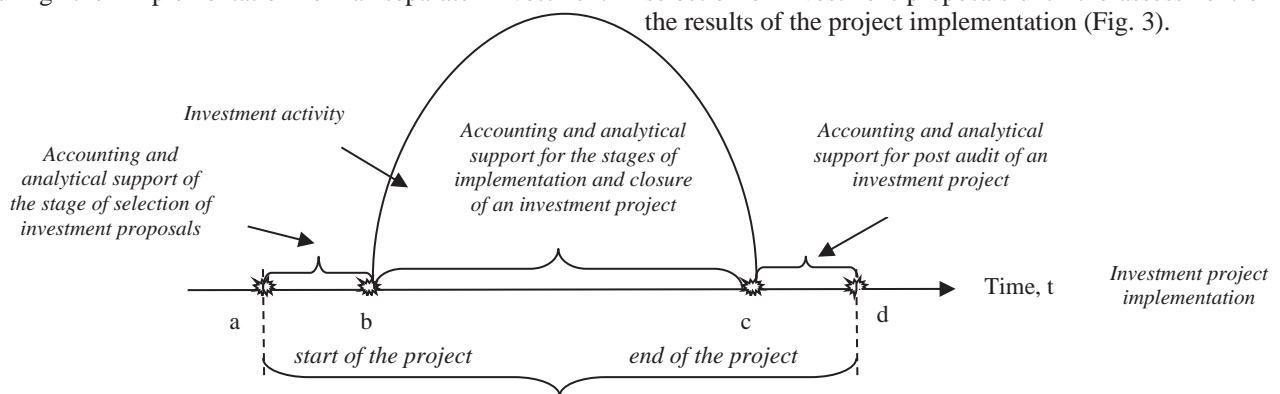


Fig. 3 - Accounting and analytical support for investment project management: time aspect

In Figure 3, you can see that the process of collecting and processing information about an investment project begins before the actual start of its implementation (segment AB), and ends after its closure (segment CD). Segment BC represents the time interval in which the accounting and analytical support of the stage of implementation and closure of the investment project functions. Based on this, the actual time interval of the existence of the accounting and analytical support of the investment project management system is the AD segment. The difference between segment AD and segment BC is explained by the fact that accounting and analytical support

covers the stage of selection of investment proposals and the stage of post-audit of an investment project.

The study of modern project management technologies in the field of investment activity showed that the accounting function and the analysis function coexist as a whole within the framework of the management control system [20, 21]. The unity of these functions is clearly traced at the level of performers, processes and carriers of accounting and analytical information. Important characteristics of these functions are the presence of time boundaries of their existence, different intensity of information generation by them at each stage

of the investment project implementation, as well as the presence of differences between the actual duration of the investment project implementation process and the duration of the process of collecting and processing information about the investment project and the results of its implementation.

Of considerable interest to users is the system of accounting and analytical support for investment management from the standpoint of timely detection of errors in the strategy and tactics of managing the company's investment activities. With the help of the accounting and analytical support system, you can maintain multi-level analytical accounting and receive detailed analytical reports, and for several investment projects at the same time, monitor the dynamics of indicators or compare indicators throughout the entire period of the investment project.

We investigated the elements of an investment activity management system in the context of the possibility of using management accounting data to manage individual work in an investment project of companies. The results confirm that a significant part of the accounting information that can be used for this requires additional analytical detail. However, at the same time, certain difficulties arise in accounting practice. Namely:

- companies can simultaneously implement several investment projects (marketing, personnel development, etc.) This requires double detailing of accounting information by project groups;

- accounting employees, when processing primary documents, will not always be able to identify a particular business transaction in relation to a particular project, project stage or type of project work. This requires re-processing of primary documents by specialists who manage the project;

- a complex hierarchy of companies' projects requires the application of procedures for the distribution of income and expenses between projects.

Such difficulties lead to the need to consider in more detail the elements of accounting policies for management accounting for the process of investment activities.

The main sections of accounting policies for management accounting purposes are:

I. Organizational and technical. The organizational and technical section of the accounting policy for the purposes of management accounting for investment activities covers the composition and relationship of the subjects of management accounting for investment activities, regulatory support for management accounting for investment activities, the allocation of financial responsibility centers, budgeting, the relationship between financial and management accounting for investment activities, information support for management accounting for investment activities, content, methods of creating and maintaining classifiers for management accounting of investment activities, technologies for processing accounting information, forms and procedure for presenting internal reporting, document flow standards, and other elements.

II. Methodical. The methodological section of the accounting policy for the purposes of management accounting of investment activities includes: objects of

management accounting for investment activities, classification of costs of investment activities, a method of distributing indirect costs between investment objects, the choice of methods for accounting for costs of performing work in the investment process and calculating their cost, a list and methodology for calculating indicators (criteria) for evaluating the effectiveness of the centers of financial responsibility, other elements.

The management accounting system forms information support for the current management of the investment process, allows calculating analytical indicators of compliance with the norms and standards of investment costs and identifying possible reserves for their reduction, summarizes information for calculating the cost of work results (investment objects). In the absence of a planning service in the company, the competence of the management personnel is investment cost planning and budgeting.

In the classical investment analysis, the following types of mathematical models are defined, which determine certain parameters of the performance of an investment project: Amount (NV, NPV, MNPV), Profitability (NRR, IRR, MIRR, MIRR (bar), Profitability Index (DPI), Payback period (payback, TC-payback, duration), Cash flows (net cash flow).

In the International Financial Reporting Standard IAS 7 «Statement of Cash Flows», investing activity refers to the acquisition and disposal of long-term assets and other investments not related to cash equivalents. Investment operations are operations for the investment of the organization's investment resources in investment objects in order to obtain a positive economic effect from their use in the future. The objects of investment are investments in non-current assets (investment assets) and financial investments.

The indicator of the implementation of the investment project is NCF (Net Cash Flow), which is also the main economic indicator in appraisal activities. In an investment analysis to determine the effectiveness of a project, Net Cash Flow is the sum of depreciation and profit payments less investment, maintenance costs of fixed assets and changes in working capital.

$$NCF = OCF + FCF + ICF \quad (1)$$

Net Cash Flow is the difference between the sum of all cash receipts and the sum of all payments for a certain period of time. An analysis of the cash flows of an investment project is carried out at all stages of its implementation.

There are three stages of an investment project:

- pre-investment (preparatory, where the conditions for its implementation are determined, the main parameters are calculated, etc.)

- investment (implementation of the project program);

- operational (the period from which the project results are used to generate income).

In accordance with the stages of project implementation, the entire cash flow of the project can be conditionally divided into three parts:

1) Net Investment (NI) - the initial investment in the project;

2) Net Operating Cash Flow (NOCF) - Cash Flow from operating activities;

3) Net Closing Cash Flow (NCCF) - Cash Flow arising from the results of the completion of the project.

Thus, the Net Cash Flow of the entire project can be calculated as the sum of Cash Flow at all stages of the project. Moreover, when conducting investment analysis, only the change in the value of indicators (their increase or decrease, Δ) is taken into account. In this case, the calculation of the net cash flow of the investment project is based on the formula:

$$NCF = \Delta NI + \Delta NOCF + \Delta NCCF, \quad (2)$$

In accordance with the provisions of IAS 7 «Statements of Cash Flows», the net cash flow from operating activities can be calculated using the formula:

$$NCF = PN + A + NWC, \quad (3)$$

where PN – net profit of the reporting period; A - depreciation charges; NWC - Net Working Capital (amount of inventories and operating receivables minus payables).

All components of formula (3) can be considered as factors of changes in the net cash flow from current activities, with the greatest interest being the effect of the efficiency of activities (the factor of net profit PN) and changes in individual components of the Net Working Capital (NWC). If the components of the Net Working Capital remain unchanged, the company's cash flow from current activities is proportional to the net profit of the reporting period and differs from it by the amount of depreciation and other non-cash expenses. Note that with a positive value of the net profit factor, the cash flow may decrease due to changes in the turnover of receivables and payables that are unfavorable for the company, or if they are significantly imbalanced.

The information in the cash flow statement also allows you to identify the priorities of the current payment policy of the company. The likelihood of non-fulfillment of financial obligations by an organization depends not only on the availability of funds, but also on the decisions of the management (representatives of the owner), which establish the actual sequence and timing of repayment of obligations. The indicators of the turnover of debts on accounts of settlements with personnel, suppliers not only reflect the terms and sequence of payments established by the management, but also allow diagnosing the financial problems of the company at an early stage of their occurrence.

We present another approach that is worth considering in this study. The activity of a separate business structure is an ongoing investment process. In this context, an assessment of the company's performance can be made based on the cash flow generated at any time during the company's existence. The total amount of expenses (x) that the company spends can be considered an investment of a certain time (period t). At the same time, income (y) for a certain period of time is the receipt of

funds. With this approach, after a while a series will be formed: $[x(t), y(t)]$, where $t = 1...n$.

Based on the obtained series $[x(t), y(t)]$, it is possible to calculate the cash flow that the company generates for a certain time of activity: $CF(t) = y(t) - x(t)$.

At present, accounting (financial) statements must comply as much as possible with international requirements for their preparation. This enables interested users to conduct a qualitative analysis of the financial condition of the organization to identify financial risks when investing resources in investment projects.

Information in the company's public financial statements becomes its special commodity, an information product that allows:

- protect the property and economic interests of potential investors;

- to organize information saturation of the mechanism of market relations between companies and investors, which are expressed by indicators of business activity;

- to promote the attraction of additional investment funds in the development of the company's activities;

- to inform the participants of the investment process at the stages of investment of financial resources, their circulation and determination of financial results;

- to ensure effective competition in the capital market.

Analyzing the list of reporting functions, you can see that the main emphasis in financial reporting is on attracting potential investors and external sources of funding. Scientific publications highlight the issues of disclosing high-quality and relevant information in reporting, which is necessary for analyzing the investment attractiveness of a company. To satisfy the interests of long-term portfolio and strategic investors, an analysis of the company's investment attractiveness is required, not only in the context of current financial and economic activities, but also from the standpoint of its investment activity, the effectiveness of capitalized profit [20-22]. Lack of information provided to users can become a serious obstacle to the inflow of additional capital as an investment source for expanding the organization's activities, since business partners will not receive the information they are interested in about the financial stability, solvency, and development prospects of the organization.

The formation of an information and accounting platform and the direct implementation of analytical procedures for making management decisions in the field of investment management should be provided with special software products that automate the accounting processes for economic activities and ensure the accumulation of data in the most relevant perspectives of the company. With the help of special programs, you can conduct a special analysis and audit analysis. The special analysis block allows you to analyze the financial condition of potential partners, banks, investment projects and assess the likelihood of a company's bankruptcy based on public reporting data. In the block of audit analysis, the user is offered a methodology for auditing the strategy of borrowed funds and a methodology for auditing the flexibility of a production development strategy and

dividend policy. The result of the analysis is an assessment protocol, which ends with specific recommendations for the company's management personnel.

Conclusions and prospects for further research.

The results of this study confirm the need for further development of the paradigm of accounting and analytical support for investment management. This development is provided by the following provisions:

– the system of accounting and analytical support, should be focused on the final results of the implementation of the investment project;

– the unity of the subsystems of accounting and analytical support for the management of investment projects and the management of the company's current activities should be ensured.

The theoretical significance of the study lies in the development of conceptual provisions of management accounting for investment analysis in the context of domestic practice. The practical significance lies in improving approaches to the formation and disclosure of accounting information on the implementation of investment projects by companies, as well as in the development of analytical support for the management decision-making process. In particular, recommendations for clarifying the calculation of cash flows and disclosing elements of accounting policies for the needs of management accounting are of practical importance.

Prospects for further research in this direction are finding algorithms and procedures for collecting and processing non-financial information, expanding the technical capabilities of data transmission and storage. And also, theoretical, methodological and organizational foundations of information security and protection of valuable information for making management decisions in the field of investment activities.

Список литературы

1. Маршалл Дж. Ф., Бансал В. К. Финансовая инженерия. Полное руководство по финансовым нововведениям / Пер. с англ. Москва: Инфра-М, 1998. 784 с.
2. Lukka K. The Roles and Effects of Paradigms in Accounting Research. *Management Accounting Research*. 2010. № 21. pp. 110-115.
3. Білецький О. Ю. Аналіз конкурентних стратегій ТНК в умовах глобалізації економічної діяльності. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 21. № 2. С. 36–41.
4. Iershova N., Tkachenko M. Theoretical and methodological framework of accounting and analytical support for sustainable development strategy. *Development of the innovative environmental and economic system in Ukraine* : coll. monogr. / ed. T. Ponomarenko. – Prague : OKTAN PRINT s.r.o., 2019. P. 282-302. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/41780/4/2019_Iershova_Theoretical_and_methodological.pdf
5. Линник О. И. Доходи та витрати готельного підприємства: приведення обліку до міжнародних стандартів і стандартів Європейського Союзу [Електронний ресурс]. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 20. С. 997-1001. URI: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/203.pdf>
6. Єршова Н.Ю. Методичний підхід до створення комплексної системи антикризового управління промисловим підприємством в сучасних умовах. *Вісник НТУ «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2006. № 13(1). С. 113–116.
7. Крупка Я.Д. Облік інвестицій. Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2001. 302 с.
8. Єршова Н. Ю. Методичний підхід до оцінювання стратегічної стійкості підприємств на основі інформаційної платформи стратегічного управлінського обліку. *Економічний аналіз*. 2016. Том. 23. №2. С. 51-59.
9. Інвестиційна діяльність підприємств. *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Линник О. И. Збалансована система обліку та адміністрування податків як основний чинник легкості ведення бізнесу в країнах світу [Електронний ресурс]. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 21. С. 168-171. – URI: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/34.pdf>
11. Nawarathna Banda. Digital Economy. Presentation. January 2019. 20 p. URI: <https://www.researchgate.net>
12. Єршова Н. Ю. Розвиток бухгалтерського обліку в умовах переходу до цифрової економіки. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. 2020. №2. С. 75-80. URI: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/2519-4461.2020.2.75>
13. Бондар М.І. Основні види інвестицій та їх роль у відтворенні економіки. *Облік і аудит*. 2006. Вип. 8. С. 27-32.
14. Єршова Н. Ю. Методичний підхід до оцінювання стратегічної стійкості підприємств на основі інформаційної платформи стратегічного управлінського обліку. *Економічний аналіз*. 2016. Том. 23. №2. С. 51-59.
15. Купріна Н. М. Стратегічний управлінський облік як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс]. *Економіка харчової промисловості*. 2017. Т. 9. № 3. С. 45-51. – URI: <http://oaji.net/articles/2017/3396-1508483380.pdf>;
16. Єршова Н. Ю. Системний підхід до дослідження організації стратегічного управлінського обліку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 22(2). С. 120-125.
17. Кондратьев Б. О., Єршова Н. Ю. Інформаційне забезпечення управління діяльністю підприємства: теоретичні та практичні аспекти удосконалення – URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/48071/1/Kondratiev_Informatsiine_zabezpechennia_2020.pdf
18. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – URI: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
19. Єршова Н.Ю. Концептуальні підходи до розвитку обліково-аналітичного забезпечення підприємств: стратегічний аспект. II Міжн. наук-практ. конф. «Облік, аналіз і аудит: виклики інституціональної економіки» (10 жовтня 2015 року, м. Луцьк). 2015. Вип.2. Ч.1. С. 100-101.
20. Association for Computing Machinery ACM TechNews. – URI: <http://www.technews.acm.org>.
21. Єршова Н.Ю. Методичні аспекти та особливості аудита товарно-матеріальних цінностей підприємства. Труды XV Всеукр. наук.-практич. конференції студентів, аспірантів та молодих вчених "Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України", 19 квітня 2012 р., Дніпропетровськ. - Дніпропетровськ: ДДФА, 2012. С. 114-116. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/2935?mode=full>
22. Шнайдер В. В. Інвестиційна привлекательність в публичній отчетності. *Вектор науки Тольяттинського державного університета*. 2009. № 6. С. 49–51.
23. Єршова Н. Ю. Розвиток методологічних основ формування інтегрованої звітності. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2016. Вип. 1 (47). С. 451–459.

References (transliterated)

1. Marshall Dzh. F., Bansal V. K. *Finansovaya inzheneriya. Polnoe rukovodstvo po finansovym novovvedenijam* [Financial engineering. A comprehensive guide to financial innovation]. / per. s angl. Moskva: Infra-M, 1998. 784 p.
2. Lukka K. The Roles and Effects of Paradigms in Accounting Research. *Management Accounting Research*. 2010. no. 21. pp. 110–115. DOI: 10.1016/j.mar.2010.02.002.
3. Bilecjkij O. Ju. Analiz konkurentnykh strategij TNK v umovakh glocalizacii ekonomichnoji dijaljnosti [Analysis of competitive strategies of TNCs in the context of globalization of economic activity]. *Ekonomichnyj analiz* [Economic analysis]. 2015. Vol. 21. no. 2. pp. 36–41.
4. Iershova N., Tkachenko M. Theoretical and methodological framework of accounting and analytical support for sustainable development strategy. *Development of the innovative environmental*

- and economic system in Ukraine : coll. monogr. / ed. T. Ponomarenko. – Prague : OKTAN PRINT s.r.o., 2019. – P. 282-302. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/41780/4/2019_Iershova_Theoretical_and_methodological.pdf
5. Lynnyk O. I. Dokhody ta vytraty ghoteljnogho pidpryjemstva: pryvedennja obliku do mizhnarodnykh standartiv i standartiv Jevropejskoghogo Sojuzu [Balanced system of accounting and administration of taxes as the main factor of ease of doing business in the world]. *Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky*. [Global and national economic problems]. 2017. issue 20. pp. 997-1001. URI: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/203.pdf>
 6. Iershova N. Yu. Metodychnyj pidkhd do stvorennja kompleksnoji systemy antykrizovogho upravlinnja promyslovym pidpryjemstvom v suchasnykh umovakh [Methodical approach to creation of complex system of anti-crisis management of the industrial enterprise in modern conditions]. *Visnyk NTU «KhPI»* [Bulletin of the Kharkov Polytechnic Institute]. Kharkov, Tekhnichnyj prohres i efektyvnistj vyrobnyctva. 2006. no.13(1): Tekhnichnyj prohres i efektyvnistj vyrobnyctva [Technical progress and production efficiency]. pp. 113–116.
 7. Krupka Ja. D. *Oblik investycij* [Investment accounting]. Monografija. – Ternopilj: Ekonomichna dumka, 2001. 302 p.
 8. Iershova N. Yu. Metodychnyj pidkhd do ocinjuvannja strategichnoji stijkosti pidpryjemstv na osnovi informacijnoji platformy strategichnogho upravlinsjkogho obliku [Methodical approach to assessing the strategic stability of enterprises based on the information platform of strategic management accounting]. *Ekonomichnyj analiz*. [Economic analysis]. 2016. Vol. 23. no. 2. pp. 51-59.
 9. Investycijna dijalnistj pidpryjemstv. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 10. Lynnyk O. I. Zbalansovana sistema obliku ta administruvannja podatkov jak osnovnyj chynnyk leghkosti vedennja biznesu v krajinakh svitu [Balanced system of accounting and tax administration as the main factor of ease of doing business in the world]. *Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky* [Global and national economic problems]. 2018. Vol. 21. pp. 168-171. URI: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/34.pdf>
 11. Nawarathna Banda. Digital Economy. Presentation. January 2019. 20 p. URI: <https://www.researchgate.net>
 12. Iershova N. Yu. Rozvytok bukhghaltersjkogho obliku v umovakh perekhodu do cyfrovoji ekonomiky [Development of accounting in the transition to digital economy]. *Visnyk Nacionaljnogho tekhnichnogho universytetu "Kharkivskij politekhnichnyj instytut" (ekonomichni nauky)* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economics)]. 2020. no. 2. pp. 75-80. URI: <http://es.khpi.edu.ua/article/view/2519-4461.2020.2.75>
 13. Bondar M. I. Osnovni vydy investycij ta jikh rolj u vidtvorenni ekonomiky [The main types of investments and their role in the reconstruction of the economy]. 2006. Vol. 8. pp. 27-32.
 14. Iershova N. Yu. Metodychnyj pidkhd do ocinjuvannja strategichnoji stijkosti pidpryjemstv na osnovi informacijnoji platformy strategichnogho upravlinsjkogho obliku [Methodical approach to assessing the strategic stability of enterprises based on the information platform of strategic management accounting]. *Ekonomichnyj analiz* [Economic analysis]. 2016. Vol. 23. no. 2. pp. 51-59.
 15. Kuprina N. M. Strategichnyj upravlinsjkij oblik jak instrument zabezpechennja konkurentospromozhnosti ta efektyvnosti dijalnosti pidpryjemstva [Strategic management accounting as a tool for ensuring the competitiveness and efficiency of the enterprise]. *Ekonomika kharchovoji promyslovosti* [Economics of the food industry]. 2017. Vol. 9. no. 3. pp. 45-51. – URI: <http://oaji.net/articles/2017/3396-1508483380.pdf>;
 16. Iershova N. Yu. Systemnyj pidkhd do doslidzhennja orghanizaciji strategichnogho upravlinsjkogho obliku [Informacijne zabezpechennja upravlinnja dijalnistju pidpryjemstva: teoretychni ta praktychni aspekty udoskonalennja]. *Naukovyj visnyk Khersonskoghogo derzhavnogho universytetu. Serija: Ekonomichni nauky* [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences]. 2017. Vol. 22(2). pp. 120-125.
 17. Kondratijev B. O., Iershova N. Yu. Informatsiine zabezpechennja upravlinnja diialnistju pidpryjemstva: teoretychni ta praktychni aspekty udoskonalennja [Information support of enterprise management: theoretical and practical aspects of improvement]. URI: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/48071/1/Kondratiev_Informatsiine_zabezpechennja_2020.pdf
 18. Nacionaljne polozhennja (standart) bukhghaltersjkogho obliku 1 «Zahaljni vymogy do finansovoji zvitnosti» [National accounting regulation (standard) 1 "General requirements for financial reporting"]: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.02.2013 r. # 73 [Elektronnyj resurs]. – URI: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
 19. Iershova N. Yu. Konceptualni pidkhody do rozvytku oblikovo-analitychnogho zabezpechennja pidpryjemstv : strategichnyj aspekt [Conceptual approaches to the development of accounting and analytical support of enterprises: a strategic aspect]. II Mizhn. nauk-prakt. konf. «Oblik, analiz i audyt: vyklyky instyucijalnoji ekonomiky» (10 zhovtnja 2015 roku, m. Lucjk). 2015. Vol.2. Ch.1. pp. 100-101.
 20. Association for Computing Machinery ACM TechNews. – URI: <http://www.technews.acm.org>.
 21. Iershova N. Yu. Metodychni aspekty ta osoblyvosti audyta tovarno-materialnykh cinnostej pidpryjemstva [Methodical aspects and features of the audit of inventory of the enterprise]. *Trudy KhV Vseukr. nauk.-praktych. konferenciji studentiv, aspirantiv ta molodykh vchenykh "Finansova polityka socialjno-ekonomichnogho rozvytku rehioniv Ukrainy"*, 19 kvitnja 2012 r., Dnipropetrovsjk. - Dnipropetrovsjk : DDFFA, 2012. pp. 114-116. – URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/2935?mode=full>
 22. Shnajder V. V. Investicionnaya privlekatelnost v publichnoj otchetnosti [Investment attractiveness in public reporting]. *Vektor nauki Tolyattinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vector of science of Togliatti State University]. 2009. no. 6. pp. 49–51.
 23. Iershova N. Yu. Rozvytok metodologichnykh osnov formuvannja integrovanoji zvitnosti [Development of methodological bases for the formation of integrated reporting]. *Naukovyj visnyk Uzghorodskoghogo universytetu. Serija: Ekonomika* [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics]. 2016. Vol. 1 (47). pp. 451–459.

Received 11.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Єршова Наталія Юрїївна (Єршова Наталья Юрьевна, Iershova Natalia Yuriivna) – доктор економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3544-3816>; e-mail: iershova.ny@gmail.com

Линник Олена Іванівна (Линник Елена Ивановна, Lynnyk Olena Ivanivna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0877-8047>; e-mail: linnik.khpi@gmail.com

I. O. NOVIK, M. Y. KUROCHKINA, A.E.Y.PEREDRII, N.M. DYAKOVA
ESSENCE OF THE INNOVATION ECOSYSTEM IN MODERN CONDITIONS

The article analyzes the economic essence of the innovative ecosystem (IEC), its characteristic features and subjects. The tools used to study the IEC are investigated, namely the theory of networks. The concepts that are related to the creation of an innovative cluster and clustering are analyzed. The attention is accented in the interaction of participants within the ecosystem and in terms of their associations. These participants include small and large business, universities, research institutes, state, investors, enterprises. The main structural units of the IEC (innovative ideas, innovative culture, electronic environment, innovative infrastructure) and their interaction on the basis of network theory were also considered. Double network interactions were considered: scientific and educational networks, scientific-production and educational and business networks. The need for the development of the IEC and an innovative cluster as the most effective catalyst for the global integration and competitiveness of any business structure is proved. The most authoritative scientists from all over the world believe that the territories that innovate clusters are created are becoming progressive leaders of the economic system and scientific development, it is easier to overcome the problems that occur in the external environment, and the budget system is faster replenished by efficiently working network systems. Such regions increase the competitiveness of the national economy. Due to the synergy of the subjects of the IEC and the functioning of innovative clusters, a certain ecosystem is created, which specifies the direction of development of all sectors of the economy. On the territory of our state there is a need for a favorable innovation ecosystem through the development of scientific and educational, scientific-production and educational and business networks. It is also necessary to develop a clustering process, interaction based on "open innovation" and forms of a network system, which in turn affects the competitiveness of the region, industry, specific enterprise or in general.

Keywords: Innovative ecosystem; open innovation; network system; innovative cluster; Clustering

I.O. НОВИК, М. Ю. КУРОЧКИНА, А.Е.Ю.ПЕРЕДРІЙ, Н.М.ДЬЯКОВА
СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті проаналізовано економічну сутність інноваційної екосистеми (ІЕС), її характерні ознаки та суб'єкти. Досліджено інструменти, які використовуються для дослідження ІЕС, а саме теорію мереж. Проаналізовано поняття, які пов'язані з створенням інноваційного кластера та кластеризацією. Акцентовано увагу на взаємодії учасників всередині екосистеми та на видах їх об'єднань. До цих учасників можна віднести малий і великий бізнес, університети, дослідницькі інститути, державу, інвестори, підприємства. Також було розглянуто основні структурні одиниці ІЕС (інноваційні ідеї, інноваційна культура, електронне середовище, інноваційна інфраструктура) та їх взаємодію на основі теорії мереж. Було розглянуто подвійні мережеві взаємодії: науково-освітні мережі, науково-виробничі та освітньо-бізнесові мережі. Доведено необхідність розвитку ІЕС та інноваційного кластера, як найбільш ефективного каталізатора глобальної інтеграції та конкурентоспроможності будь-якої бізнес структури. Найавторитетніші вчені з усього світу вважають, що території, на яких створюються інноваційні кластери, стають прогресивними лідерами економічної системи та наукового розвитку, легше долають негаразди, які відбуваються у зовнішньому середовищі, а бюджетна система швидше поповнюється за рахунок ефективно працюючих мережевих систем. Такі регіони підвищують конкурентоспроможність національної економіки. Завдяки синергії суб'єктів ІЕС та функціонуванням інноваційних кластерів створюється певна екосистема, яка задає напрямок розвитку всіх секторів економіки. На території нашої держави існує необхідність в створенні сприятливої інноваційної екосистеми шляхом розвитку науково-освітніх, науково-виробничих та освітньо-бізнесових мереж. Також потрібен розвиток процесу кластеризації, взаємодії на основі «відкритих інновацій» та форм мережевої системи, що в свою чергу впливає на конкурентоспроможність регіону, галузі, конкретного підприємства або в цілому держави.

Ключові слова: інноваційна екосистема; відкриті інновації; система мереж; інноваційний кластер; кластеризація

I. A. NOVIK, M. YU. KUROCHKINA, A.E.YU. PEREDRII, N.N. DYAKOVA
СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье проанализировано экономическую сущность инновационной экосистемы (ИЭС), ее характерные признаки и субъекты. Исследованы инструменты, которые используются для исследования ИЭС, а именно теорию сетей. Проанализированы понятия, связанные с созданием инновационного кластера и кластеризацией. Акцентировано внимание на взаимодействии участников внутри экосистемы и на видах их объединений. К этим участникам можно отнести малый и крупный бизнес, университеты, исследовательские институты, государство, инвесторы, предприятия. Также были рассмотрены основные структурные единицы ИЭС (инновационные идеи, инновационная культура, электронная среда, инновационная инфраструктура) и их взаимодействие на основе теории сетей. Были рассмотрены двойные сетевые взаимодействия: научно-образовательные сети, научно-производственные и образовательно-производственные сети. Доказана необходимость развития ИЭС и инновационного кластера, как наиболее эффективного каталізатора глобальной интеграции и конкурентоспособности любой бизнес структуры. Авторитетные ученые со всего мира считают, что территории, на которых создаются инновационные кластеры, становятся прогрессивными лидерами экономической системы и научного развития, легче преодолевают трудности, которые происходят во внешней среде, а бюджетная система быстрее пополняется за счет эффективно работающих сетевых систем. Такие регионы повышают конкурентоспособность национальной экономики. Благодаря синергии субъектов ИЭС и функционированию инновационных кластеров создается определенная экосистема, которая задает направление развития всех секторов экономики. На территории нашего государства существует необходимость в создании благоприятной инновационной экосистемы путем развития научно-образовательных, научно-производственных и образовательно-бизнес сетей. Также необходимо развитие процесса кластеризации, взаимодействия на основе «открытых инноваций» и форм сетевой системы, что в свою очередь влияет на конкурентоспособность региона, отрасли, конкретного предприятия или в целом государства.

Ключевые слова: инновационная экосистема; открытые инновации; система сетей; инновационный кластер; кластеризация.

Introduction. Analyzing the dynamics of economic development and competitiveness in the context of globalization, it can be noted that it does not do without such concepts as "innovation", "innovation ecosystem", "innovation cluster". If we look at the experience of the

world's leading countries, we will see that a favorable innovation ecosystem is a strategic factor for success in the world market. An innovative ecosystem can provide both a positive economic and social effect in the long run. The development of sustainable competitiveness is inextricably

© I. O. Novik, M. Y. Kurochkina, A.E.Y.Peredrii, N.M.Dyakova 2021

linked with the creation and development of an innovative ecosystem in all sectors of the economy. This leads to an increase in the concentration of attention in the study of innovative ecosystems, the structure and methods of their study.

Analyze the question. Development of the national economy and raising its competitiveness in the long run is inextricably related to the development and development of innovations in all sectors of the economy. This process is characterized by the interaction of the state, business and higher educational establishments. On the territory of Ukraine there is a need for a favorable innovation ecosystem and clustering.

The purpose of article. The purpose of this article is to text the theoretical and practical basics formation of an innovative ecosystem and the interaction of its participants.

Analysis of basic achievements and literature. Theoretical and applied principles of the procedure for the formation of innovative clusters thoroughly investigated such domestic and foreign scientists, as: L. Antonyuk, I. Kuxa, V. Tribushna, R. Agarwal, D. Oberts and M. Sarkar and others.

These scientists made a significant contribution to the study and systematization of such a phenomenon as an "innovative ecosystem".

The statement of the main research material. In recent years, scientists have increasingly used the term "innovation ecosystem" (IES) in economics. It should be noted that the innovation ecosystem is a type of innovation system. In general, if we compare different types of innovation systems, the phenomenon of innovation system is actively studied in the cognitive stage. This can be explained by the increasing use of the evolutionary approach in the analysis of economic phenomena and processes. Also, ecosystems in nature and in the economy can be compared according to the scheme of their development and structure. Because similarly to natural ecosystems in the economy there is an interaction and constant connection between their components.

It is believed that the concept of "ecosystem" was borrowed from biology. The concept of "ecosystem" was introduced in 1935 by the English botanist A. Tensley, and certain statements about the unity of organisms and the environment appeared earlier in the works of German scientist K. Moebius, American biologist S. Forbes, Russian scientists V.V. Dokuchaev, G. F. Morozova, V. N. Sukacheva [1].

For a deeper understanding of the mechanism of formation and functioning of ecosystems in the economy, it is necessary to analyze different interpretations of this concept.

Ecosystem - (from the Greek. Oikos - housing, habitat and system) the only natural complex formed by living organisms and their habitat (atmosphere, soil, water, etc.), in which living and backward components are interconnected by metabolism and energy [2].

Ecosystem - any unit (biosystem) that includes all co-functioning organisms (biotic community) in this area and interacts with the physical environment so that the flow of energy creates clearly defined biotic structures and the cycle of substances between living and non-living parts that make up the ecological system, or ecosystem [2].

But in economics, the concept of "ecosystem" is revealed through processes such as innovation and productive relationships between ecosystem participants. There are

different approaches to the systematization of this concept (Table 1).

Table 1 – Different interpretations of the concept of "innovation ecosystem"

№ п/п	Interpretation	Author, scientific works
1	Ecosystem - network community, whose members combine their resources on mutually beneficial principles for the sake of joint achievement of innovative results.	M. Chessell. Innovation Ecosystems — an IBM Academy of Technology study. IBM, May 2008 [3]
2	The ecosystem is a dynamic and adaptive organism that creates, consumes and transform knowledge into innovative products.	T. Munro. Triple Helix Newsletter. Triple Helix Association, Stanford. – 2012. – № 1. – С.12-15 [4]
3	Ecosystem - between organizational interactions, spatial localization, availability of general infrastructure, resource interdependence of participants, mutuality of goals and values.	Mynyna V. N. Yntehratyvnyi kompleks kak form setevoho vzaymodeistviya nauky, obrazovaniya y byznesa / V. N. Mynyna, N. V. Basov, Y. D. Demydova // Zhurnal sotsyolohyy y sotsyalnoi antropolohyy. — 2012. — № 5, t. XV. [5]
4	Innovative ecosystem is territorial co-covers aimed at collective action in creating knowledge flows, support for technological development and commercialization of innovations.	Washington Economic Development Commission Strategy 2009; World Economic Forum. Global Competitiveness Index [6,7]
5	Innovative ecosystem is a new organizational integrity and means of production of innovation in the XXI century.	Smorodynskaia N. Setevue ynnovatsyonue ekosystemu y ykh rol v dynamyzatsyy ekonomycheskoho rosta / N. Smorodynskaia // Ynnovatsyy. — 2014. — № 7 (189). — S. 27–33 [8]

Referring to all the previous definitions, we can conclude that IEC is a platform for promoting innovation in the market, using the synergy of their participants. These participants include small and large businesses, universities, research institutes, the state, investors, businesses. An innovative ecosystem allows you to cooperate to create innovations.

The following components can be called a characteristic feature of IEC: innovative ideas, innovative culture, electronic environment and innovative infrastructure (Picture 1).

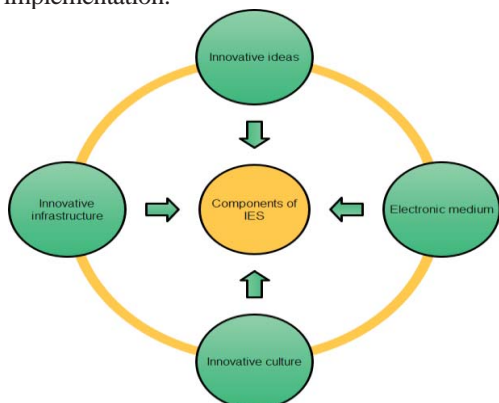
An innovative idea is the core of this system. Because only thanks to the idea we can form a full-fledged innovative economic system.

Innovative culture forms the value orientation of society to create and implement innovations and is enshrined in knowledge, skills and norms of behavior. This in turn is a socio-cultural mechanism that regulates innovative behavior of people. Favorable innovation culture allows to overcome difficulties in creating and implementing innovative ideas and projects.

Due to evolutionary changes in information and communication technologies, the electronic environment (Internet) comes to the fore.

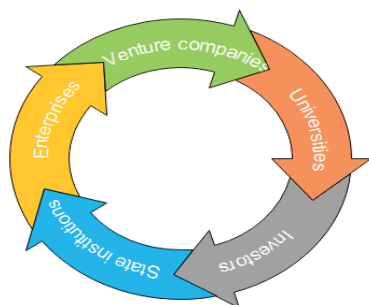
Innovation infrastructure brings together interconnected and interacting organizations for effective innovation. The

organizations include: firms, investors, educational institutions, government agencies. They cover the entire cycle of innovation, namely from the creation of an innovative idea to its implementation.



Picture 1 – Innovative ecosystem components

The tools used in the study of IEC include network theory. This model assumes the interaction of all IEC entities. It consists of the following participants: universities, venture companies, entrepreneurs, government agencies and others (Picture 2). The components of the ecosystem interact with each other through the use of information technology, the creation of innovative ideas, the dissemination of new knowledge.



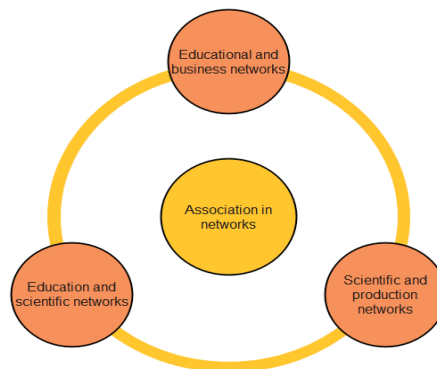
Picture 2 - Interaction of all subjects of IES

There are also dual associations in these networks. For example, there are research and education networks, research and production networks and educational and business networks (Picture 3).

Scientific and educational networks are formed on the basis of universities in cooperation with other educational institutions. They can have regional or international ties, public or private status.

Research and production networks are typical of multinational corporations. That is, the whole innovation process is controlled by the latter.

Educational and business networks exist on the basis of universities and leading innovative companies and are controlled by the state. Universities are the core of innovation here, companies play the role of customers of high-tech innovations, and the state - the regulator of relations between them, provides support and resources.



Picture 3 - Double associations in networks

At the present stage, the most common organizational forms of innovation are regional and national clusters, in which certain innovation ecosystems are formed. The cluster approach is widely used for effective organization of the innovation process through cooperation and networks of universities, enterprises and various organizations. This makes it possible to create "open innovations". The term "open innovation" was introduced into scientific circulation by Henry Chesbro in the book "Open Innovation. A new way of creating and using technologies" (2003) [1]. That is, to create and promote new ideas in a network consisting of economic and scientific entities that interact with each other. They help to remove barriers to the transformation of ideas into a product or new technology, and maximize the benefits of collaboration and globalization in the ecosystem.

Basic principles of open innovations:

- use of external knowledge;
- the priority is to create a sustainable business model than to achieve market leadership;
- active use of both internal and external ideas.

An innovation cluster is a network of organizations and enterprises that are bound by certain agreements, a form of network interaction. The development of an innovation cluster can contribute to the competitiveness of a region, industry, specific enterprise or country. This is due to certain positive features of the cluster approach, namely: partnerships within the network and open and fast ways of transmitting information and important knowledge. Clusters also have a synergistic effect. This means that revenue from sharing resources and ideas will exceed the amount of revenue from individual use of resources. The factors that form the innovation cluster have different origins, but the most important ones are shown in picture 4.



Picture 4 - Main factors for forming an innovative cluster

An important component of an innovation cluster is its detailed analysis and objective evaluation. Careful analysis allows to determine the location of the cluster, its features, the role of each participant, competitiveness.

Thus, we can conclude that innovation clusters are the most effective way of global integration of financial, productive and intellectual capital.

The dynamism of international competition and globalization have given rise to a modern type of economic cooperation - open innovation in the innovation ecosystem. The creation of innovations in open markets encourages primarily the shortening of the life cycle of goods and global competition. Another feature of the innovation ecosystem and clustering is that it has no geographical location. That is, an innovative idea can arise anywhere, and is implemented using the synergy of the participants of the innovation project.

Conclusions. Analyzing the concept of "innovation ecosystem" it becomes clear that the phenomenon of this manifestation is not yet sufficiently studied and is in the process of development. But scientists are actively exploring the interaction of all IEC participants through network theory, open innovation and a cluster approach.

This paper presents different views on the definition of "innovative ecosystem". But based on these interpretations, we can conclude that IEC is a platform for promoting innovation in the market, using the synergy of their participants. These participants include small and large businesses, universities, research institutes, the state, investors, businesses. The main structural units of IEC (innovative ideas, innovative culture, electronic environment, innovative infrastructure) and their interaction based on network theory were also considered. Dual network interactions were considered: research and education networks, research and production and educational and business networks. Concepts such as cluster approach and "open innovations", their factors of formation, features and positive effects on the state of the innovation ecosystem were studied.

On the territory of Ukraine there is a need to create a favorable innovation ecosystem through the development of scientific and educational, research and production and educational and business networks. It will increase the competitiveness of the region, industry, enterprise or the state as a whole.

Список літератури

1. *Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема* : навч. посібник / Ю. М. Бажал [та ін.] ; ред. Ю. М. Бажал. – Київ : Пульсари, 2015. – 278 с
2. *Основи екології* : навч.-метод. посібник / О. М. Древал, О. Г. Янчик. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – 146 с
3. Chessel M. Innovation Ecosystems – an IBM Academy of Technology study. IBM, May 2008. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

- http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf/
4. T. Munro. Triple Helix Newsletter. Triple Helix Association, Stanford. – 2012. – № 1. – С.12-15
5. Минина В. Н. Интегративный комплекс как форм сетевого взаимодействия науки, образования и бизнеса / В. Н. Минина, Н. В. Басов, И. Д. Демидова // *Журнал социологии и социальной антропологии*. — 2012. — № 5, т. XV
6. Washington Economic Development Commission Strategy 2009 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wedc.wa.gov>
7. World Economic Forum. Global Competitiveness Index – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>
8. Смородинская Н. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации эконо-мического роста / Н. Смородинская // *Инновации*. — 2014. — № 7 (189). — С. 27–33
9. Федуллова Л.І., Марченко О.С. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування / Л.І. Федуллова, О.С. Марченко // *Економічна теорія та право*. – 2015 – № 2(21) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econlaw.nlu.edu.ua/wpcontent/uploads/2015/11/2_21.pdf

References (transliterated)

1. *Innovatsiine pidpriemnytstvo: kreatyvnyist, komertsializatsiia, ekosistema* [Innovative entrepreneurship: creativity, commercialization, ecosystem]: navch. posibnyk / Yu. M. Bazhal [ta in.] ; red. Yu. M. Bazhal. – Kyiv : Pulsary, 2015. – 278 p.
2. *Osnovy ekolohii* [Principles of Ecology]: navch.-metod. posibnyk / O. M. Dreval, O. H. Yanchyk. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2017. – 146 p.
3. Chessel M. Innovation Ecosystems – an IBM Academy of Technology study. IBM, May 2008. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf/
4. T. Munro. Triple Helix Newsletter. Triple Helix Association, Stanford. – 2012. – no 1. – pp.12-15.
5. Mynyna V. N. Yntehrattyvnyi kompleks kak form setevoho vzyamodeistviya nauky, obrazovaniya y byznesa [Integrative complex as forms of network interaction of science, education and business]/ V. N. Mynyna, N. V. Basov, Y. D. Demydova // *Zhurnal sotsyolohyy y sotsyalnoi antropolohyy* [Journal of Sociology and Social Anthropology]. — 2012. — no 5, t. XV.
6. Washington Economic Development Commission Strategy 2009 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wedc.wa.gov>
7. World Economic Forum. Global Competitiveness Index – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>
8. Smorodynskaia N. Setevue ynnovatsyonnie ekosystemy y ykh rol v dynamyzatsyy ekonomicheskoho rosta [Network innovation ecosystems and their role in dynamizing economic growth]/ N. Smorodynskaia // *Ynnovatsyy* [Innovations]. — 2014. — no 7 (189). — pp. 27–33
9. Fedulova L.I., Marchenko O.S. Ynnovatsiini ekosystemy: sutnist ta metodolohichni zasady formuvannia [Innovative ecosystems: essence and methodological bases of formation]/ L.I. Fedulova, O.S. Marchenko // *Ekonomichna teoriia ta pravo* [Economic theory and law]. – 2015 – no 2(21) – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://econlaw.nlu.edu.ua/wpcontent/uploads/2015/11/2_21.pdf

Надійшла (received) 12.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Новік Ірина Олексіївна (Новик Ирина Алексеевна, Novik Iryna Oleksiivna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри Менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м.Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1912-8576>; e-mail: gerashenko1977@gmail.com

Курочкіна Марина Юїївна (Курочкина Марина Юрьевна, Kurochkina Marina Yriivna) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; м.Харків, Україна; e-mail: marianna2141@ukr.net

Передрій Андреа Елізабет Юрїївна (Передрий Андреа Элизабет Юрьевна, Peredrii Andrea Elizabeth Y.) асистент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», асистент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0495-9676>; e-mail: Peredrii8@gmail.com

Дьякова Наталья Николаевна (Дьякова Наталья Николаевна, Nataliya Dyakova Nikolaevna) - старший викладач, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», старший викладач кафедри Менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м.Харків, Україна ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1129-4836>; e-mail: Nataliya.Dyakova@kphi.edu.ua

Н.М. ШМАТЬКО, М.В.КАРМІНСЬКА-БЕЛОБРОВА

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ, ЯК АСПЕКТ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті розглянуті поняття ризик менеджменту, основні процеси управління ризиком. Запропоновані процедури процесу управління ризиками. Управління ризиками - це одна з складових загальноорганізаційного процесу виробництва, тому вона повинна бути інтегрована в цей процес, повинна мати свою стратегію, тактику, оперативну реалізацію. При цьому важливо не тільки здійснювати управління ризиками, але і періодично переглядати заходи і засоби такого управління. Будь-яка організація має власні переваги діяльності, направлено пов'язані з ризиком, і на основі цього виявляє ризики. Такі дії називаються системою управління ризиками. Це особливий вид діяльності, спрямований на пом'якшення впливу ризику на результати діяльності підприємства.

Виявлені етапи та переваги ризик-менеджменту На сьогоднішній день аналіз і управління ризиками є дуже доцільним і актуальність питань ризик-менеджменту набуває все більшого значення, саме це необхідно для подальшого коректного і оптимального застосування ризик-менеджменту в основних бізнес процесах підприємства, на основі яких формується основний прибуток підприємств, що використовують процеси аналізу та управління ризиками. У статті доведено, що ризик-менеджмент являє собою систему управління ризиком та включає в себе стратегію і тактику управління. Останнім часом все частіше вживають словосполучення «ризик-менеджмент», в основі якого лежить цілеспрямований пошук і організація роботи по зниженню ступеня ризику в умовах невизначеності. Головна мета системи управління ризиками підприємств - досягти максимального ступеня керуваності ризиком. Тому особлива увага приділяється постійному вдосконаленню управління ризиком в різних ситуаціях. Управлінський ризик як багатфакторна категорія менеджменту досліджується в динаміці цілеспрямованого циклічного процесу управління.

Ключові слова: ризик; ризик менеджмент; стратегія; управління ризиком; інформаційне забезпечення; моніторинг; прогнозування; операційний менеджмент.

Н.М. ШМАТЬКО, М.В.КАРМИНСКАЯ-БЕЛОБРОВА

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ, КАК АСПЕКТ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В статье рассмотрены понятия риск менеджмента, основные процессы управления риском. Предложены процедуры процесса управления рисками. Управление рисками - это одна из составляющих общеорганизационного процесса производства, поэтому она должна быть интегрирована в этот процесс и иметь свою стратегию, тактику, оперативную реализацию. При этом важно не только осуществлять управление рисками, но и периодически пересматривать мероприятия и средства такого управления. Любая организация имеет собственные преимущества деятельности направленные связанные с риском, и на основе этого выявляет риски. Такие действия называются системой управления рисками. Это особый вид деятельности, направленный на смягчение воздействия риска и на результаты деятельности предприятия.

Представлены этапы и преимущества риск-менеджмента. На сегодняшний день анализ и управление рисками является весьма целесообразным и актуальность вопросов риск-менеджмента приобретает все большее значение, именно это необходимо для дальнейшего коректного и оптимального применения риск-менеджмента в основных бизнес процессах предприятия, на основе которых формируется основная прибыль предприятий, использующих процессы анализа и управления рисками. В статье доказано, что риск-менеджмент представляет собой систему управления риском и включает в себя стратегию и тактику управления. В последнее время все чаще употребляют словосочетание «риск-менеджмент», в основе которого лежит целенаправленный поиск и организация работы по снижению степени риска в условиях неопределенности. Главная цель системы управления рисками предприятий - достичь максимальной степени управляемости риском. Поэтому особое внимание уделяется постоянному совершенствованию управления риском в различных ситуациях. Управленческий риск как многофакторная категория менеджмента исследуется в динамике целенаправленного циклического процесса управления.

Ключевые слова: риск; риск менеджмент; стратегия; управление риском; информационное обеспечение; мониторинг; прогнозирование; операционный менеджмент.

N. SHMATKO, M. KARMINSKA-BIELOBROVA

RISK-MANAGEMENT AS AN ASPECT OF OPERATIONAL MANAGEMENT

The article considers the concepts of risk management, the main processes of risk management. Procedures for the risk management process are proposed. Risk management is one of the components of the organizational process of production, so it must be integrated into this process and have its own strategy, tactics, operational implementation. At the same time, it is important not only to carry out risk management, but also to periodically review the activities and means of such management. Every organization has its own risk-oriented benefits and identifies risks based on that. Such actions are called a risk management system. This is a special type of activity aimed at mitigating the impact of risk and the results of the business firm. The stages and advantages of risk management are presented. Today, risk analysis and management is very appropriate and the relevance of risk management is becoming increasingly important, it is necessary for further correct and optimal application of risk management in the main business processes of the enterprise, based on which the main profit of enterprises using analysis processes and risk management. The article proves that risk management is a risk management system and includes management strategy and tactics. Recently, the phrase "risk management" is increasingly used, which is based on a purposeful search and organization of work to reduce the risk of uncertainty. The main goal of the enterprise risk management system is to achieve the maximum degree of risk management. Therefore, special attention is paid to the continuous improvement of risk management in various situations. Management risk as a multifactorial category of management is studied in the dynamics of a purposeful cyclical management process.

Keywords: risk; risk management; strategy; risk management; information support; monitoring; forecasting; operational management.

Вступ. Будь-яка управлінська діяльність в тій чи іншій мірі носить ризиковий характер, що зумовлено багатфакторною динамікою об'єкта управління і його зовнішнього оточення, а також роллю людського чинника в процесі впливу. Поняття ризику також має

багатфакторну природу, розкрити яку можна лише у взаємозв'язку з такими поняттями, як невизначеність, ймовірність, умови невизначеності, умови ризику.

Стабільність розвитку бізнесу і підвищення ефективності управління підприємством неможливі

без активного використання ризик-менеджменту як складової частини системи управління підприємством незалежно від її масштабів і специфіки виробництва або надання послуг.

Ризик-менеджмент є найпотужнішим інструментом збільшення ефективності роботи як комерційної організації, так і організацій державного сектора. Якщо в комерційному секторі ризик-менеджмент явище далеко не нове, то в державному секторі України це поняття тільки починає з'являтися. В основі цього підходу лежать методи, які запозичені з системи корпоративного управління.

Аналіз стану питання. Поточний рівень розвитку науки, інформаційних технологій і бізнесу диктує високі стандарти якості продуктів і послуг, оптимальне використання яких дозволяє домогтися конкурентної переваги і зайняти лідируючі позиції в своєму сегменті бізнесу для підприємств, які націлені на довгостроковий розвиток і створення якісного результату своєї діяльності.

На сьогоднішній день аналіз і управління ризиками є дуже доцільним і актуальним питанням ризик-менеджменту набуває все більшого значення, саме це необхідно для подальшого коректного і оптимального застосування ризик-менеджменту в основних бізнес процесах підприємства, на основі яких формується основний прибуток підприємств, що використовують процеси аналізу та управління ризиками.

Постановка завдання. Ризик-менеджмент поняття дуже широке, що охоплює найрізноманітніші проблеми, пов'язані практично з усіма напрямками та аспектами управління. Головні завдання менеджера в цій галузі - виявити область підвищеного ризику, оцінити ступінь ризику, розробити і вжити заходів, що попереджають ризик; в разі, коли збиток вже має місце, вжити заходів до оптимального його відшкодування; провести аналіз і попередити ризики. Практика показує, що підвищений ризик має місце при самих різних обставинах: при прийнятті неправильного управлінського рішення, при незадовільно виконаному підлеглим завданні, невдалому виборі виконавця, помилку в маркетинговому прогнозі, відмову керівництва прийняти радикальну пропозицію менеджера.

У компаніях і корпораціях індустріально розвинених країн, до яких насамперед належать країни Західної Європи, США, Канада, Японія, необхідністю запровадження ризик-менеджменту стала вимога інвесторів щодо забезпечення гарантій збереження і прибутковості вкладених інвестицій, що спонукає компанії управляти своїми ризиками.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження значущості та важливості ризик-менеджменту в системі управління, виявлені етапів та переваг ризик-менеджменту.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблемами вивчення управління ризиками займаються провідні українські та закордонні науковці, такі як В.В. Вітлінський [1], І.Е. Балабанов [2], В.М. Гончаров [3], С.М. Ілляшенко М.В.[4], Ніколайчук [5], М.В. Хохлов [6], О.М. Ястремська [7]

та інші. Український вчений В.В. Вітлінський вважає, що необхідно використовувати в управлінській діяльності різноманітні підходи, процеси, заходи, які дозволяють певною мірою прогнозувати можливість настання ризикових подій і домагатися зниження ступеня ризику до допустимих меж [1]. І. Балабанов вважає, що ризик можна розв'язати за допомогою утримання, уникнення та передачі ризику [2]. А М.В. Хохлов пропонує, що на ступень ризику можна впливати за допомогою зниження та збереження ризику [6].

У 1950-х рр. в США почала формуватися особлива галузь менеджменту - «ризик-менеджмент». Одна з перших згадок про ризик-менеджмент відноситься до 1956 року, в «Harvard Business Review» з'явилася стаття, в якій пропонувалося ввести посаду ризик-менеджера з метою мінімізації можливих втрат американських компаній. Термін був запропонований в 1955 році професором страхування Темпльського університету Уейном Снайдером. У компаніях стали з'являтися підрозділи з управління ризиками, в навчальних закладах - відповідні курси. Виникла і професія ризик-менеджера, опис якої вперше з'явилася в 1956 році в книзі Рассела Галлахера. У 1970-1980-х рр. мода на послуги таких фахівців дісталася і до Європи [2]. Ризик-менеджмент - поняття дуже широке, що охоплює різні напрямки і аспекти управління. Найчастіше під цим терміном розуміють систему оцінки ризику, управління ризиком та фінансові відносини, що виникають в процесі діяльності підприємства. В основі ризик-менеджменту лежать цілеспрямований пошук і організація роботи по зниженню ступеня ризику, мистецтво отримання і збільшення доходу в невизначеній господарській ситуації, а кінцевою метою є отримання максимального прибутку при оптимальному співвідношенні прибутку і ризику [2]. Розвиток теоретичної бази даної науки призвело до утворення ринкової інфраструктури послуг з обслуговування потреб бізнесу в боротьбі з ризиками. У 1950 році створюється Товариство з управління ризиком і страхуванням - Risk and Insurance Management Society, Inc. (RIMS). У 1981 році було покладено початок міжнародної неурядової організації в сфері застосування методології аналізу ризику для цілей оптимізації рішень в різних областях наукової та практичної діяльності, названої Міжнародним товариством аналізу ризику (MOAP), або International Society of Risk Analysis (ISRA). У 1984 році з'являється Міжнародна федерація асоціацій управління ризиком і страхуванням - International Federation of Risk and Insurance Management Associations (IFRIMA), в яку входять союзи ризик-менеджерів більшості економічно розвинених країн світу. Пізніше, в 2000-х рр., ризик-менеджмент пережив у своєму розвитку новий етап, який полягав в тому, що топ-менеджмент корпорацій координував процес управління ризиками, а співробітники окремих підрозділів виконували дії локально, в рамках своїх обов'язків. Даний період характерний ще й тим, що вперше процес ризик-менеджменту став безперервним, включаючи ідентифікацію ризику, аналіз, управління і моніторинг.

У сучасній інтерпретації під управлінням ризиком розуміються не тільки заходи щодо зменшення негативного ефекту впливу ризиків, що виникають на досягнення цілей підприємства, а й рішення, що приймаються в умовах ризиків, які можуть принести додатковий дохід підприємству в прогнозованому періоді.

Варто відзначити, що якщо раніше ризик-менеджмент визначався в першу чергу як правильне реагування на настання ризикової події, то сьогодні його можна розглядати як якісне управління ризиками, головним чином орієнтоване на недопущення виникнення тієї чи іншої несприятливої ситуації.

Ризик-менеджмент - це систематичний процес управління та контролю ризиком, впроваджений в систему управління і пронизливий всім бізнес-процесам, спрямований на досягнення цілей бізнесу, захист інвестицій акціонерів та активів підприємства. Ризик-менеджмент повинен бути основою системи внутрішнього контролю підприємства [3]. Ефективний ризик-менеджмент неможливий без участі в ньому кожного працівника підприємства, в тій чи іншій мірі. Основні вигоди ризик менеджменту полягають в покращенні роботи бізнесу, підвищенні організаційної ефективності.

Процес управління ризиками зазвичай включає виконання наступних процедур:

1. Планування управління ризиками - вибір підходів і планування діяльності з управління ризиками проекту.

2. Ідентифікація (з'ясування) ризиків - визначення тих ризиків, які здатні вплинути на проект, і документування їх характеристик.

3. Якісна оцінка ризиків - якісний аналіз ризиків і умов їх виникнення з метою визначення їх впливу на успіх проекту.

4. Кількісна оцінка - кількісний аналіз ймовірності виникнення та впливу наслідків ризиків на проект

5. Планування реагування на ризики - визначення процедур і методів по ослабленню негативних наслідків ризикових подій і використання можливих переваг, тобто вибір методу управління ризиком.

6. Застосування обраного методу управління ризиком.

7. Моніторинг та контроль ризиків - моніторинг ризиків, виконання плану управління ризиками проекту і оцінка ефективності дій з мінімізації ризиків [2].

Сутність кожного етапу управління ризиками передбачає застосування різних методів. Відповідно сам процес управління ризиками представлено на рисунку 1.

На наш погляд, ризик-менеджмент можна представити, як сукупність методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризиків і приймати рішення по впливу на них.

Ризик-менеджмент як система управління складається з двох підсистем: керованої підсистеми - об'єкта управління і керуючої підсистеми - суб'єкта управління. Об'єктом управління в ризик-менеджменті виступають ризикові вкладення капіталу

і економічні відносини між господарюючими суб'єктами в процесі реалізації ризику.

Для ефективного управління ризиком на підприємствах може створюватися спеціальний підрозділ - відділ управління ризиками.



Рис. 1 - Процес управління ризиком

На чолі стоїть ризик-менеджер, який займається виключно проблемами управління ризиком і координує діяльність усіх підрозділів в плані регулювання ризику і забезпечення компенсації можливих втрат і збитків. Ризик-менеджмент як система управління складається з етапів організації та включає:

- вироблення мети ризику і ризикових вкладень капіталу;
- визначення ймовірності настання події;
- виявлення ступеня і величини ризику;
- аналіз зовнішнього середовища;
- вибір стратегії управління ризиком і необхідною для даної стратегії прийомів управління ризиком і методів його зниження;
- здійснення цілеспрямованого впливу на ризик.

Система управління ризиком представлена на рисунку 2.

Система ризик-менеджменту або система управління ризиками спрямована на досягнення необхідного балансу між отриманням прибутку і скороченням збитків підприємницької діяльності і покликана стати складовою частиною системи менеджменту організації, тобто повинна бути інтегрована в загальну політику підприємства, його бізнес-плани і діяльність. Тільки при виконанні цієї умови застосування системи ризик-менеджменту є ефективним. Ризик це загроза того, що у підприємця з'являться незаплановані витрати, або отримання доходів, нижче тих, які він розраховував отримати. Але ризик не можна розглядати тільки з негативної позиції. До переваг ризик-менеджменту можна віднести:

- використання перспективних можливостей поліпшення означає необхідність персоналу усвідомлювати ризики і володіти необхідними навичками для управління ними;
- зниження фактора невизначеності при здійсненні підприємницької діяльності завдяки адекватному плануванню і підготовленості;
- покращене планування і підвищення ефективності діяльності, що підвищує здатність організації використовувати сприятливі перспективи, скорочувати негативні наслідки і домагатися поліпшення діяльності;
- облік обсягу існуючих ресурсів, підвищення ліквідності активів дозволяє уникати дорогих помилок і домагатися підвищення прибутку від виробничої діяльності;
- поліпшення взаємин із зацікавленими сторонами.



Рис. 2 - Система управління ризиком

В цілому, система ризик-менеджменту, як і будь-яка інша система управління, заснована на трьох базисних компонентах - аналізі, прогнозуванні та контролі - і включає в себе стратегію і тактику ризик-менеджменту. Стратегія управління ризиками визначає основні напрямки ризик-менеджменту і базується на дотриманні принципу беззбитковості діяльності та спрямована на забезпечення оптимального співвідношення між прибутковістю і рівнем прийнятих підприємством ризиків. Тактика управління полягає в конкретних прийомах і методах для досягнення поставленої мети в певних умовах. Завдання тактики полягає у виборі з усіх рішень, які суперечать стратегії, найбільш оптимального рішення і найбільш прийнятних в даній ситуації методів і прийомів управління. Таким чином, ефективність управління ризиком багато в чому залежить від уміння використовувати в повній мірі всі методи і прийоми вирішення і зниження ступеня ризику, тобто використовувати весь існуючий арсенал ризик-менеджменту.

Дуже важливо розділити сфери відповідальності між ризик-менеджером і іншими фахівцями: хто і які рішення приймає, хто і в які терміни їх реалізує, хто і яким чином оцінює результати. Це вимагає чіткої фіксації професійних обов'язків всіх співробітників і відпрацювання їх взаємодії щоб уникнути протиріч, конфлікту інтересів та інших негативних явищ, спровокованих помилками управління.

Зі свого боку управління ризиком може впливати на інші області менеджменту, наприклад, таких областей, як:

- 1) ціноутворення (облік ризику різних операцій і витрат на його зниження в цінах);
- 2) технологічний інновації (вивчення ризиків, характерних для тієї чи іншої технології, і надійності використовуваного обладнання);
- 3) зміна структури організації (перемикання ресурсів підприємства з збиткових або менш прибуткових напрямків бізнесу на більш прибуткові неможливо без дослідження пов'язаних з ними ризиків);
- 4) фінансовий менеджмент (аналіз впливу аварій і нещасних випадків на грошові потоки організації і, отже, на фінансове становище);
- 5) стратегічний розвиток бізнесу (будь-яке рішення щодо розвитку нових продуктів, напрямків бізнесу або географічної диференціації ринків має брати до уваги розподіл ризиків і можливі методи їх зниження).

Тому менеджери з інших областей також повинні мати уявлення про управління ризиком.

Процес управління ризиками змушує співробітників підприємства виявляти зацікавлені внутрішні та зовнішні сторони і виробляти двосторонній діалог між ними і керівництвом. Такий комунікаційний канал забезпечує підприємство відомостями про те, як зацікавлені сторони будуть реагувати на зміни в її діяльності; підвищення якості інформації для прийняття рішень; зростання ділової репутації, тобто уявлення підприємства як надійного партнера на ринку, керуючого своїми фінансовими та виробничими ризиками; контроль виробничого процесу і ходу реалізації інвестиційних проектів

Висновки.

Для подолання наслідків ризику необхідна наявність великих грошових коштів, тому підприємства розробляють ефективні рішення по мінімізації ризику. В основі управління ризиками лежить всебічний аналіз фінансово-економічних, виробничих, технологічних і інших чинників, здатних вплинути на результати діяльності підприємства. Необхідно надавати значення не тільки існуючих ризиків, але і передбачити потенційні, щоб вчасно вжити заходів по їх скороченню.

Також на підприємствах з метою підвищення безпеки слід постійно проводити роботу щодо зниження ризиків і ліквідації джерел їх виникнення. Особливу увагу слід приділяти питанням формування ефективної системи управління ризиками підприємств.

Головна мета системи управління ризиками підприємств - досягти максимального ступеня

керуваності ризиком. Тому особлива увага приділяється постійному вдосконаленню управління ризиком в різних ситуаціях. Управлінський ризик як багатofакторна категорія менеджменту досліджується в динаміці цілеспрямованого циклічного процесу управління.

Отже, з метою підвищення безпеки підприємств доцільно системно підходити до нейтралізації ризиків, які дозволяють поліпшити результати їх господарської діяльності.

Список літератури

1. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
2. Балабанов І.Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 192 с.,
3. Гончаров В.М. Розробка ефективних механізмів управління ризиками в підприємницькій діяльності / В.М. Гончаров, Ж.Б. Рахметулліна // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 5. – С. 76-81.
4. Ілляшенко С. М. Економічний ризик : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 220 с.
5. Ніколайчук М. В. Управління фінансовими ризиками на підприємствах реального сектору економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук; спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит" / М.В. Ніколайчук – МОН України, ДВНЗ "КНЕУ ім. В. Гетьмана". – К. : [ЦП "Компринт"], 2013. – 21 с.
6. Хохлов Н.В. Управление риском: Учебн. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с.
7. Ястремська О. М. Ризик у процесі інвестиційної діяльності / О. М. Ястремська // Наукові праці Дон НТУ. – Серія: Економічна. – Вип. 31-1. – Донецьк: ДНТУ, 2007. – С. 56-60.
8. Шматко Н. М. Рекомендації щодо оцінки складових фінансового потенціалу гнучкості машинобудівного підприємства / Н. М. Шматко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 25. – С. 79-85.
9. Шматко Н. М. Розвиток інноваційної політики України з використанням маркетингу інновацій / Н. М. Шматко, М. С. Пантелєєв // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 37 (1313). – С. 50-56.
10. Шматко Н.М. Підходи до формування синергетичного ефекту в економіці [Текст] / Н.М.Шматко// Вісник економіки

транспорту і промисловості: Збірник науково -практичних статей.– Харків. УкрДАЗТ–2013. – № 43.– С. 103 –106

References (transliterated)

1. Vitlinskyi V.V. Ryzikolohiia v ekonomitsi ta pidpriemnytstvi : monohrafiia [Riscology in economics and business]. – Kyev. : KNEU, 2004. – 480 p.
2. Balabanov Y.T. Rysk-menedzhment. [Risk management]– Moskva.: Fynansi y statystyka, 1996. – 192 p.
3. Honcharov V.M. Rozrobka efektyvnykh mekhanizmiv upravlinnia ryzykamy v pidpriemnytskii diialnosti [Development of effective risk management mechanisms in business] Aktualni problemy ekonomiky. – 2014. – no 5. – pp. 76-81.
4. Illiashenko S. M. Ekonomichnyi ryzyk : navchalnyi posibnyk [Economic risk] –Tsentr navchalnoi literatury, Ketv. : 2004. –220 p.
5. Nikolaichuk M. V. Upravlinnia finansovymy ryzykamy na pidpriemstvakh realnoho sektoru ekonomiky [Financial risk management in enterprises of the real sector of the economy] Extended abstract of candidate's thesis. – Kyev. 2013. – 21 p.
6. Khokhlov N.V. Upravlyenie ryskom: Uchebn. posobyie dlia vuzov. [Економічний ризик]– YuNYTY-DANA Moskva., 1999. – 239 p.
7. Yastremska O. M. Ryzik u protsesi investytsiinoi diialnosti [Risk in the process of investment activity] Naukovi pratsi Don NTU. – Serii: Ekonomichna. – Donetsk: DNTU, no 31-1. – 2007. – pp. 56-60.
8. Shmatko N. M. Rekomendatsii shchodo otsinky skladovykh finansovoho potentsialu hnuchkosti mashynobudivnoho pidpriemstva [Recommendations for assessing the components of the financial potential of the flexibility of the machine-building enterprise]Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): coll. Science. ave.] – Kharkiv : NTU "KhPI", 2011. – no 25. – pp. 79-85.
9. Shmatko N. M. Pantelieiev M. S Rozvytok innovatsiinoi polityky Ukrainy z vykorystanniam marketynhu innovatsii [Development of innovation policy of Ukraine with the use of innovation marketing] Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.[Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences): coll. Science. ave.] – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – no 37 (1313). – pp. 50-56.
10. Shmatko N.M.Pidkhody do formuvannia synerhetychnoho efektu v ekonomitsi [Approaches to the formation of a synergetic effect in the economy] Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti: Zbirnyk naukovy -pratychnykh statei.– Kharkiv. UkrDAZT–2013. – no 43.– pp. 103 –106

Надійшла (received).12.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Кармінська-Белоброва Марина Володимирівна (Карминская-Белоброва Марина Владимировна, - Karminska-Bielobrova Maryna Volodymyrivna) - кандидат наук з державного управління, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна, ORCID:0000-0001-7978-866X, тел. (050) 520-33-25, e-mail: masha_kb@ukr.net

Шматко Наталія Михайлівна (Шматко Наталья Михайловна, Shmatko Nataliia Mihailovna)- доктор економічних наук Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професоркафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна;ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4909-252X>;e-mail:shmatko.khpi@gmail.com

Н.М.ВОЛОСНИКОВА**ДОСЛІДЖЕННЯ СТІЙКОСТІ ЗАГАЛЬНОЇ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УБЕЗПЕЧЕННЯ**

Метою статті є визначення механізму функціонування й підвищення стійкості загальної системи корпоративного забезпечення. При цьому створюється абстрактна та концептуальна модель системи корпоративного забезпечення, яка описується математично або функціонально та служить для оптимізації відносин між елементами і рівнями наслідків впливу інформаційної складової, як суттєвого фактора, спрямованого на підвищення економічної ефективності системи корпоративного забезпечення. Виділено структуру системи, як сукупності замкнених елементів, які об'єднані в систему певними зв'язками та є залежними один від одного. Проаналізовано систему корпоративного забезпечення з точки зору надійності. Зроблено висновок, що найбільш поширеною причиною порушення цілісності загальної системи корпоративного забезпечення є втрата стійкості. Стійкість системи розглядається, як здатність даної системи нормально функціонувати та протистояти різним неминучим впливам явищ в мікро- та макроекономічному середовищі. Під стійкістю системи корпоративної безпеки розуміється здатність динамічної системи повертатися в рівноважний стан після закінчення дії обурення, який порушив цю рівновагу. Виділено три види криз залежно від механізмів розвитку та характеру стійкості загальної системи корпоративного забезпечення, а саме критична ситуація системи корпоративного забезпечення, кризовий стан, катастрофи. Запропоновано кількісні характеристики показників надійності загальної системи корпоративного забезпечення.

Ключові слова: системність; промислове підприємство; діалектичні принципи; системний аналіз; система корпоративного забезпечення; системи надійності; система стійкості; імовірність відмови; імовірність відновлення

Н.Н.ВОЛОСНИКОВА**ИССЛЕДОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ ОБЩЕЙ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Целью статьи является определение механизма функционирования и повышения устойчивости общей системы корпоративной безопасности. При этом создается абстрактная и концептуальная модель системы корпоративной безопасности, которая описывается математически или функционально и служит для оптимизации отношений между элементами и уровнями последствий влияния информационной составляющей, как существенного фактора, направленного на повышение экономической эффективности системы корпоративной безопасности. Выделено структуру системы, как совокупности замкнутых элементов, объединенных в систему определенными связями и зависимыми друг от друга. Проанализирована система корпоративной безопасности с точки зрения надежности. Сделан вывод, что наиболее распространенной причиной нарушения целостности общей системы корпоративной безопасности является потеря устойчивости. Устойчивость системы рассматривается, как способность данной системы нормально функционировать и противостоять различным неизбежным воздействиям явлений в микро- и макроэкономической среде. Под устойчивостью системы корпоративной безопасности понимается способность динамической системы возвращаться в равновесное состояние после окончания действия возмущения, которое нарушило это равновесие. Выделены три вида кризисов в зависимости от механизмов развития и характера устойчивости общей системы корпоративной безопасности, а именно критическая ситуация системы корпоративной безопасности, кризисное состояние, катастрофы. Предложены количественные характеристики показателей надежности общей системы корпоративной безопасности.

Ключевые слова: системность; промышленное предприятие; диалектические принципы; системный анализ; система корпоративной безопасности; системы надежности; система устойчивости; вероятность отказа; вероятность восстановления

N.VOLOSNIKOVA**RESEARCH OF SUSTAINABILITY OF THE GENERAL CORPORATE SECURITY SYSTEM**

The purpose of the article is to determine the mechanism of functioning and increase the stability of the general system of corporate security. This creates an abstract and conceptual model of the corporate security system, which is described mathematically or functionally and serves to optimize the relationship between the elements and levels of consequences of the information component, as a significant factor aimed at improving the economic efficiency of the corporate security system. The structure of the system is distinguished as a set of closed elements that are connected to the system by certain connections and are interdependent. The system of corporate security from the point of view of reliability is analyzed. It is concluded that the most common reason for the violation of the integrity of the overall corporate security system is the loss of stability. System resilience is seen as the ability of a system to function properly and withstand the various inevitable effects of phenomena in the micro- and macroeconomic environment. There are three types of crises depending on the mechanisms of development and the nature of the stability of the overall corporate security system, namely the critical situation of the corporate security system, the crisis, disasters. Quantitative characteristics of indicators of reliability of the general system of corporate security are offered.

Keywords: systematic; industrial enterprise; dialectical principles; system analysis; corporate security system; reliability systems; stability system; probability of failure; probability of recovery

Вступ. У концепції безпечної корпоративної організованості та системності промислових підприємств упор робиться переважно на розробку нових діалектичних принципів наукового мислення, логічного аналізу складних об'єктів з урахуванням їх взаємозв'язку і суперечливих тенденцій.

У процесі системного аналізу створюється абстрактна та концептуальна модель системи корпоративного забезпечення, яка описується математично або функціонально та служить для оптимізації відносин між елементами і рівнями. Метою побудови даної моделі є розробка адекватного уявлення реальної системи корпоративної безпеки. У зв'язку з тим, що структура системи корпоративної

безпеки досить складна, а в часовій динаміці стає ще більш складною, її відповідність реальним умовам можлива тільки при достатньому рівні формалізації. Формалізовані моделі системи корпоративної безпеки можуть бути, як кількісними, так і якісними. Важливо щоб для них були визначені умови застосування та задачі оптимізації, які вирішують складні і проблемні ситуації, що пов'язані з корпоративним забезпеченням.

Аналіз останніх досліджень та літератури.

Проблеми корпоративної безпеки в умовах розвинутої ринкової й трансформаційної економіки широко досліджуються науковцями, серед яких можна назвати В.Є.Духова, Я.А.Жаліло, М.П.Капустіна, А.В.Кирієнка, Г.В.Козаченко, ВА.Ліпкана,

О.М.Ляшенко, Н.О.Подлужної, В.П.Пономарьова, П.Я.Пригуновата ін.

Проте деякі теоретичні, методологічні і практичні аспекти потребують подальших досліджень, тому що результати досліджень не дають комплексної уяви особливості процесів, механізму функціонування й підвищення стійкості загальної системи корпоративного забезпечення.

Метою статті є визначення наслідків впливу стійкості, як суттєвого фактора, спрямованого на підвищення економічної ефективності системи корпоративного забезпечення.

Для уточнення та структурування складної системи корпоративного забезпечення, в якій доцільно виділяти впливаючі на неї елементи, підрелементи, системи, підсистеми при вирішенні задач потрібно формалізація і структуризація, що дозволяє застосовувати практичні наукові знання. Для цього необхідна формалізована модель системи. При цьому

система корпоративного забезпечення вивчається з різних точок зору на основі застосування різних формалізованих моделей, тому для всебічного наукового вивчення системи корпоративної безпеки може бути задіяні безліч моделей.

Вербальне зображення системи для більш точного опису функціонування вимагає досить чіткої деталізації процесів. Необхідно виділити структуру системи, як сукупності замкнених елементів, які об'єднані в систему певними зв'язками та є залежними один від одного. З точки зору надійності загальна система корпоративного забезпечення повинна мати (рис. 1):

- 1) конкретні вимоги та умови до функціонування загальної системи корпоративної безпеки та її окремих локальних елементів корпоративної безпеки;
- 2) певну інтегровану мету;
- 3) ієрархічну структуру.

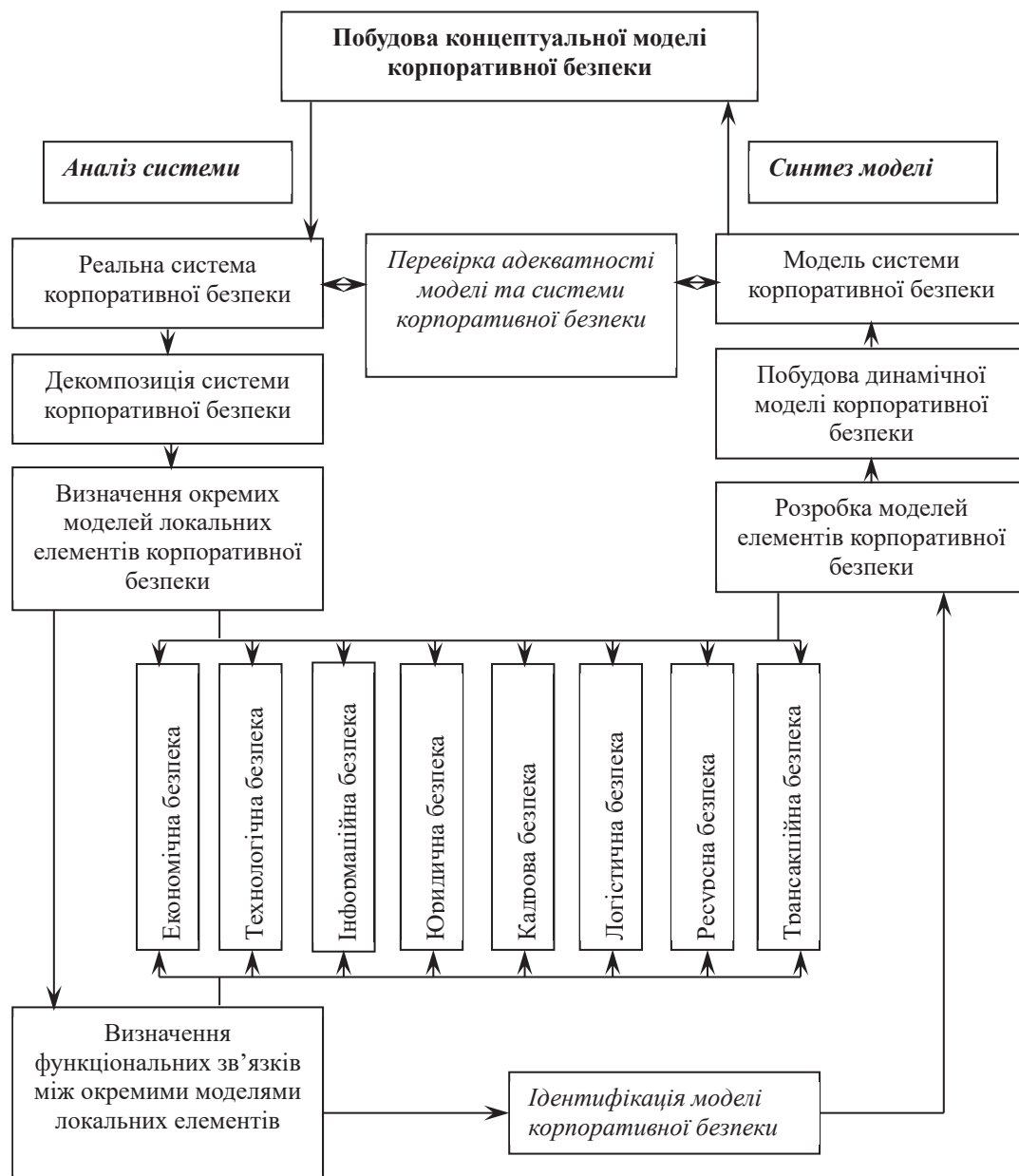


Рис. 1 – Схема формування моделі системи корпоративного забезпечення

Представимо загальну систему корпоративного забезпечення та відокремимо з цієї системи окремі локальні елементи, функціонування яких спрямоване на досягнення загальної корпоративної мети [1, 2]. Зазначену систему можна формально визначити у вигляді наступних параметрів:

$$\text{Corporate Security} \langle \text{Goal}, \text{CS}_i, \text{Pr}_i, \text{CAG}, t_i \rangle,$$

де *Corporate Security* – загальна система корпоративного забезпечення;

Goal – мета загальної системи корпоративного забезпечення;

CS_i – окремі локальні елементи корпоративного забезпечення;

Pr_i – множина процесів на різних рівнях окремих локальних елементів корпоративного забезпечення;

CAG – умови досягнення загальної корпоративної мети;

t_i – час досягнення загальної корпоративної мети.

При нормальному функціонуванні окремих локальних елементів загальна система корпоративного забезпечення працює без збоїв. У разі дисфункціональності будь-якого окремого локального елемента порушується цілісність загальної системи. Як правило, таке порушення, не приводить до глобальної кризи, тому що автономне функціонування інших елементів корпоративної безпеки хоча і відчуває деякі впливи ззовні, але не втрачає своєї самостійності. Тільки в разі вибухового характеру порушень в окремих локальних елементах корпоративної безпеки, що призводить до вибухових порушень в інших локальних елементах корпоративної безпеки за різноспрямованим вектором може привести до глобальної кризи загальної корпоративної безпеки.

Найбільш поширеною причиною порушення цілісності загальної системи корпоративного забезпечення є втрата стійкості. Стійкість системи управління системою, так само можна розглядати, як здатність даної системи нормально функціонувати та протистояти різним неминучим впливам явищ в мікро- та макроекономічному середовищі. Стан системи корпоративного забезпечення можна вважати стійким, якщо відхилення від нього залишається як завгодно малим при будь-яких досить малих змінах вхідних

сигналів в мікро- та макроекономічному середовищі. Втрата стійкості означає появу в системі корпоративної безпеки процесів, що не піддаються управлінню і призводять до руйнування цілісності. Причиною втрати стійкості можуть бути протиріччя, як внутрішнього характеру (між загальною системою корпоративної безпеки та окремими локальними елементами корпоративної безпеки), так і зовнішнього (між загальною системою корпоративної безпеки та макроекономічним середовищем).

Вимога стійкості для системи корпоративного забезпечення відноситься до числа необхідних, але не може вважатися достатньою. Система корпоративної безпеки може бути досить стійкою до вхідних сигналів мікро- та макроекономічного середовища, але час загасання та відновлення функціональної стабільності настільки велике, що практично дана система не може бути ефективно використана. Тому система повинна бути не тільки стійкою, але мати певний допустимий перехідний процес від збурюючих впливів мікро- та макроекономічного середовища до відновлення функціональної стабільності (рис. 2).

Система корпоративного забезпечення знаходиться в стані рівноваги, якщо при відсутності впливу на систему факторів мікро- та макроекономічного середовища, помилка управління (різниця між заданим і фактичним станом системи корпоративної безпеки) прагне до нуля. Під стійкістю системи корпоративної безпеки розуміється здатність динамічної системи корпоративної безпеки повертатися в рівноважний стан після закінчення дії обурення, який порушив цю рівновагу. Нестійка система корпоративної безпеки після впливу обурення мікро- та макроекономічного середовища віддаляється від рівноважного стану або починає здійснювати навколо нього коливання з наростаючою амплітудою.

Стійкість функціонування загальної системи корпоративного забезпечення складається з великої групи факторів, які безпосередньо впливають на стійкість. Втрата стійкості може статися через зміну параметрів окремих елементів корпоративної безпеки, наявності непередбачених при формуванні системи факторів мікро- та макроекономічного середовища, або при порушенні зв'язків в системі, коли має місце структурна нестійкість.

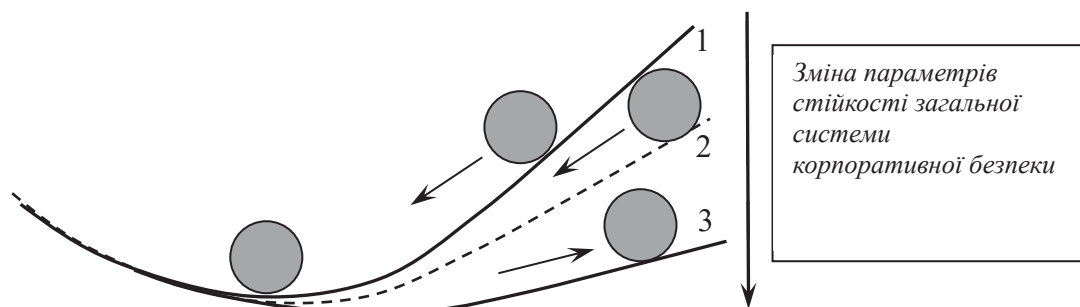


Рис. 2 – Вплив групи факторів на зміну стійкості загальної системи корпоративної безпеки

Щоб сформувати систему корпоративного забезпечення, треба крім вимог стійкості задовольняти вимогам керованості.

В.Н. Іванов розуміє керованість як «відношення між керуючою здатністю органу управління та складністю об'єкта управління» [3, с. 249], а по А.В. Тихонову керованість – це реальна можливість раціонального втручання та впливу на процес в бажаному для суспільства напрямку [4, с. 121]. Згідно В.Л. Тамбовцев, «управління як категорія характеризує керуючу систему, що включає об'єкт управління та систему управління, містить як мінімум два аспекти. По-перше, це наявність принципової можливості цілеспрямовано впливати на об'єкт управління. По-друге, це адекватність засобів, використовуваних системою управління для впливу на об'єкт управління» [5, с. 3]. Е. Демінг зазначає, що результати більшості видів управління не підлягають вимірюванню, а ефект змін від дій керівництва може проявитися через кілька місяців і навіть років [4, с. 62].

Керованість системою корпоративного забезпечення – одне з найважливіших властивостей системи управління, яке описує можливість перевести систему з одного стану в інший. Керованість системою корпоративної безпеки це характеристика системи виконувати завдання по досягненню конкретних цілей. Тут доцільно виділити два основних компоненти:

1) можливість впливати на параметри стану системи корпоративної безпеки, в яких фіксується конкретна мета;

2) достатність ресурсного забезпечення для руху по траєкторії у напрямку до конкретної мети.

Локальні випадки керованості та захисту окремими елементами корпоративної безпеки складають обов'язкові умови функціонування загальної системи корпоративного забезпечення. Ефективність таких заходів залежить від знання властивостей системи окремих локальних елементів корпоративної безпеки і здатності передбачати можливі загрози. Однак для досягнення впевненості в безпеці загальної системи корпоративної безпеки

повинні бути передбачені глобальні заходи щодо ліквідації загроз в небезпеку. В даному випадку, глобальність обмежується кордонами загальної системи корпоративного забезпечення.

Природна стійкість системи корпоративного забезпечення передбачає таку структуру системи окремих локальних елементів корпоративного забезпечення, при якій їх узгоджене функціонування здійснюється на основі внутрішньої здатності до самоорганізації. В цьому випадку збої в одній підсистемі окремих локальних елементів корпоративної безпеки можуть привести до переструктуризації окремих елементів системи, уповільнити її розвиток, але не порушуючи цілісності загальної системи корпоративної безпеки. Стійкість загальної системи корпоративної безпеки зберігається навіть при наявності деяких дезінтеграційних процесів [6, с. 248].

Стан це миттєва характеристика системи корпоративного забезпечення, що забезпечує певні властивості системи в конкретний момент часу. Стан визначається через вхідні дії та вихідні результати, також через дію факторів мікро- та макроекономічного середовища. Стан системи корпоративної безпеки може бути статичним та динамічним. Статистична системи корпоративної безпеки – це система стабільного стану. Динамічна системи корпоративної безпеки – це система з безліччю станів, що з плином часу переходить з одного стану в інший під впливом факторів мікро- та макроекономічного середовища.

З урахуванням того що стійкість різних окремих локальних елементів корпоративного забезпечення по відношенню до впливів факторів мікро- та макроекономічного середовища різна, загальна стійкість системи визначається найменш стійким зв'язком або слабкою ланкою в системі.

Залежно від механізмів розвитку та характеру стійкості загальної системи корпоративного забезпечення виділяють три види криз (рис. 3):

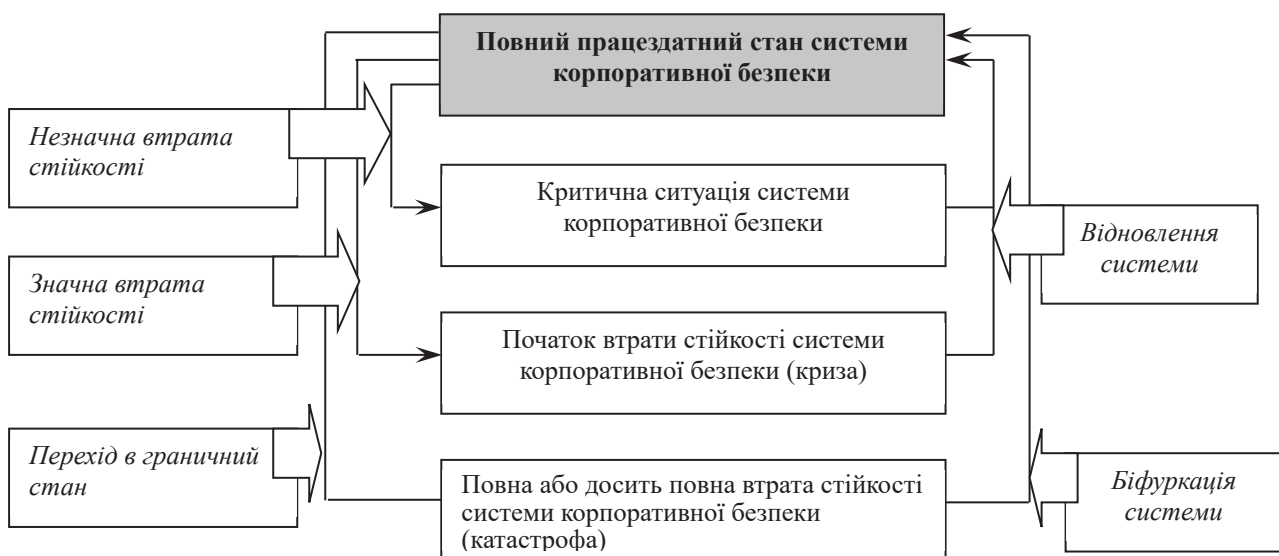


Рис. 3 – Стан загальної системи корпоративного забезпечення

1) критична ситуація системи корпоративного забезпечення – це коли порушення стійкості системи долається шляхом адаптації системи корпоративної безпеки до змін мікро- та макроекономічного середовища;

2) кризовий стан, тобто початок втрати стійкості системи корпоративного забезпечення – це має місце коли даний процес через дію факторів мікро- та макроекономічного середовища не призводить до розпаду системи корпоративної безпеки;

3) катастрофи, повна або досить повна втрата стійкості системи корпоративного забезпечення – система руйнується, можливо елементи системи частково зберігаються, але системоутворюючі ознаки системи корпоративної безпеки зникають.

Збереження стійкості різних окремих локальних елементів корпоративного забезпечення по відношенню до впливів факторів мікро- та макроекономічного середовища доцільно звести до досягнення стану гомеостазу системи корпоративної безпеки. Це такий стан системи корпоративного забезпечення, при якому дотримується деяка динамічна рівновага окремих локальних елементів корпоративної безпеки, що гарантує підтримку значень загальних параметрів в певному безпечному діапазоні, який визначає ефективне функціонування системи корпоративної безпеки. Крім того, стан гомеостазу системи корпоративної безпеки можна також розглядати як, прагнення даної системи долати опір зовнішньому середовищу [7, 8, 9].

Існують два основних етапи аналізу надійності функціонування системи корпоративного забезпечення:

1) перший етап називається апіорним аналізом надійності системи корпоративної безпеки. Цей аналіз передбачає відомі кількісні характеристики надійності різних окремих локальних елементів системи корпоративної безпеки. Для внутрішніх елементів, у яких ще немає достатніх кількісних характеристик надійності, їх враховують за аналогією з характеристиками аналогічних елементів інших підприємств. Таким чином, апіорний аналіз базується на апіорних (імовірнісних) характеристиках надійності системи корпоративної безпеки, які достатньо приблизно відображають дійсні процеси. Проте, цей апіорний аналіз дозволяє виявити слабкі з точки зору надійності місця в системі корпоративної безпеки та вжити необхідні заходи щодо їх усунення.

2) другий етап називається апостеріорним аналізом надійності системи корпоративної безпеки. Його проводять на підставі статистичної обробки економічних даних про працездатність, стійкість та відновленість різних окремих локальних елементів корпоративної безпеки. Ці оцінки отримують методами економіко-математичної статистики за результатами спостережень за системою корпоративної безпеки.

У будь-якому випадку під аналізом надійності системи корпоративної безпеки слід розуміти визначення конкретних значень показників надійності системи (апіорний аналіз), або статистичних оцінок

показників надійності (апостеріорний аналіз).

Показниками надійності називають кількісні характеристики одного або декількох властивостей системи корпоративного забезпечення, що визначають надійність різних окремих локальних елементів корпоративного забезпечення або загальної.

Розрізняють два основних види показників надійності системи корпоративного забезпечення:

1) одиничний показник надійності системи – це кількісна характеристика одного з розглянутих раніше властивостей системи.

2) комплексний показник надійності системи – це інтегрована кількісна характеристика, що визначає два або більше властивостей надійності системи корпоративної безпеки одночасно.

Вибір показників надійності системи корпоративного забезпечення багато в чому залежить від призначення різних окремих локальних елементів корпоративної безпеки та характеру їх функціонування. При виборі показників надійності слід мати на увазі, що ці показники повинні достатньо повно описувати надійнісні властивості системи, бути зручними для аналітичного розрахунку та допускати можливість переходу до показників якості та ефективності.

Кількісна оцінка надійності окремих локальних елементів корпоративного забезпечення та системи корпоративного забезпечення в цілому проводиться зазвичай за допомогою як одиничних показників, так і комплексних показників надійності системи, що визначають властивості безвідмовності і відновлюваності системи корпоративної безпеки.

Для проведення аналізу надійності загальна система корпоративного забезпечення розглядається з точки зору різних окремих локальних елементів корпоративного забезпечення, щоб отримати прийнятну точність оцінки надійності. Потім розраховуються показники надійності корпоративного забезпечення для визначення слабких місць системи та визначається спосіб підвищення ступеня надійності.

Розподіл заданої надійності загальної системи корпоративного забезпечення за різними окремими локальними елементами потребує вирішення такого нерівності:

$$f(R_1, R_2, R_3, \dots, R_n) \geq R^*,$$

де R^* – розподіл заданої надійності загальної системи корпоративної безпеки;

f – функціональне співвідношення між локальними елементами корпоративної безпеки та загальною системою корпоративної безпеки.

R_i – задана ймовірність безвідмовного функціонування i -го окремого локального елемента корпоративної безпеки.

Ефективність функціонування системи корпоративного забезпечення може змінюватися від нуля, що означає повне припинення роботи промислового підприємства, до деякої передбаченої задалегідь величини за фактичною надійності

системи корпоративної безпеки. На основі ретельного вибору окремих локальних елементів корпоративної безпеки та їх структурної побудови можна забезпечити високу ступінь надійності системи корпоративної безпеки.

До показників надійності загальної системи корпоративного забезпечення варто віднести такі кількісні характеристики:

1) Ймовірність безвідмовної роботи системи корпоративного забезпечення (рис. 4) – це ймовірність безвідмовної роботи на заданому інтервалі часу, тобто ймовірність того, що робота до першої кризи перевищує величину t та на зазначеному проміжку часу збій не виникне.

Якщо позначити момент початку роботи за початок відліку, то ймовірність безвідмовної роботи системи корпоративної безпеки на заданому інтервалі часу можна записати у вигляді функції надійності:

$$p(t) = P\{\xi > t\}, t \geq 0,$$

де $p(t)$ – ймовірність безвідмовної роботи системи корпоративної безпеки;

ξ – час першої кризи;

t – заданий інтервал часу.

З огляду на, що в момент початку роботи системи корпоративної безпеки працездатна та $p(0) = 1$, функція $p(t)$ є монотонно спадною від 1 до 0. Очевидним є факт, що $p(\infty) = 0$ система корпоративної безпеки при $t \rightarrow +\infty$ в певний момент часу досягне кризи, тобто відмовить. Ймовірність безвідмовної роботи системи корпоративної безпеки – це ймовірність того, що за певний час t кризового стану в системі не відбудеться.

2) Ймовірність відмови системи корпоративного забезпечення (рис. 4) – це ймовірність того, що перша криза відбудеться через деякий час, який не перевищує зазначеного проміжку часу t . Дана подія

може бути представлено у вигляді функції ненадійності:

$$q(t) = P\{\xi \leq t\} = 1 - p(t), t \geq 0,$$

де $q(t)$ – ймовірність відмови системи корпоративної безпеки.

3) Ймовірність відновлення системи корпоративного забезпечення (рис. 5) називається ймовірність того, що після моменту настання відмови працездатність системи корпоративного забезпечення буде відновлена за час t , що не перевищує заданий час.

Ймовірність відновлення системи корпоративного забезпечення можна записати у вигляді функції такого вигляду:

$$p_e(t) = P\{\eta \leq t\}, t \geq 0,$$

де $p_e(t)$ – ймовірність відновлення системи корпоративної безпеки.

4) Ймовірність невідновлення системи корпоративного забезпечення (рис. 5) на заданому інтервалі часу, це ймовірність того, що $\eta > t$ та можна описати таким чином:

$$q_e(t) = P\{\eta > t\}, 1 - p_e(t),$$

де $q_e(t)$ – ймовірність невідновлення системи корпоративного забезпечення.

У зв'язку зі специфічними особливостями загальної системи корпоративного забезпечення, її слід розглядати як сукупність суб'єктивних складових окремих локальних елементів корпоративної безпеки, таких як економічна, технологічна, інформаційна, юридична, кадрова, транзакційна, логістична та ресурсна безпека, що взаємопов'язані та взаємодіючі між собою.

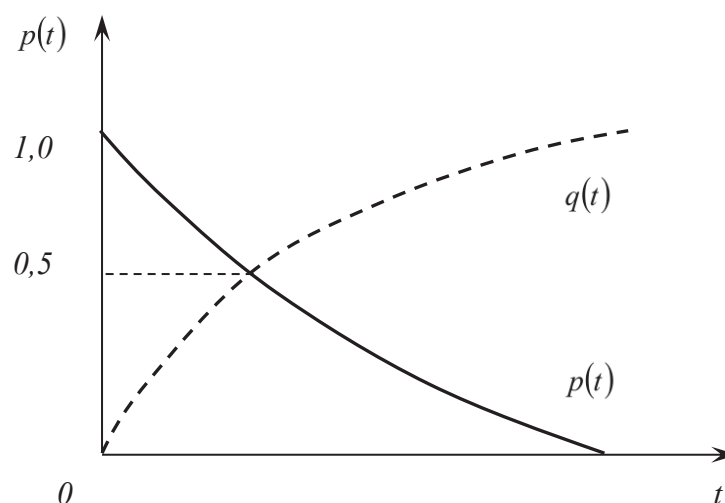


Рис. 4 – Ймовірність безвідмовної роботи та ймовірність відмови системи корпоративного забезпечення

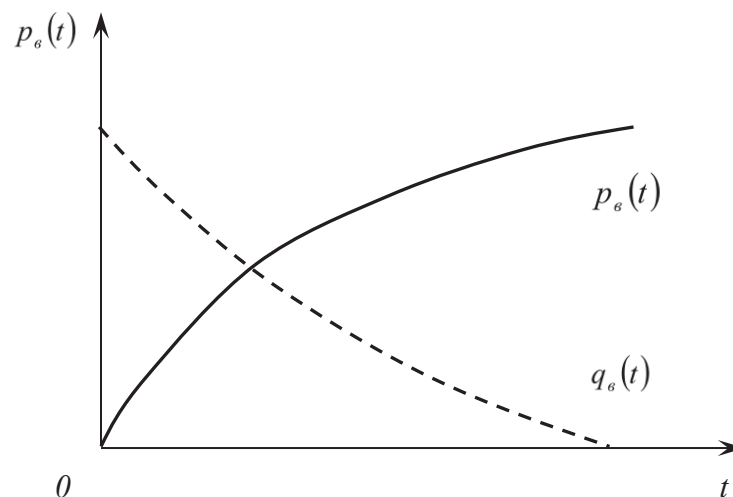


Рис. 5 – Імовірність відновлення та невідновлення системи корпоративного уозезпечення

Перевірка адекватності моделі та системи корпоративного уозезпечення повинна показувати, як вона реагує на зміни у мікро- та макроекономічному середовищі [10, с. 478-495; 11, с. 72-73; 12]. При аналізі системи корпоративної безпеки здійснюється її декомпозиція з визначення окремих моделей локальних елементів корпоративної безпеки та встановленням характеристик структурних елементів та зв'язків, а при синтезі має місце агрегування окремих моделей локальних елементів корпоративної безпеки. Слід брати до уваги, що проблема відповідності між реальною системою корпоративної безпеки та моделлю системи корпоративної безпеки досить складна, тому нами розглянута концептуальна модель, що відноситься до метиорієнтованих систем комплексної корпоративної безпеки.

Список літератури

1. Спицнадель В.Н. *Основы системного анализа*: Учебн. пособие. СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2000. – 326 с.
2. Могилевский В.Д. *Методология систем: вербальный подход*. М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 251 с.
3. *Основы современного социального управления: теория и методология*: учеб. пособие / под ред. В. Н. Иванова. – М.: Экономика, 2000. – 271 с.
4. Тихонов А. В. *Социология управления. Теоретические основы*. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. – 324 с.
5. Тамбовцев В. Л. *Государство и переходная экономика: пределы управляемости*. – М., 1997. – 125 с.
6. Аккоф Р. *Планирование будущего корпорации* / Р. Аккоф. – М.: Прогресс, 1985. – 431 с.
7. Ареф'єва О.В. *Планування економічної безпеки підприємств* / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузьменко. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 170 с.
8. Бандурка О. М. *Основы экономической безопасности* / О. М. Бандурка, В. С. Духов, К. Я. Петрова, І. М. Черв'яков. – Х. : Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003. – 236 с.
9. Рапопорт А. *Общая теория систем*. – М.: «Мир», 1966. – С. 325.
10. Аккоф Р. Л., Сасиени М. *Методы исследования операций* / Пер. с англ.– М.: Мир, 1971.– 536 с.
11. Нагуманова Р.В. *Контроллинг как современный метод управления субъектами различных сфер деятельности* / Р.В. Нагуманова, А.И. Сабирова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та,

2016. – 82 с.

12. Карминский А.М. *Контроллинг в бизнесе: методологические и практические основы построения контроллинга в организациях* /А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 256 с.

References (transliterated)

1. Spicnadel V.N. *Osnovy sistemnogo analiza* [Fundamentals of Systems Analysis]: Uchebn. posobie. SPb.: Izd. dom «Biznes-pressa», 2000. – 326 p.
2. Mogilevskij V.D. *Metodologiya sistem: verbalnyj podhod* [Systems Methodology: Verbal Approach]. Moscow: OAO «Izdatelstvo «Ekonomika», 1999. – 251 p.
3. *Osnovy sovremennogo socialnogo upravleniya: teoriya i metodologiya* [Foundations of modern social management: theory and methodology]: ucheb. posobie / pod red. V. N. Ivanova. – Moscow: Ekonomika, 2000. – 271 p.
4. Tihonov A. V. *Sociologiya upravleniya. Teoreticheskie osnovy* [Sociology of management. Theoretical basis]. – SPb.: Izd-vo SPbGU, 2000. – 324 p.
5. Tambovcev V. L. *Gosudarstvo i perehodnaya ekonomika: predely upravlyaemosti* [State and transitional economy: limits of manageability]. – Moscow, 1997. – 125 p.
6. Akkof R. *Planirovanie budushhego korporacii* [Planning the future of the corporation] – Moscow: Progress, 1985. – 431 p.
7. Aref'yeva O.V. *Planuvannya ekonomichnoyi bezpeki pidpriemstv* [Economic security planning of enterprises] / O. V. Aref'yeva, T. B. Kuzmenko. – Kiev: Vid-vo Yevrop. un-tu, 2005. – 170 p.
8. Bandurka O. M. *Osnovi ekonomichnoyi bezpeki* [Fundamentals of economic security] / O. M. Bandurka, V. Ye. Duhov, K. Ya. Petrova, I. M. Cherv'yakov. – H. : Vid-vo Nac. un-tu vnutr. sprav, 2003. – 236 p.
9. Rapoport A. *Obshaya teoriya sistem* [General systems theory]. – Moscow: «Mir», 1966. – p. 325.
10. Akof R. L., Sasieni M. *Metody issledovaniya operacij* [Operations Research Methods] / Per. s angl.– Moscow: Mir, 1971.– 536 p.
11. Nagumanova R.V. *Kontrolling kak sovremennyy metod upravleniya subektami razlichnyh sfer deyatelnosti* [Controlling as a modern method of managing subjects of various fields of activity] / R.V. Nagumanova, A.I. Sabirova. – Kazan: Izd-vo Kazan. un-ta, 2016. – 82 p.
12. Karminskij A.M. *Kontrolling v biznese: metodologicheskie i prakticheskie osnovy postroeniya kontrollinga v organizacijah* [Controlling in Business: Methodological and Practical Foundations of Building Controlling in Organizations] /A.M. Karminskij, N.I. Olenev, A.G. Primak, S.G. Falko. – Moscow: Finansy i statistika, 1998. – 256 p.

Надійшла (received) 15.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Волоснікова Наталія Миколаївна (Волосникова Наталья Николаевна, Volosnikova Nataliia) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри загальної економічної теорії, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»: (066)6546909, Nataliia.Volosnikova@khpi.edu.ua

Т.І. КОЛЯДА, М.П. ГОРБУНОВ, О.Ю. ЛІНЬКОВА

УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ РЕСУРСАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджується технологічний менеджмент як основа розвитку підприємства. Проаналізовано наявні підходи до тлумачення змісту технологічних інновацій з метою обґрунтування наукової методології цієї царини знань та виду функціонального менеджменту. Проведено аналіз інструментів технологічного менеджменту, який передбачає використання сучасних методів, форм і способів аналізу, оцінки та впровадження нових технологій (технологічний аудит, консалтинг і трансферт). Описано функції управління технологічними ресурсами, такі як оптимізація, збагачення, захист. З'ясовано, що технологічні інновації є основою економічного зростання і процвітання населення кожної країни. Виділено фактори, які визначають обсяги інноваційних інвестицій, ефективність інновацій, поширення інновацій та імітацій, а також форми інноваційної конкуренції. Окреслено, що для реалізації задач управління технологічними ресурсами, необхідний системний підхід щодо реалізації моніторингу, трансферу, імітацій та ін. Зроблено висновки про значення технологічного менеджменту для зростання бізнесу як процесу технологічного аудиту, консалтингу, трансферу, моніторингу, нормування. З'ясовано, що розвиток і застосування технологічного менеджменту має принципове значення для реалізації науково-технічного потенціалу України.

Ключові слова: менеджмент; управління; інновація; технологія; розвиток; ресурси; підприємство

Т.И. КОЛЯДА, Н.П. ГОРБУНОВ, Е.Ю. ЛИНЬКОВА

УПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследуется технологический менеджмент как основа развития предприятия. Проанализированы имеющиеся подходы к толкованию содержания технологических инноваций с целью обоснования научной методологии этой области знаний и вида функционального менеджмента. Проведен анализ инструментов технологического менеджмента, который предусматривает использование современных методов, форм и способов анализа, оценки и внедрения новых технологий (технологический аудит, консалтинг и трансферт). Описаны функции управления технологическими ресурсами, такие как оптимизация, обогащение, защита. Выяснено, что технологические инновации являются основой экономического роста и процветания населения каждой страны. Выделены факторы, которые определяют объемы инновационных инвестиций, эффективность инноваций, распространения инноваций и имитаций, а также формы инновационной конкуренции. Очерчено, что для реализации задач управления технологическими ресурсами, необходим системный подход относительно реализации мониторинга, трансфера, имитаций и др. Сделаны выводы о значении технологического менеджмента для роста бизнеса как процесса технологического аудита, консалтинга, трансфера, мониторинга, нормирования. Выяснено, что развитие и применение технологического менеджмента имеет принципиальное значение для реализации научно-технического потенциала Украины.

Ключевые слова: менеджмент; управление; инновация; технология; развитие; ресурсы; предприятие

T.I. KOLIADA, M.P. HORBUNOV, O.Y. LINKOVA

MANAGEMENT OF TECHNOLOGICAL RESOURCES AS AN ELEMENT OF ENTERPRISE DEVELOPMENT

Technological management is investigated as the basis for enterprise development. The available approaches to the interpretation of the content of technological innovations are analyzed in order to substantiate the scientific methodology of this area of knowledge and the type of functional management. The analysis of technology management tools is carried out, which provides for the use of modern methods, forms and methods of analysis, assessment and implementation of new technologies (technology audit, consulting and transfer). The functions of managing technological resources, such as optimization, enrichment, protection are described. It was found that technological innovation is the basis for economic growth and prosperity of the population of each country. The factors that determine the volume of innovative investments, the effectiveness of innovations, the diffusion of innovations and imitations, as well as the forms of innovative competition are highlighted. It is outlined that in order to implement the tasks of managing technological resources, a systematic approach is required with respect to the implementation of monitoring, transfer, imitations, etc. The conclusions are drawn about the importance of technological management for business growth as a process of technological audit, consulting, transfer, monitoring, and regulation. It was found that the development and application of technological management is of fundamental importance for the implementation of the scientific and technical potential of Ukraine.

Keywords: management; operation; innovation; technology; development; resources; enterprise

Постановка проблеми. Технологічний менеджмент, або стратегічне управління технологічним розвитком є важливим фактором успішної діяльності компанії. Керівники підприємств, які очікують істотного прогресу в характеристиках продукту, все частіше орієнтуються на передову технологію, що в сучасному світі є вагомим фактором успіху на ринку.

У 60-х роках ХХ ст., на думку О.Шевлюги, коли ринок став більш складним і динамічним, альтернативні однофункціональні орієнтації фірм перестали відповідати вимогам ринкового середовища і стали зближуватися, утворюючи багатофункціональну стратегічну орієнтацію [4, с. 25].

Сучасний світ уже зробив перший крок до принципово нової технологічної реальності. Минуле 20 століття називали етапом технологічного прориву для людства. Але й досі, за даними Світового банку, близько 840 мільйонів людей по всьому світу або 11% населення Землі досі не мають доступу до електрики [9]. Станом на 2019 рік 46,4 % населення Землі (3,6 мільярда) залишаються без доступу до інтернету. В Україні ситуація більш оптимістична. Електромережі охоплюють всю територію нашої країни. Кількість домогосподарств, які мають доступ до послуг Інтернету в 2018 році в Україні складала 61,5%. (В 2019 р. серед міських – 76,3% тоді як серед сільських – 44,1%) Для порівняння в Болгарії – 72,1%, Німеччині –

90,7%, Франції – 82,4% [8]. Тому розвиток і застосування технологічного управління має принципове значення для реалізації величезного науково-технічного потенціалу нашої країни.

Аналіз останніх досліджень. Проблематика технологічного менеджменту знайшла відображення в працях багатьох вчених як: Горохов Б.В., Гончарова Б.А., Лігоненко Л. О., Лобачева Г.К., Рудь Н.Т., Мілько І.В., Літвиненко М.В., Олефіренко О.М., Федулова Л. І. та Шевлюга О.Г.

У визначених працях наявні різноманітні трактування щодо змісту, задач, функцій та інструментів технологічного менеджменту, які мають бути критично осмислені, систематизовані та доповнені для забезпечення впровадження цієї царини знань у практику діяльності українських підприємств. Дослідники розглядають практичні аспекти технологічного забезпечення рішень управлінських завдань.

Метою статті є аналіз наявних підходів до тлумачення змісту технологічних інновацій з метою обґрунтування наукової методології цієї царини знань та виду функціонального менеджменту, а також характеристики основних інструментів технологічного менеджменту, який передбачає використання сучасних методів, форм і способів аналізу, оцінки та впровадження нових технологій (технологічний аудит, консалтинг і трансферт).

Виклад основного матеріалу дослідження. Технологічні інновації є основою економічного зростання і процвітання населення кожної країни. І сьогодні актуальні питання, поставлені американським вченим Грілічесом в 1957 році щодо інновацій: які чинники впливають на час застосування і поширення нових технологій? Що визначає ступінь поширеності інновацій (дифузії інновацій)? Які фактори керують довгостроковими стимулами фірм до інноваційної діяльності? [3, с. 19].

Стрімке, прискорене зростання наукових знань – це загальновізнана тенденція розвитку сучасної економіки. Має місце дія експоненціального закону розвитку науки, який описує швидкість розвитку наук, що збільшується все швидше і швидше з обсягом накопичених знань.

Нині цифрова економіка задає вектор, по якому будуть розвиватися соціально-економічні системи на довгострокову перспективу, що викликає необхідність дослідження і всебічного аналізу процесів цифрової трансформації. Сьогодні цифрова трансформація стала масовим явищем, а відповідні проекти – життєво важливими для успіху підприємств. З розвитком технологій значно збільшилися терміни планування у бізнесі (наприклад, короткострокові, довгострокові). Якщо оптимальний період планування діяльності підприємства в індустріальній економіці – 1 рік, то в кібер-фізичній – це вже 25 років. Тому саме стратегічне управління технологічним середовищем повинно стати запорукою тривалого успіху українських та закордонних підприємств.

У сучасних реаліях одним з найбільш важливих факторів, що визначають успіх діяльності будь-якого

підприємства, є здійснювана керівництвом фірми функція управління її технологічним розвитком, стратегічне управління технологією, тобто технологічний менеджмент. До складових технологічного менеджменту дослідники відносять: управління життєвим циклом продукту і асортиментом продукції, в тому числі управління процесами заміни застарілих технологій та обладнання; формування інноваційної культури персоналу; управління якістю продукції; управління інтелектуальною власністю та ін.

Зростання науково-технічного прогресу безпосередньо позначається на перетворенні економічної сфери, відкриваючи нові напрямки комерційної діяльності, в яких наукові досягнення знаходять собі практичне втілення, і пред'являючи до сучасних компаній все вищі вимоги, пов'язані з необхідністю своєчасно та ефективно реагувати на виникнення нових ідей, знань, технологій.

Коли в центр уваги ставиться компанія, то мова йде в першу чергу про оптимальний розподіл її фінансових, трудових і капітальних ресурсів на різноманітні види діяльності, в тому числі і на інноваційну активність.

Дослідники аналізуючи механізми вибору передових технологій, пропонують різні методики оцінки інноваційних інвестицій.

М. В. Літвиненко, А. О. Кравцов слушно зауважують, що науковці Уїдс, МакГрет і Неркар використовують підхід з точки зору реальних опціонів. Інноваційні інвестиції робляться в один проміжок часу, а віддача від можливих нововведень буде отримана тільки через деякий (іноді досить довгий) час в майбутньому [1, с. 40].

Більшість сучасних технологій характеризується мережевим ефектом – віддача від продукту спостерігається тільки при досягненні критичної маси користувачів.

Компанія, вкладаючи кошти в той чи інший проект, набуває реальний опціон – можливість або розвивати даний напрямок в майбутньому з комерційною вигодою для себе, або вчасно відмовитися від безперспективної сфери, завершивши або скорегувавши поточні дослідження та розробки [1, с. 42].

Багато економістів досліджують ефективність стратегії радикальних і нерадикальних інновацій, з одного боку, і стратегії імітації, з іншого. Що краще для фірми: вкладати великі кошти в радикальні інновації, здатні кардинальним чином змінити технологічну картину галузі, фінансувати нерадикальні нововведення, націлені на незначні, можливо, лише поверхневі, поліпшення продукту чи процесу, або задовольнятися роллю другого плану, імітуючи (нерідко досить винахідливо) продукцію компаній-лідерів?

Відповідь, як показують дослідження, залежить від позиції фірми на ринку, від особливостей її менеджменту і цілей, які вона ставить перед собою.

Основна структура, яка переважає на інноваційних ринках, як показують дослідження, – це олігополія, хоча радикальні інновації в умовах

олігопольного ринку, на думку ряду економістів [3, с. 21], можуть перетворювати інноватора в довгострокового монополіста.

Підхід з точки зору ринку дозволяє виділити фактори, які визначають, відповідно до робіт більшості дослідників, обсяги інноваційних інвестицій, ефективність інновацій, поширення інновацій та імітацій, а також форми інноваційної конкуренції:

- 1) гетерогенність попиту на інноваційні продукти;
- 2) продуктова диференціація на ринку готових товарів і послуг;
- 3) фіксовані й неповоротні витрати на НДДКР;
- 4) тиск конкурентів – хоча історія показує, що в одних галузях конкуренція може стимулювати інновації, а в інших затримувати;
- 5) цінова або кількісна конкуренція;
- 6) мережеві ефекти в інноваційній галузі;
- 7) витрати адаптації та імітації;
- 8) конкуренція на продуктовому ринку;
- 9) роль типу взаємодії з потенційним і реальним попитом у вигляді ефекту навчання (learning-by-doing) і методу «проб і помилок» (trial and error);
- 10) інноваційна різноманітність і патентна політика [2, с. 164].

Додаткові (і можливо зайві) інвестиції в технологічні розробки продуктів наступного покоління можуть робитися для того, щоб захопити галузеве лідерство і гарантувати собі успіх продуктів наступних поколінь на ринку – так проявляється динамічна міжчасова конкуренція [2, с. 166].

Нові фактори конкуренції в інноваційній сфері, що з'явилися останнім часом, пов'язані з дією явища інформаційної асиметрії. Оскільки інноваційні продукти для реалізації свого інноваційного потенціалу вимагають досягнення певної критичної маси покупців (користувачів), то стимулювання потенційного попиту щодо майбутніх товарів фірми-інноватора стає важливим компонентом інноваційної боротьби.

Але який саме технологічний стандарт стане вдалим вибором клієнтів? Можна спробувати розбудити інтерес користувачів до продукту шляхом створення інформаційного «шуму», наприклад, за допомогою оголошення першим про появу незабаром нового інноваційного продукту і його оновлень, продовжень, доповнень (однієї з перших так стала робити компанія Apple). У сьогодинньому інноваційному світі розгортається справжня війна оголошень [3, с. 24] в сфері того, хто створить більш інтенсивний і більш тривалий інформаційний «шум».

В цілому ефективно управління технологіями має об'єднувати перспективи створення нової технології і перспективи попиту на неї.

Основою систем менеджменту є технологія. Технологія є саме тим інструментом, за допомогою якого відбувається трансформаційний процес систем [10]. Технологію розглядають як найважливіший засіб створення і підтримки конкурентної переваги, що піднімає її до рівня стратегічного капіталу, яким

потрібно грамотно управляти на всіх поверхах керівництва компанії.

При цьому не тільки формальні НДДКР, а й будь-яка діяльність фірми, включаючи стратегічне планування, маркетинг, збут, виробництво, кадри, фінансування, може розглядатися як використання технологій, які здатні збільшити конкурентоспроможність фірми [3, с. 27].

При цьому до основних інструментів технологічного менеджменту відносять технологічний аудит, технологічний консалтинг, технологічний трансферт, моніторинг, нормування.

1 Завдання технологічного аудиту. Вони полягають у виявленні недоліків у існуючих і нових технологіях (обладнанні, технічних засобах та ін.). Водночас, на підприємствах використовують такі методи аналізу як атестацію співробітників, робочих місць, обладнання, технологічної документації; опитування споживачів, спостереження та анкетування, інтерв'ювання (формальне, структуроване інтерв'ю, інтерв'ю в формі вільного обміну думками).

2 Технологічний консалтинг. Зараз на підприємствах великою популярністю користуються семінари, навчальні заняття, лекції, що проводяться різними навчальними центрами. Інструментами консалтингу є ефективні методи збору та аналізу інформації: анкетування, інтерв'ювання, метод візуального спостереження (взаємозв'язку підрозділів, послідовність операцій, методи роботи, умови праці), статистичні методи, експертні оцінки, аналітичні методи (класифікація даних, стиснення даних, причинний аналіз, техніка порівняння).

3 Технологічний трансферт. Етапи реалізації технологічного трансферту умовно позначають таким чином: ідентифікація технологічної інновації; критичне вивчення нової технології шляхом оцінки наявної інформації; оцінка (економічна, соціальна та ін.) ефективності проекту, адекватності технології; чітке формулювання і обґрунтування фінансування, визначення всіх джерел фінансування; затвердження кошторису, формування вимог до функціональних, технічних і експлуатаційних характеристик нової технології.

Кажучи про технологічний менеджмент як систему принципів та методів прийняття та реалізації комплексу управлінських рішень, спрямованих на ефективне використання наявних технологічних ресурсів та забезпечення технологічного розвитку підприємства, необхідно виділити що в теперішній час, за висновками Лігоненко Л. О., можуть бути використані різні підходи, які розкривають зміст, функції та задачі технологічного менеджменту. До них можна віднести:

- 1) цільовий – акцентування уваги та розкриття змісту виключно стратегічного технологічного менеджменту;
- 2) процесний – виокремлення та характеристика окремих етапів управлінського процесу;
- 3) функціональний – характеристика окремих функцій технологічного менеджменту;

- 4) філософський – визнання метою управління забезпечення розвитку, тобто стійких незворотних змін, набуття нової якості технологій, які використовуються на підприємстві;
- 5) ресурсний – визнання об'єктом управлінських зусиль процеси формування та використання технологічних ресурсів;
- 6) конкурентний – висвітлення призначення та змісту технологічного менеджменту як засобу забезпечення технологічної конкурентоспроможності підприємства.

Управління технологічними ресурсами (технології, наявність конкурентоспроможних ідей, наукові розробки й ін.), включає три функції – оптимізацію, збагачення й захист технологічного потенціалу, для виконання яких необхідно опиратися на три допоміжних інструменти – інвентаризацію технологій, їхню оцінку й постійне спостереження за зовнішнім технологічним середовищем.

Завданнями управління виступають:

- 1) оптимізація – пошук шляхів максимально повного використання технологічного потенціалу і його складових;
- 2) збагачення – нарощування технологічної складової або, як мінімум, запобігання можливості її знецінювання;
- 3) захист – виключення будь-яких дій, які можуть зруйнувати цілісність технологічного надбання компанії.

Констатовано, що технологічний менеджмент за своїм змістом фокусується на управлінні організацією, та у контексті менеджменту має широкий спектр потенційного впливу на управління технологічними ресурсами для впровадження проривних технологій та інновацій, як одного із факторів конкурентоспроможності, при стратегічному плануванні [11].

Висновки.

Наукова новизна роботи: уточнено значення технологічного менеджменту для зростання бізнесу як процесу технологічного аудиту, консалтингу, трансферу, моніторингу, нормування. З'ясовано, що розвиток і застосування технологічного менеджменту має принципове значення для реалізації науково-технічного потенціалу України. У нинішніх умовах технологічні інновації є основою економічного зростання і процвітання населення кожної країни. Технологія стає найважливішим засобом створення і підтримки конкурентної переваги, що піднімає її до рівня стратегічного капіталу. Включення розвитку технології в діяльність компанії актуальне для стратегії управління підприємством будь-якого масштабу.

У даній статті досліджено технологічний менеджмент як основу розвитку підприємства. У матеріалі проаналізовано наявні підходи до тлумачення змісту технологічних інновацій з метою обґрунтування наукової методології цієї царини знань та виду функціонального менеджменту. Докладно розглянуто інструменти технологічного забезпечення вирішення завдань. У статті вдалося виділити фактори,

які визначають обсяги інноваційних інвестицій, ефективність інновацій, поширення інновацій та імітацій, а також форми інноваційної конкуренції. Проведено аналіз інструментів технологічного менеджменту, який передбачає використання сучасних методів, форм і способів аналізу, оцінки та впровадження нових технологій (технологічний аудит, консалтинг і трансферт). Також проаналізовано три функції (оптимізація, збагачення, захист) управління технологічними ресурсами. Окреслено, що для реалізації задач управління технологічними ресурсами, необхідний системний підхід щодо реалізації моніторингу, трансферу, імітацій та ін.

Можемо підсумувати, що важливість технологічного менеджменту сьогодні стає все більш актуальною для розвинутих країн, зокрема, і для України. Через це створюються спеціальні програми з технологічного менеджменту в провідних університетах світу. Розвиток ринкової економіки робить цю спеціальність і програму дуже актуальною, так як реалізація прогресивних технологій є вирішальним фактором успіху компаній, особливо приватних, ефективності державних програм і процвітання національної економіки.

Список літератури

1. Літвиненко М. В. Формування стратегії науково-технічного розвитку на рівні організації / М. В. Літвиненко, А. О. Кравцов // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер. : Технічний прогрес та ефективність*. 2013. № 20. С. 40–47
2. Олефіренко О.М. Техніко-технологічний розвиток як необхідна умова розвитку сучасних підприємств / Олефіренко О.М., Шевлюга О.Г // *Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р.* / За заг. ред. О.В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2013. Т.2. С. 164–166.
3. Федулова Л. І. *Інноваційна економіка : підручник для студ. ВНЗ* / Л.І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 480 с.
4. Шевлюга О.Г. Теоретичні засади управління техніко-технологічним розвитком промислового підприємств. *Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку: монографія* / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2012. С. 25–31
5. Recker J. et al. Business process modeling: a comparative analysis. *Journal of the Association for Information Systems*, 2009, vol. 10, no. 4, pp. 333–363.
6. Kirkeby O.F. *Management Philosophy: a radical-normative perspective*. Heidelberg: Springer, 2000.
7. Герасимов Б.Н., Герасимов К.Б. *Управление экономическими системами*. М.: ИНФРА-М. 2016. 225 с.
8. Доступ домогосподарств України до інтернету у 2019 році: статистичний збірник. – К. : Державна Служба Статистики України, 2020.
9. Світовий банк. *Звіт про прогрес в енергетиці 2019*. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/energy/publication/tracking-sdg7-the-energy-progress-report-2019> (дата звернення: 11.05.2021).
10. І. А. Нечаєва. Особливості управління підприємством на основі використання сучасних технологій і систем менеджменту. *Ефективна економіка* № 9. 2017.
11. Лігоненко Л. О. Теоретико-методологічні засади технологічного менеджменту. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. №3. С. 145–160.

References (transliterated)

1. Litvynenko M. V. Formuvannya stratehii naukovo-tekhnichnoho rozvytku na rivni orhanizatsii [Formation of strategy of scientific and technical development at the level of the organization] / M. V. Litvynenko, A. O. Kravtsov // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho*

- universytetu "KhPI". Ser. : Tekhnichniy prohres ta efektyvnist. – 2013. № 20. pp. 40–47*
2. Olefirenko O.M. Tekhniko-tehnologichnyi rozvytok yak neobkhidna umova rozvytku suchasnykh pidpryemstv [Technical and technological development as a necessary condition for the development of modern enterprises]. *Ekonomichni problemy staloho rozvytku : materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, prysviachenoї pamiaty prof. Balatskoho O.F., m. Sumy, 24-26 kvitnia 2013 r. / Za zah. red. O.V. Prokopenko. – Sumy : SumDU, 2013. T.2. pp. 164–166.*
 3. Fedulova L. I. *Innovatsiina ekonomika : pidruchnyk dlia stud. VNZ* [Innovative economics: a textbook for students of University] / L.I. Fedulova. – K. : Lybid, 2006. 480 p.
 4. Shevliuha O.H. Teoretychni zasady upravlinnia tekhniko-tehnologichnym rozvytkom promysloвого pidpryemstva [Theoretical principles of management of technical and technological development of an industrial enterprise]. *Innovatsii i marketynh – rushtini syly ekonomichnoho rozvytku: monohrafiia / za red. d.e.n., profesora S.M. Illiashenka. – Sumy: TOV «Drukarskyi dim «Papyrus», 2012. pp. 25–31*
 5. Recker J. et al. Business process modeling: a comparative analysis. *Journal of the Association for Information Systems*, 2009, vol. 10, no. 4, pp. 333–363.
 6. Kirkeby O.F. *Management Philosophy: a radical-normative perspective*. Heidelberg: Springer, 2000.
 7. Herasymov B.N., Herasymov K.B. *Upravlynye ekonomicheskyye systemy*. [Management of economic systems] M.: YNFRA-M. 2016. 225 p.
 8. Doslidzhen Dostup domogospodarstv Ukraini do internetu u 2019 rotsi [Ukrainian household access to the Internet in 2019]: *statistichnii zbirnik. – K. : Derzhavna Sluzhba Statistiki Ukraini, 2020.*
 9. Svitovyi bank. *Zvit pro prohres v enerhetytsi 2019*. Available at: <https://www.worldbank.org/en/topic/energy/publication/tracking-sdg7-the-energy-progress-report-2019> (accessed 11.05.2021).
 10. I. A. Nechaieva. Osoblyvosti upravlinnia pidpryemstvom na osnovi vykorystannia suchasnykh tekhnolohii i system menedzhmentu [Features of enterprise management based on the use of modern technologies and management systems]. *Efektivna ekonomika* № 9. 2017.
 11. Lihonenko L. O. Teoretyko-metodolohichni zasady tekhnologichnoho menedzhmentu [Theoretical and methodological principles of technological management]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. 2016. №3. pp. 145–160.

Надійшла (received) 15.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Коляда Тетяна Ігорівна (Коляда Татьяна Игоревна, Koliada Tetiana) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», аспірант; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3515-9842>; e-mail: tetiana.koliada@emmb.khpi.edu.ua

Горбунів Микола Петрович (Горбунів Николай Петрович, Horbunov Mykola) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7006-0047>; e-mail: horbunov.mykola@khpi.edu.ua

Линькова Олена Юрійвна (Линькова Елена Юрьевна, Linkova Olena) – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8971-6176>; e-mail: helen.linkova@khpi.edu.ua

П.Г.ПЕРЕРВА, О.І.МАСЛАК, Т.О.КОБЕЛЄВА, В.А.КУЧИНСЬКИЙ, С.М.ІЛЛЯШЕНКО

ЭФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В статті доведено, що інформаційні технології - це база для розробки інформаційних систем, які є головним інформаційним ресурсом, що забезпечує ефективність бізнесу виробничих систем. Використання комп'ютерних технологій і сучасного програмного забезпечення допомагають поліпшити швидкість і якість управлінських рішень у виробничій, інтелектуальній та маркетинговій діяльності промислового підприємства. В процесах управління інтелектуальною власністю використовуються різні види інформаційних систем. У комерційно-виробничій практиці промислових підприємств та організацій основними видами господарської діяльності, які визначають необхідні ознаки розподілу інформаційних систем, є творча, виробнича, фінансова, маркетингова та кадрова діяльність. Промислові підприємства використовують інтелектуальні інформаційні технології в сфері управління інтелектуальною власністю з метою максимізації ефективності процесів створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності при мінімізації витрат. Позитивні результати інтелектуальної діяльності промислових підприємств спостерігаються в наступних сферах та напрямках: угруповання за сегментами інтелектуально-інноваційної інформації про доходи та спрощена система порівняння результатів підвищує конкурентоспроможність підприємства; прискорення процесів створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності виявилось прямо пов'язане з його автоматизацією; централізація системи відстеження замовлень на об'єкти інтелектуальної власності дозволила здійснювати контроль над обслуговуванням декількох підрозділів одночасно; спрощення контролю виробництва відбулося в результаті введення спеціалізованої системи розробки звіту з оцінки роботи організації в сфері процесів створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності; бізнес-завдання стало можливим вирішувати в укорочені проміжки часу при використанні комп'ютерних систем і систем електронного документообігу при створенні, комерціалізації та використанні об'єктів інтелектуальної власності.

Ключові слова: інформаційні технології, інтелектуальна власність, інформаційна система управління, ефективність

П.Г.ПЕРЕРВА, О.И.МАСЛАК, Т.О.КОБЕЛЄВА, В.А.КУЧИНСЬКИЙ, С.М.ИЛЛЯШЕНКО

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье доказано, что информационные технологии - это база для разработки информационных систем, которые являются главные информационном ресурсом, что обеспечивает эффективность бизнеса производственных систем. Использование компьютерных технологий и современного программного обеспечения помогают повысить скорость и качество управленческих решений в производственной, интеллектуальной и маркетинговых деятельности промышленного предприятия. В процессах управления интеллектуальной собственностью Используют различные виды информационных систем. В коммерческо-производственной практике промышленных предприятий и организаций основными видами хозяйственной деятельности, определяются необходимые Признак распределения информационных систем, является творческая, производственная, финансовая, маркетинговая и кадровая деятельность. Промышленные предприятия используют интеллектуальные информационные технологии в сфере управления интеллектуальной собственностью в целях максимизации эффективности процессов создания, коммерциализации и использование объектов интеллектуальной собственности при минимизации затрат. Положительные результаты интеллектуальной деятельности промышленных предприятий наблюдаются в следующих сферах и направлениях: группировка по сегментам интеллектуально-инновационной информации о доходах и упрощенная система сравнения результатов повышает конкурентоспособность предприятия; ускоренного процессов создания, коммерциализации и использование объектов интеллектуальной собственности выявило прямую связь с его автоматизацией; централизация системы отслеживания заказов на объекты интеллектуальной собственности позволила осуществлять контроль над обслуживания нескольких подразделений одновременно; Упрощение контроля производства происходит в результате введение специализированной системы разработки отчетов по оценке работы организации в сфере процессов создания, коммерциализации и использование объектов интеллектуальной собственности; бизнес-задачи стало возможным решать в укороченные промежутки времени при использовании компьютерных систем и систем электронного документооборота при создании, коммерциализации и использовании объектов интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: информационные технологии, интеллектуальная собственность, информационная система управления, эффективность.

P.G.PERERVA, O.I.MASLAK, T.O.KOBELEVA, V.A.KUCHYNSKY, S.M.ILLYASHENKO

EFFICIENCY OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

The article proves that information technology is the basis for the development of information systems, which are the main information resource that ensures the efficiency of business production systems. The use of computer technology and modern software help to improve the speed and quality of management decisions in production, intellectual and marketing activities of industrial enterprises. Different types of information systems are used in intellectual property management processes. In the commercial and industrial practice of industrial enterprises and organizations, the main types of economic activity that determine the necessary features of the distribution of information systems are creative, production, financial, marketing and personnel activities. Industrial enterprises use intelligent information technologies in the field of intellectual property management in order to maximize the efficiency of the processes of creation, commercialization and use of intellectual property while minimizing costs. Positive results of intellectual activity of industrial enterprises are observed in the following spheres and directions: grouping by segments of intellectual and innovative information on incomes and the simplified system of comparison of results increases competitiveness of the enterprise; acceleration of the processes of creation, commercialization and use of intellectual property was directly related to its automation; the centralization of the system of tracking orders for intellectual property allowed to control the maintenance of several departments simultaneously; simplification of production control occurred as a result of the introduction of a specialized system for developing a report evaluating the work of the organization in the field of creation, commercialization and use of intellectual property; It has become possible to solve business problems in a shorter period of time when using computer systems and electronic document management systems in the creation, commercialization and use of intellectual property.

Keywords: information technologies, intellectual property, management information system, efficiency

Вступ. Інформаційні технології управління різними сферами виробничо-комерційної діяльності промислових підприємств використовуються українськими підприємствами відносно недавно. Експерименти з використанням сучасних інформаційних систем на вітчизняних підприємствах стали проводитися в основному з початку 90-х років. Кількість впроваджень вимірюється десятками, якість впровадження найчастіше є предметом суперечок, чуток, домислів і розчарувань. У той же час інтерес до інформаційних систем не згасає і керівники підприємств наважуються на ризиковані кроки, підбадьорені щедрими обіцянками фахівців відділів продажів, науково-практичними конференціями, науковими дослідницькими статтями і ін. В даний час жодне промислове підприємство не може обходитися без використання сучасних інформаційних технологій при вирішенні задач виробничо-комерційної діяльності, пов'язаних з бізнесом. Особливе значення інформаційні технології мають при здійсненні інноваційної діяльності, в результаті якої створюються різного роду об'єкти інтелектуальної власності. Звичайно, ступінь використання підприємствами інформаційних технологій може мати відчутні відмінності, що багато в чому пов'язано як з вартістю придбання і володіння інформаційними технологіями, так і з наявними функціональними можливостями програмних інструментів управління бізнесом [Трунова, Твилинев].

Ринок інтелектуальних інформаційних технологій, незважаючи на свою молодість, становить в розвинених країнах вже 3-4% від ВВП. Наприклад, обсяг ринку інтелектуальних інформаційних технологій США перевищує 500 млрд дол., в Російській Федерації близько 300 млрд руб. [Беликов]. В Україні ж більш скромні значення – близько одного відсотку. Тому слід відмітити, що для розвитку галузі інтелектуальних інформаційних технологій в нашій країні необхідна державна підтримка підвищення експортного потенціалу і залучення великих іноземних виробників для розміщення в країні їх наукових центрів і офісів. Впровадження інформаційних технологій необхідно в сферах роботи з документацією, розрахунками, а також управління творчим персоналом та в організації різних науково-інтелектуальних процесів. Для цього необхідно підвищення якості вітчизняної інформаційної продукції при порівняно низьких витратах. На підприємствах, що займаються виробництвом інформаційних технологій, зниження витрат можливе за рахунок застосування сучасних систем розрахунку та раціонального використання технічних ресурсів. При цьому слід використовувати сучасні методичні рекомендації по економічній оцінці створення та використання інтелектуальних інформаційних технологій при створенні,

комерціалізації та використанні об'єктів інтелектуальної власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні питання щодо використання інтелектуальних інформаційних технологій для удосконалення процесів управління інтелектуальною власністю промислових підприємств розглянуті у наукових дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених Алафишвілі А. [1], Аракелян Р.С. [2], Базилевича В. [3], Беликова Д.В. [4], Вірченко В. [5], Перепечко Л.Н. [6], Прохорова А. [8], Родіонова П. [9], Твилинева Н.В. [10], Теркулової Н.Р. [11], Трункової А.В. [12], Коціски Д. [13, 14] та інших. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій та досліджень в даній сфері в цей час недостатньо розглянуто питання, які пов'язані з визначенням елементів інформаційних систем управління інтелектуальною власністю промислових підприємств. Для подальшого прикладного застосування необхідно також чітко виділити та структурувати складові управління інтелектуальною власністю. Потребують уточнення методи та показники оцінювання окремих складових системи управління.

Метою статті є визначення основних складових інтелектуальних інформаційних систем управління інтелектуальною власністю промислового підприємств. Поставлена мета зумовила важливість та необхідність вирішення ряду завдань: визначення ознак класифікації інтелектуальних інформаційних систем, основних складових системи управління інтелектуальною власністю промислових підприємств; виявлення показників економічної ефективності інтелектуальних інформаційних технологій в сфері управління процесами створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності.

Результати дослідження. Інформаційні системи та технології - це база для розробки інформаційних систем, які є головним інформаційним ресурсом, що забезпечує ефективність бізнесу виробничих систем. Використання комп'ютерних технологій і сучасного програмного забезпечення допомагають поліпшити швидкість і якість управлінських рішень у виробничій, інтелектуальній та маркетинговій діяльності промислового підприємства.

Інформаційні системи в своєму розвитку пройшли кілька етапів еволюції, в основу яких, на наш погляд, повинні бути покладені концептуальні засади використання інформації, вид інформаційної системи і мета її використання. На основі аналізу наявних джерел можна зробити висновок про те, що перші інформаційні системи з'явилися в роботі підприємств і організацій в п'ятдесятих роках минулого століття. Їх використовували для обробки комерційних рахунків і проведення розрахунків заробітної плати. Практична реалізація їх дії здійснювалася на

електромеханічних бухгалтерських та аудиторських рахункових машинах. Ці дії приводили до певного зменшення витрат, а також часу на підготовку документів у паперовому вигляді. Наші пропозиції по

етапами розвитку інформаційних систем промислових підприємств від бухгалтерських машин до сучасних технологій і метою їх використання представлені в табл.1.

Таблиця 1 – Стадії розвитку інформаційних систем та технологій на промислових підприємствах

Період стадії (роки)	Концептуальні положення інформаційної системи	Характеристика інформаційної системи	Мета використання інформаційної системи
1955-1970	В основному представлення інформації в паперовому вигляді	Бухгалтерські та аудиторські машини на електромеханічному принципі дії	Спрощення процедури та зменшення трудомісткості процесів обробки рахунків по заробітній платні
1970 -1985	Спрощення та прискорення підготовки звітів	Управлінські інформаційні системи в основному у виробничому процесі	Суттєве прискорення процесів обробки інформації та підготовки звітів
1985-2000	Покращення управлінського контролю над інформаційними процесами	Системи підтримки оперативності та об'єктивності при прийнятті управлінських рішень	Знайдення найбільш раціональних та ефективних управлінських рішень
Після 2000	Перетворення інформації в стратегічний ресурс та ефективний засіб конкурентної боротьби	Інформаційні системи стратегічного призначення. Автоматизовані системи управління виробництвом.	Ефективна ринкова позиція підприємства та прибутковий бізнес

Джерело: складено авторами

На промислових підприємствах в процесах управління інтелектуальною власністю використовуються різні види інформаційних систем. У комерційно-виробничій практиці промислових підприємств та організацій основними видами господарської діяльності, які визначають необхідні ознаки розподілу (класифікації) інформаційних систем, є творча (інтелектуальна), виробнича, фінансова, маркетингова та кадрова діяльність.

Найбільш важлива їх класифікація з урахуванням вказаних ознак, на нашу думку, може бути здійснена по функціональному признаку. Даний признак визначає призначення інформаційної системи, а також її найбільш важливі цілі, завдання та функції. Наші пропозиції з приводу класифікації інформаційних систем промислових підприємств по функціональному признаку представлено на рис.1.



Рисунок 1 – Розподіл інформаційних систем промислових підприємств по функціональному призначенню

Джерело: сформовано авторами

Промислові підприємства використовують інтелектуальні інформаційні технології в сфері

управління інтелектуальною власністю з метою максимізації ефективності процесів створення,

комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності при мінімізації витрат. Позитивні (ефективні) результати інтелектуальної діяльності промислових підприємств спостерігаються в наступних сферах та напрямках:

- угруповання за сегментами інтелектуально-інноваційної інформації про доходи та спрощена система порівняння результатів підвищує конкурентоспроможність підприємства;

- прискорення процесів створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності виявилось прямо пов'язане з його автоматизацією;

- централізація системи відстеження замовлень на об'єкти інтелектуальної власності дозволила здійснювати контроль над обслуговуванням декількох підрозділів одночасно;

- спрощення контролю виробництво відбулося в результаті введення спеціалізованої системи розробки звіту з оцінки роботи організації в сфері процесів створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності;

- бізнес-завдання стало можливим вирішувати в укорочені проміжки часу при використанні комп'ютерних систем і систем електронного документообігу при створенні, комерціалізації та використанні об'єктів інтелектуальної власності;

Незважаючи на безліч переваг, можна виділити і ряд невирішених проблем в сфері створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності:

- слабка сучасність та недостатня модернізація технічної, інноваційної та інтелектуальної бази на промислових підприємствах, яка пояснюється низьким рівнем фінансування творчих процесів та нестачею кваліфікованого наукового та обслуговуючого персоналу;

- проблема експорту об'єктів інтелектуальної власності, що виникає зв'язку з труднощами в її митному оформленні;

- мала частка промислових підприємств, що займаються дослідженням і виробництвом продукції в сфері інформаційних технологій, зважаючи на слабке фінансування [Трунова, Теркулова].

Як правило, готові рішення в сфері інформаційних технологій знайти складно. Тому потрібно вибирати інформаційну систему, яка найбільш повно відповідає необхідним вимогам і в подальшому може бути вдосконалена. У будь-якому випадку нову систему управління доведеться адаптувати до особливостей промислового підприємства, його конкурентних переваг на ринку інтелектуальної власності і схемами роботи. Проблема полягає у виборі найбільш розвиненої системи з точки зору її використання і адаптації до вимог промислового підприємства, які повинні бути чітко сформульовані і усвідомлені. Таким чином, можна сформулювати основні критерії ефективної інформаційної системи при створенні,

комерціалізації та використанні об'єктів інтелектуальної власності:

1. Надійність і перевірена ефективність інформаційної платформи, великий послужний список успішних інтелектуально-інноваційних проектів в даній галузі, при вирішенні аналогічних завдань.

2. Доступна простота для запланованих користувачів і захищеність від несанкціонованих вторгнень.

3. Набір функціоналу, актуальний саме для даного переліку завдань, який в цілому достатній і не має зайвих функцій.

4. Використання стандартних і повсюдно поширених інформаційних технологій.

5. Забезпечення телекомунікаційних повідомлень між зовнішнім середовищем і організацією.

6. Розробка з акцентом на потреби, запити і характеристики інших організацій в цій ринковій ніші.

7. Створення можливості для отримання ринкових переваг.

8. Відкритість і масштабованість системи [Аракелян].

Поняття економічної ефективності інформаційних технологій в інтелектуальній сфері стає ключовим для досягнення цілей інтелектуального бізнесу. Інтелектуальні інформаційні технології стрімко перейшли з розряду допоміжних в стратегічні. Одночасно витрати на інтелектуальну інформаційну інфраструктуру і додатки зросли до серйозних масштабів. Постулат виняткової корисності інтелектуальних інформаційних технологій, що вважалось раніше істинним, став більш ніж сумнівним. Відомо багато випадків значних втрат промислових підприємств, які беззастережно приймали нові інтелектуальні інформаційні технології як благо. Йдеться як про ті технології, які забезпечують ефективність виробництва, так і про ті, які є предметом електронного бізнесу. Сумарні витрати на інтелектуальні інформаційні технології стали настільки високими, що при їх неефективному використанні підприємство може розоритися. У такій ситуації вибір і рішення про впровадження тих чи інших інформаційних рішень обов'язково приймається топ-менеджментом компанії, а самі інформаційні проекти розглядаються як інвестиційні. На цьому етапі виникають певні труднощі. Справа в тому, що більшість інформаційних технологій, що застосовуються в інтелектуальному бізнесі, підтримують звичайні бізнес-процеси підприємства, тобто не мають прямих фінансових метрик для оцінки позитивних ефектів від їх використання. В рамках концепції інформаційного менеджменту слід використовувати поняття «комплексна ефективність». Поняття «економічна ефективність інтелектуальних інформаційних технологій» обмежує межі цього

питання і не дає змоги оцінити деякі не економічні, але важливі для бізнесу фактори використання інтелектуальних інформаційних технологій. До таких факторів слід віднести оцінку ризику (включаючи різні фактори безпеки) в діяльності промислового підприємства, а також ринкову вартість цього підприємства.

У загальному випадку поняття ефективності визначається як співвідношення ефектів до витрат на їх отримання. Таким чином, ми маємо два компонента для вивчення: ефекти інтелектуальних інформаційних технологій і витрати на інформаційні технології. В цьому відношенні не може бути серйозних розбіжностей оцінок. Суть визначення ефективності інтелектуальних інформаційних технологій полягає саме у виділенні цих двох компонентів, тобто створення методичних рекомендацій, які описують способи розрахунку ефектів від інтелектуальних інформаційних технологій і витрат на них.

Для оцінки комплексної ефективності слід враховувати повний життєвий цикл використання інтелектуальних інформаційних технологій. Відомо, що більшість витрат припадає саме на етап експлуатації інтелектуальних інформаційних технологій, тому необхідно розглядати всі етапи життєвого циклу інформаційної технології. Часто розмір і складність інноваційного проекту зі створення інформаційної системи повністю займає творчі помисли інформаційних менеджерів і прогнозування вартості володіння інтелектуальною системою (технічної підтримки, розвитку, навчання користувачів) не відбувається. При цьому важливо, яка модель управління проектами використовується для вирішення завдання. Наприклад, класична водоспадна модель розробки програмного забезпечення має на меті отримання перших результатів впровадження тільки після завершення всього циклу розробки. У той же час гнучка модель ітеративної розробки дозволяє раніше впроваджувати функціональність програмних рішень на промислових підприємствах і отримувати ефективні результати вже в процесі розробки. Такі відмінності роблять значний вплив на ефективність інтелектуальної інформаційної системи.

Висновки. Узагальненням аналізу використовуваних інтелектуальних інформаційних технологій в економіці та управлінні для підтримки прийняття управлінських рішень є дані, представлені в табл.1.

До основних прийомів рішення інтелектуальних завдань інтелектуальних інформаційних технологій в сфері управління процесами створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності відносяться наступні:

- використання евристичного підходу до збору вихідних даних для вирішення завдання;

- використання системно-когнітивного підходу до моделювання об'єктів інтелектуальної власності у вигляді концептуальної моделі завдання, що подається в категоріях причинно-наслідкових відносин в логіці методу представлення моделей знань;

- застосування методів подання знань (способів і прийомів) структуризації інформації, які дозволяють узагальнювати і систематизувати економічну інформацію засобами інтелектуальних інформаційних технологій для формалізованого представлення вихідних даних завдання в комп'ютерній системі;

- застосування коштів інтелектуальних інформаційних технологій, що реалізують способи комп'ютерного моделювання знань, активізує інтелектуальні можливості економіста при прийнятті управлінських рішень на основі зниження невизначеності і, як наслідок, ризику неадекватних і неефективних рішень в процесі аналізу багатоаспектних економічних процесів і ситуацій.

Вивчення засобів інтелектуальних інформаційних технологій дозволяє освоїти методи і способи отримання і формування знань, оволодіти прийомами адекватного відображення знань своєї компоненти діяльності промислових підприємств в сфері управління процесами створення, комерціалізації та використання об'єктів інтелектуальної власності для підтримки прийняття управлінських рішень в комп'ютерній системі.

Список літератури

1. Алафишвили А., Батова Т. Интеллектуальная собственность в составе нематериальных активов предприятия. URL: <http://scienceforum.ru/2015/pdf/13385.pdf>
2. Аракелян Р.С. Совершенствование системы управления промышленными предприятиями с использованием современных информационных технологий. Владимир, 2006. 23 с.
3. Базилевич В. Интеллектуальна власність. Київ : Знання, 2008. 431 с.
4. Беликов Д.В. Развитие рынка информационных технологий в России: состояние, перспективы, тенденции // Вестник Самарского государственного экономического университета — серия Экономика, 2012 № 4. 19-25.
5. Вірченко В. Суперечності розвитку інтелектуальної власності в умовах постіндустріальних трансформацій. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 4(15). С. 3–10.
6. Перепечко Л.Н. Управление интеллектуальной собственностью государственных научно-исследовательских институтов: теоретико-методологические и организационные аспекты: монография. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2017. – 176 с.
7. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник НТУ «ХП»: зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХП", 2017.– №24 (1246).–С. 153-158.
8. Прохоров А. Интеллектуальная собственность как один из главных приоритетов развития современной мировой экономики. URL: http://www.confcontact.com/2013-sotsialno-ekonomicheskije-reformi/3_prohorov.htm (дата звернення: 20.12.2019).
9. Родіонов П. Еволюція та значення інформації у контексті розвитку світової економічної системи. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2013. Вип.3. С. 34–39.
10. Твилинев Н.В. Облачные технологии в управлении предприятием // Производственный менеджмент: теория, методология, практика, 2016. № 5. С. 28-31.
11. Теркулова Н.Р., Гридина Т.А. Использование информационных технологий в системе управления

- предприятием // Университетская наука - региону. Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью "Издательско-информационный центр "Фабула", 2017. С. 113-115.
12. Трунова А.В. Использование информационных технологий в системе управления предприятием // Современные инновации. 2019. №2 (30).
 13. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
 14. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
- References (transliterated)**
1. Alafishvili A., Batova T. Intellektualnaya sobstvennost v sostave nematerialnykh aktivov predpriyatiya [Intellectual property in intangible assets]. URL: <http://scienceforum.ru/2015/pdf/13385.pdf>
 2. Arakelyan R.S. (2006) Sovershenstvovaniye sistemy upravleniya promyshlennymi predpriyatiyami s ispolzovaniyem sovremennykh informatsionnykh tekhnologiy [Improving the management system of industrial enterprises using modern information technologies]. Vladimir. 23 s.
 3. Bazylevych V. (2008) Intellektualnaya vlasnistj [Intellectual Property]. Kyjiv : Znannja, 431 p.
 4. Belikov D.V. Razvitiye rynka informatsionnykh tekhnologiy v Rossii: sostoyaniye, perspektivy, tendentsii [Development of the information technology market in Russia: state, prospects, trends] // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta — seriya Ekonomika. 2012. № 4. 19-25.
 5. Virchenko V. (2018) Cuperechnosti rozvytku intellektualnoji vlasnosti v umovakh postindustrialnykh transformacij [Contradictions of intellectual property development in the conditions of post-industrial transformations]. *Skhidna Jevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnja*. Vyp. 4(15). P. 3–10.
 6. Perepechko L.N. Upravleniye intellektualnoy sobstvennost'yu gosudarstvennykh nauchno-issledovatel'skikh institutov: teoretiko-metodologicheskiye i organizatsionnyye aspekty: monografiya [Intellectual property management of state research institutes: theoretical, methodological and organizational aspects: monograph]. – Novosibirsk: Izdatelstvo TSRNS, 2017.– 176 s.
 7. Pererva P.G. Komplaens-prohramma promyshlennoho predpriyatiya: sushchnost y zadachy [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute": Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.- No. 24 (1246). -P. 153-158.
 8. Prokhorov A. Intellektual'naya sobstvennost' kak odin iz glavnykh prioritetov razvitiya sovremennoy mirovoy ekonomiki [Intellectual property as one of the main priorities for the development of the modern world economy]. URL: http://www.confcontact.com/2013-sotsialno-ekonomicheskie-reformi/3_prohorov.htm
 9. Rodionov P. (2013). Evoljucija ta znachennja informaciji u konteksti rozvytku svitovoji ekonomichnoji systemy [The evolution and significance of information in the context of the development of the world economic system]. *Visnyk Cherniveckjokgho torghoveljno-ekonomichnogho instytutu. Ekonomichni nauky*. № 3. P. 34–39.
 10. Tvilinev N.V. (2016) Oblachnyye tekhnologii v upravlenii predpriyatiyem [Cloud technologies in enterprise management] // *Proizvodstvennyy menedzhment: teoriya, metodologiya, praktika*. № 5. S. 28-31.
 11. Terkulova N.R., Gridina T.A. (2017) Ispolzovaniye informatsionnykh tekhnologiy v sisteme upravleniya predpriyatiyem [The use of information technologies in the enterprise management system] // *Universitetskaya nauka - regionu. Stavropol: Obshchestvo s ogranichennoy otvetstvennostyu*. S.113-115.
 12. Trunova A.V. (2019) Ispolzovaniye informatsionnykh tekhnologiy v sisteme upravleniya predpriyatiyem [The use of information technologies in the enterprise management system] // *Sovremennyye innovatsii*. №2 (30).
 13. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
 14. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.

Nadiiшла (received) 15.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petro Gryhorovych) – доктор економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/00000001-2345-6789>; e-mail: pppererva@gmail.com

Маслак Ольга Іванівна (Маслак Ольга Іванівна, Maslak Olga Ivanivna) – доктор економічних наук, професор, зав. кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6793-4367>; e-mail: oimaslak2017@gmail.com

Кобелева Тетяна Олександрівна (Кобелева Татьяна Александровна, Kobieliava Tetiana Oleksandrivna) – доктор економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-6618-0380; тел. (097) 468-56-45, e-mail: tanja.kobeleva@gmail.com

Кучинський Володимир Анатолійович (Кучинский Владимир Анатольевич, Kuchynskiy Vladimir Anatolyevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-6058-3709>, e-mail: kuchinskyi09@gmail.com

Ілляшенко Сергій Миколайович (Ильяшенко Сергей Николаевич, Illiashenko Sergii Mykolayovych) – доктор економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-5484-9788; e-mail: illiashenko.s@gmail.com

О.О. ХОДИРЄВА

КОНТРОЛІНГ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КАТЕГОРІЇ

У статті досліджено теоретичні концепції до трактування сутності економічної категорії «контролінг», що нині є дуже актуальною для управління великими промисловими підприємствами. Проаналізовано роботи вчених, які досліджували проблеми визначення та ключові характеристики контролінгу. Досліджено походження, еволюцію та сучасні інтерпретації поняття «контролінг». Виявлено та узагальнено групи підходів до визначення поняття «контролінг», визначено та наведено причини різноманіття поглядів до даного поняття. Розкрито переваги та недоліки кожного підходу до визначення економічної категорії. Згруповано та проаналізовано існуючі визначення терміну «контролінг». Дане дослідження доводить, що через розвиток теоретичної бази та практичного застосування контролінгу, його предметна галузь суттєво розширилася, що призвело до зміни поглядів на його сутність. З аналізу концепцій контролінгу випливає, що в часових рамках існування кожної концепції у поняття «контролінг» вкладалося різне значення. Проте кожна наступна концепція розвиває попередню, акцентуючи увагу, на актуальних для сьогодення моментах. Основна мета концепції контролінгу полягає в підвищенні ефективності оперативного і стратегічного управління підприємством. Аналіз існуючих поглядів на поняття «контролінгу» показує, що на сучасному етапі відсутній єдиний методологічний підхід до визначення поняття «контролінг». Розроблено авторське визначення поняття «контролінг». Кожна з сучасних концепцій має раціональний підхід, але робить акцент на окремих теоретичних або практичних аспектах контролінгу. Досліджено зміну тлумачення категорії контролінгу залежно від впливу факторів функціонування ринкового середовища. Зроблено висновок, що контролінг перебуває у постійному розвитку, його розвиток тісно пов'язаний з розвитком теорії управління підприємством.

Ключові слова: контролінг; контроль; еволюція поняття; економічна категорія; система управління; управлінський облік

О.О. Ходырева

КОНТРОЛИНГ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И КАТЕГОРИИ

В статье исследованы теоретические концепции к трактовке сущности экономической категории «контроллинг», что сейчас очень актуально для управления крупными промышленными предприятиями. Проанализированы работы ученых, исследовавших проблемы определения и ключевые характеристики контроллинга. Исследовано происхождение, эволюцию и современные интерпретации понятия «контроллинг». Выявлены и обобщены группы подходов к определению понятия «контроллинг», определены и приведены причины многообразия взглядов к данному понятию. Раскрыты преимущества и недостатки каждого подхода к определению экономической категории. Сгруппированы и проанализированы существующие определения термина «контроллинг». Данное исследование доказывает, что из-за развития теоретической базы и практического применения контроллинга, его предметная область существенно расширилась, что привело к изменению взглядов на его сущность. Из анализа концепций контроллинга следует, что во временных рамках существования каждой концепции в понятие «контроллинг» вкладывалось разное значение. Однако каждая следующая концепция развивает предыдущую, акцентируя внимание на актуальных для настоящего моментах. Основная цель концепции контроллинга заключается в повышении эффективности оперативного и стратегического управления предприятием. Анализ существующих взглядов на понятие «контроллинга» показывает, что на современном этапе отсутствует единый методологический подход к определению понятия «контроллинг». Разработаны авторские определения понятия «контроллинг». Каждая из современных концепций имеет рациональный подход, но делает акцент на отдельных теоретических или практических аспектах контроллинга. Исследовано изменение толкования категории контроллинга в зависимости от влияния факторов функционирования рыночной среды. Сделан вывод, что контроллинг находится в постоянном развитии, его развитие тесно связано с развитием теории управления предприятием.

Ключевые слова: контроллинг; контроль; эволюция понятия; экономическая категория; система управления; управленческий учет

О.О. KHODYRIEVA

CONTROLLING: ECONOMIC ESSENCE AND CATEGORIES

The article examines the theoretical concepts for the interpretation of the essence of the economic category "controlling", which is now very relevant for the management of large industrial enterprises. The works of scientists who studied the problems of definition and key characteristics of controlling are analyzed. The origin, evolution and modern interpretations of the concept of "controlling" are studied. Groups of approaches to the definition of the concept of "controlling" are identified and generalized, the reasons for the diversity of views on this concept are identified and presented. The advantages and disadvantages of each approach to determining the economic category are revealed. The existing definitions of the term "controlling" are grouped and analyzed. This study proves that due to the development of the theoretical basis and practical application of controlling, its subject area has expanded significantly, which has led to a change in views on its essence. From the analysis of the concepts of controlling it follows that in the time frame of existence of each concept in the concept of "controlling" was given a different meaning. However, each subsequent concept develops the previous one, focusing on the current moments. The main purpose of the concept of controlling is to increase the efficiency of operational and strategic management of the enterprise. Analysis of existing views on the concept of "controlling" shows that at the present stage there is no single methodological approach to defining the concept of "controlling". The author's definition of the concept of "controlling" is developed. Each of the modern concepts has a rational approach, but emphasizes certain theoretical or practical aspects of controlling. The change of interpretation of the category of controlling depending on the influence of factors of functioning of the market environment is investigated. It is concluded that controlling is in constant development, its development is closely related to the development of the theory of enterprise management.

Keywords: controlling; control; evolution of the concept; economic category; management system; managerial accounting

Поняття контролінгу як наукової категорії виникло у західній економічній науці та з часом отримало свій розвиток і в Україні. Дослідження проблеми визначення та характеристики контролінгу представлено у наукових працях наступних зарубіжних учених, як: Р. Манн, Е. Майер, П. Хорват, Х. Дитгер, Х. Пік, Д. Хан, О. О. Ананькіної, С. В. Данілочкіної, Н. Г. Данілочкіної, О. М. Кармінського,

С. Г. Фалько, О. О. Жеваги, І. М. Крейдич, Н. Ю. Іванової, Г. К. Ялового, Л. В. Попової, Р. Є. Ісакової, Т. О. Головіної, В. Б. Івашкевича, Є. М. Скляр, та інших.

У вітчизняній науковій літературі це питання висвітлюється у роботах таких учених, як: Л.А. Сухаревської, І.Є. Давидович, О. А. Зорінко, І. Г. Брітченка, А. О. Князевича, М.С. Пушкар, О.В. Прокопенко, С. Н. Петренка, Г. О. Швиданенка, В. В.

Лавриненка, Г. К. Ялового, І. М. Крейдич, О. О. Терещенка, В. Я. Нусінова, О. Г. Дерев'янка, Л. М. Приходька, І. І. Цигилик, О. І. Мозіль, Н. В. Кірдякіної, І. Б. Стефанюка, М. І. Гладкіх, М. М. Стефаненка, Л. Ю. Набієвої та інших.

На даний момент немає єдиної системи для класифікації різних концепцій контролінгу. У наукових працях як іноземних, так і українських авторів виділяють декілька теоретичних концепцій контролінгу, що відрізняються різним трактуванням взаємин між управлінням, обліком та контролінгом.

Сьогодні не існує однозначного визначення поняття «контролінг», але практично ніхто не заперечує, що це нова теорія управління, породжена практикою сучасного менеджменту, в основі якої лежить прагнення забезпечити успішне функціонування підприємства в довгостроковій перспективі.

Поняття «контролінг» походить від англійського «to control», який можна інтерпретувати з одного боку в значенні «контролювати», «перевіряти» та з іншого в значенні «керувати», «ропоряджуватися». Така семантична різноманітність заважає дати чітке визначення поняттю «контролінг». У Великобританії, США укорінився термін «управлінський облік» (managerial accounting, management accounting) [1], хоча співробітників, в чій посадові обов'язки входить ведення управлінського обліку, там називають «контролерами» (controller). Власне термін «контролінг» прийнятий в Німеччині [2], звідки він і потрапив в Україну. Оскільки вітчизняна термінологія поки не усталася, в Україні використовують обидва терміни: і «контролінг», і «управлінський облік». Однак наразі в понятті «контролінг» міститься більше інформації, ніж вкладено в цей термін на початку. Контролінг включає в себе не тільки облікові функції, але і весь спектр механізмів управлінської діяльності, що визначають образ дій для досягнення кінцевих цілей і результатів підприємства.

Перевага контролінгу полягає у тому, що він забезпечує координуючу та інтегруючу діяльність усієї системи управління в цілому. Головна мета контролінгу полягає в орієнтації процесу управління підприємством на досягнення поставлених цілей. В останні роки концепція контролінгу знаходить все більше визнання як ефективний підхід до управління підприємствами в умовах динамічно змінюючого зовнішнього середовища. Це в значній частині зумовлюється тим, що основою контролінга є інтеграція різноманітних функцій менеджменту, на базі яких формується інформаційно-аналітична система, що дозволяє забезпечити більш швидку адаптацію підприємства до змінюючихся зовнішніх та внутрішніх умов. Багатьма дослідниками відзначається, що контролінг спрямовує діяльність всієї системи управління на досягнення поставлених цілей, є синтезом планування, обліку, контролю, економічного аналізу і організації інформаційних

потоків, здійснює інформаційне забезпечення прийняття рішень на всіх рівнях управлінської ієрархії. Однак теоретична база контролінгу характеризується наявністю різних концепцій і безліччю визначень, що вимагає додаткової систематизації та адаптації міжнародного досвіду контролінгу до українських умов.

Проаналізувавши та узагальнивши точки зору різних авторів на поняття «контролінг» можна виділити певні групи, що наведені на рис. 1. Причини такої різноманітності визначень наступні:

- авторами розглядаються різні аспекти та функції контролінгу;
- точки зору авторів відрізняються через різну теоретичну базу та прикладні дослідження;
- поняття контролінгу змінюється через зміну вимог підприємництва до нього.



Рисунок 1 – Групи підходів до визначення категорії «контролінг». Запропоновано автором.

Розглянувши та узагальнивши точки зору різних авторів на категорію «контролінг» можна виділити наступні групи: контролінг як концепція управління, що орієнтована на досягнення певних показників, контролінг як система управління з певною метою та цілями, контролінг як підсистема системи управління або системи бухгалтерського обліку (що є на наш погляд є занадто вузьким визначенням). Рідше контролінг визначають як філософію управління та спосіб мислення керівників, як інструмент системи управління, як механізм або процедуру, як процес чи функцію підтримки менеджменту. Також можна зустріти визначення контролінгу як контролю. Щоб дослідити економічну сутність терміну «контролінг», розкрити переваги та недоліки кожного підходу пропонуємо згрупувати існуючі визначення до табл. 1.

Таблиця 1 – Основні визначення категорії «контролінг»

Вчений	Визначення поняття контролінгу
1	2
Контролінг як концепція управління, що орієнтована на досягнення певних показників	
Е. Майер	Контролінг - керівна концепція ефективного управління фірмою і забезпечення її довгострокового існування. [3]
Сухарева С. А., Петренко С. М.	Система контролінгу – це принципово нова концепція інформації й управління, яку можна визначити як обліково-аналітичну систему, яка реалізує синтез елементів обліку, аналізу, контролю, планування, яка забезпечує як оперативне, так і стратегічне управління процесом досягнення цілей і результатів діяльності підприємства. [4]
А.М. Кармінський	Контролінг - концепція системного управління та спосіб мислення менеджерів, в основі яких лежить прагнення забезпечувати довгострокове ефективне функціонування організації. [5]
Х.Фольмут	Контролінг - цілісна концепція економічного управління підприємством, спрямована на з'ясування всіх шансів і ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку. [6]
А.М. Кармінський	Контролінг - нове явище в теорії і практиці управління, яке інтегрує, координує та спрямовує діяльність різних служб і підрозділів підприємства на досягнення оперативних і стратегічних цілей. [7]
Контролінг як система управління з певною метою та цілями	
Хан Д.	Контролінг - інтегрована система планування і контролю, що базується на безперервному потоці внутрішньої і зовнішньої інформації. [8]
Криворотько І. О.	Контролінг – це комплексна система управління підприємством, що містить в собі управлінський облік, облік і аналіз витрат з метою контролю за всіма статтями витрат, усіма підрозділами і складовими виробленої продукції або наданих послуг, а також їх планування. [9]
Воляник Г. М., Марушко Н. С.	Контролінг – одна з найсучасніших і ефективних систем управління підприємством, відособлена система, економічна суть якої полягає у динамічному процесі перетворення та інтеграції існуючих методів обліку, аналізу, планування, контролю і координації в єдину систему отримання, оброблення інформації для прийняття на її основі управлінських рішень, а точніше в систему управління підприємством, орієнтовану на досягнення всіх завдань, що постають перед підприємством. [10]
Папірко В.	Контролінг – система управління процесом досягнення кінцевої мети діяльності фірми, тобто одержання максимального для даних умов прибутку. [11]
Давидович І. Є.	Контролінг – система дослідження траєкторії стратегічного розвитку підприємства на підставі певної мети підприємства, відстеження тенденцій розвитку господарських процесів, явищ і результатів на основі планування, обліку, аналізу й контролю економічних показників, що забезпечує інформацією прийняття управлінських рішень. [12]
Варфоломєєва К. О.	Контролінг є інформаційно-регулюючою системою менеджменту, до складу якої входить методична й інструментальна база, математико-аналітичний апарат моделювання й прогнозування для підтримки функцій менеджменту, оцінки ситуації й прийняття управлінських рішень, а також системою підтримки прийняття рішень, орієнтованої на сукупність можливостей підприємства й здатної адаптувати структуру системи управління підприємством до умов, що змінюються. [13]
Зоріна О. А.	Контролінг – це спеціальна саморегулююча система методів і інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль, аналіз і внутрішній консалтинг. [14]
І.Г. Брітченко, А.О. Князевич	Контролінг – це система управління досягненням цілей і невід'ємна частина управління підприємством. На відміну від інших дисциплін контролінг, є синтетичною дисципліною, яка базується і розвивається на основі розробок менеджменту, маркетингу, обліку, планування та аналізу. [15]
В.Б. Івашкевіч	Контролінг - система управління процесом досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності фірми, тобто в економічному відношенні, з деякою часткою умовності і обмеження, як систему управління прибутком підприємства. [16]
Контролінг як філософія управління та спосіб мислення керівників	
Кармінський А. М., Фалько С. Г.	Контролінг – філософія та образ мислення керівників, орієнтовані на ефективне використання ресурсів і розвиток підприємства у довгостроковій перспективі. [17]
И.Ф. Єлфімова	Контролінг - концепція системного управління та спосіб мислення менеджерів, в основі яких лежить прагнення забезпечувати довгострокове ефективне функціонування організації. [18]
Контролінг як підсистема управління підприємством	
М.С. Пушкар	Контролінг – окрема інформаційна підсистема підприємства для стратегічного управління на основі синтезу знань з менеджменту, маркетингу, фінансового й управлінського обліку, статистики, аналізу, контролю та прогнозування. [19]

1	2
В.В. Івата	Контролінг – підсистема управління підприємством з метою надання підтримки та допомоги керівнику. Концепція управління підприємством, орієнтована на ефективне і довгострокове функціонування в сучасному економічному середовищі. [20]
Прокопенко О.В., Криворучко Л.Б.	Контролінг – центральна підсистема системи управління підприємством або окремим процесом, яка пов'язує, координує, узгоджує, спрямовує, контролює діяльність усіх функціональних управлінських одиниць з метою адаптації їхньої діяльності до змінних зовнішніх умов, здійснює інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень, і умовою існування якої є відповідний образ мислення керівництва підприємством або процесом, який сфокусований на оптимальному використанні усіх видів ресурсів і на тривалому розвитку підприємства[21].
А. Г. Бездудна, Т. Ю. Ксенофонтова	Контролінг - підсистема бухгалтерського обліку, яка в рамках однієї організації забезпечує її управлінський апарат інформацією, яка використовується для планування, власне управління і контролю за діяльністю організації [22].
Контролінг як інструмент системи управління	
Ю.І. Башкатова	Контролінг - інструмент, що дозволяє оперативно отримувати і обробляти інформацію, на основі якої приймаються оперативні та стратегічні управлінські рішення [23].
Л.В. Попова	Контролінг являє інструмент комплексної підтримки головних функцій управління підприємством [24].
Є.А. Жидкова	Контролінг як інструмент управління в умовах функціонування економічних суб'єктів в ринковому середовищі слід розглядати як безперервний процес прийняття управлінських рішень, який повинен вписуватися в формується, розвивається, ускладнюється систему управління [25].
Контролінг як функція, механізм або напрям	
П. Хорват	Орієнтована на результат функція підтримки керівництва з координації всіх підсистем менеджменту [26].
Й. Вебер	Елемент управління соціальною системою, виконує головну функцію підтримки керівництва при вирішенні їм загальної задачі координації системи управління (з упором на завдання планування, контролю та інформування) [27].
Бікмаєва А.В.	Контролінг є одним з механізмів управління процесів реалізації стратегії розвитку на основі дослідження економічної ситуації і виявлення векторів впливу на неї [28].
Е.А. Ананькіна	Контролінг - це функціонально відособлений напрям економічної роботи на підприємстві, пов'язаний з реалізацією фінансово-економічної коментуючої функції в менеджменті для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень [29].
А.Ю. Казак	Контролінг – це відособлений напрям фінансового менеджменту на підприємстві, пов'язане з розробкою і реалізацією стратегічних і оперативних планів на основі спеціальних систем контролю та інформації [30].
Н.Г. Данілочкіна	Контролінг - функціонально і організаційно відокремлений напрям економічної роботи на підприємстві, пов'язане з реалізацією фінансово-економічної коментуючої функції при прийнятті оперативних і стратегічних управлінських рішень [31].

Проаналізувавши визначення терміну «контролінг» можна дослідити еволюцію цього поняття. З самого початку при визначенні контролінгу переважав процесний підхід, потім контролінг розглядався з точки зору системного та ситуаційного підходів. Часто деякі автори застосовують при визначенні одночасно декілька підходів, наприклад процесний, системний та ситуаційний. Як показує дослідження, через розвиток теоретичної бази та практичного застосування контролінгу, його предметна галузь суттєво розширилася, змінювалися погляди на його сутність. Наразі контролінг переважно розглядають або як систему управління або як нову концепцію управління. Однією з сучасних особливостей розвитку теорії контролінгу є перехід від ієрархічного до процесно-орієнтованого контролінгу, а також координація та прийняття рішень за допомогою контролінгу відносно усіх бізнес-процесів в організації. Контролінг як особлива контрольна-інформаційна система прийняття управлінських рішень поєднав у собі різні сфери діяльності господарювальних суб'єктів, моделі формування та

використання економічної інформації в управлінні, що надає можливість отримати синергійний ефект від впровадження в менеджмент організації. Контролінг як допоміжна система менеджменту має забезпечити точність, оперативність та достовірність даних в управлінні суб'єктом господарювання. Але дослідження сучасних тенденцій господарської діяльності промислових підприємств свідчать з одного боку про необхідність інтеграції та активного використання інструментів контролінгу у системі менеджменту, а з іншого про їх недостатнє залучення, що стримує ріст конкурентоздатності вітчизняних підприємств та не забезпечує ефективні шляхи їх стратегічного розвитку.

Проте, аналіз поглядів показує, що на сучасному етапі відсутній єдиний методологічний підхід до визначення поняття контролінгу. Кожна з розглянутих концепцій має раціональний підхід, але робить акцент на окремих теоретичних або практичних аспектах контролінгу. Як свідчить дослідження, з розвитком теорії та практики контролінгу відбувалося суттєве розширення його предметної галузі,

змінювалися погляди на саму сутність контролінгу, що спричинило численне розходження поглядів щодо визначення даного поняття.

На нашу думку контролінг можна визначити як цілісну інтегровану систему елементів управління підприємством, шляхом взаємодії яких забезпечується досягнення встановлених цілей підприємства.

Визначаючи основні положення можна зробити висновок, що контролінг:

– ефективний механізм для управління як організацією в цілому, так і окремими видами або процесами її діяльності;

– інструмент управління, орієнтований на забезпечення ефективної роботи організації в умовах невизначеності;

– базується на положеннях системного, процесного та ситуаційного підходу.

Відповідно, незалежно від того, яким чином визначається категорія контролінг, його розвиток тісно пов'язаний з розвитком теорії управління підприємством. Гнучкість концепції контролінгу дозволяє вносити до нього нові розробки. А оскільки потреби управління організацією безперестанно змінюється, контролінг перебуває у постійному розвитку.

Список літератури

1. *Контролінг як інструмент управління підприємством* / Ананькіна Е.А., Данилочкін С.В., Данилочкіна Н.Г. і др. под ред. Данилочкіної Н.Г. – М.: Аудит, ЮНІТИ, 2004. – 279 с.
2. Дайле, А. *Практика контролінга* [Текст] / А. Дайле. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 562 с., с. 9
3. Майер Э. *Контролінг как система мышления и управления* / Э. Майер; под ред. С.А. Николаевой; пер. с нем. — М.: Финансы и статистика, 1993. — 96 с.
4. Сухарева Л.А., Петренко С.М. *“Контролінг – основа управління бізнесом”*. Київ. – Ельга. Ніка-Центр. 2002 рік.
5. *Контролінг в бізнесі. Методологічні та практичні основи побудови контролінга в організаціях* / А.М. Карминський, Н. И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько. – 2-е изд. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
6. Фольмут, Х. Й. *Інструменти контролінга от А до Я* / Х. И. Фольмут; пер. с нем. под ред. М.Л. Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой. – М.: Финансы и статистика. - 2001. – 288 с.
7. Карминський А.М., Карминський С.А., Нестеров П.В., Черников Б.В. *Інформатизація бізнеса: концепції, технології, системи*. – М.: Финансы и статистика. – 2004. – 624 с.
8. Хан Д. *Планирование и контроль: концепция контролінга*. /Пер. с нем. – М.: «Финансы и статистика». – 1997.
9. Криворотько І.О. *Контролінг у системі управління підприємством і прийняття управлінських рішень* [Електронний ресурс] / І.О. Криворотько. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_7/files/EC709_26.pdf
10. Воляник Г. М. *Контролінг у системі управління підприємством* / Г. М. Воляник, Н. С. Марушко // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2009. – Вип. 19.4. – С.151–155
11. Папіно В. *Розвиток контролінгу як об'єктивна необхідність вдосконалення управління* / В. Папіно // *Наукові записки*. – 2006. – Вип. 15. – Режим доступу: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/XV3ZmQ.pdf
12. Давидович І. Є. *Контролінг: навчальний посібник* / І. Є. Давидович. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 264 с
13. Варфоломєєва К. О. *Сутність і значення інформаційного потенціалу контролінгу в системі управління підприємством* / К. О. Варфоломєєва // *Вісник ЖДТУ*. – 2010. – № 3 (53). – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_3/7.pdf
14. Зоріна О. А. *Місце контролінгу в системі управління підприємством* / О. А. Зоріна // *Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право)*. – 2010. – № 2 (49). – С.59–66.
15. Брітченко І.Г., Князевич А.О. *Контролінг: навч. посіб.* / І. Г. Брітченко, А. О. Князевич. – Рівне : Волинські береги, 2015. – 280 с.
16. Івашкевич В. Б. *Стратегічний контролінг* / В. Б. Івашкевич. — М.: Магістр : ИНФРА-М, 2016. - 216 с.
17. Карминський А. М. *Контролінг* / А. М. Карминський, С. Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 171 с.
18. Елфимова И.Ф. *Контролінг* / И.Ф. Елфимова, В.А. Хвостикова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Воронеж: ВГТУ, 2012. - 163 с.
19. Пушкар М.С., Пушкар Р.М. *Контролінг - інформаційна підсистема стратегічного менеджменту: Монографія*. - Тернопіль: Карт-бланш, 2004. - 370с.
20. Івата В. В. *Контролінг у системі управління підприємством* / В. В. Івата // *Проблеми системного підходу в економіці*. – 2009. – №3. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_3/Ivata_309.htm
21. Прокопенко О.В., Криворучко Л.Б. *Економічна суть контролінгу, його місце в системі управління підприємством* // *Вісник СумДУ. Серія — Економіка*. - №4. – 2011. – С. 27-34.
22. А. Г. Бездудная, Т. Ю. Ксенофонтова. *Контролінг на промисловому підприємстві : учебное пособие* / А. Г. Бездудная, Т. Ю. Ксенофонтова. - Санкт-Петербург : Издательство С.-Петербур. государственного экономического ун-та, 2016. - 192 с.
23. Башкатова Ю. И. *Контролінг*. - М.: Издательский центр ЕАОИ, 2008. 108 с.
24. Попова Л.В., Исакова Р.Е., Головина Т.А. *Контролінг*. М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2003.
25. Жидкова Е.А. *Развитие учетно-аналитической концепции контролінга: теория и методология: монография*. – М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2017. – 228 с.
26. Хорват, П. *Концепция контролінга: управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование* / П. Хорват. – 3-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 269 с.
27. Вебер, Ю. *Введение в контролінг* / Ю. Вебер, У. Шеффер; пер. с нем. Фалько С. Г., Маликова С. Г., Баев Г. О. – М.: Объединение контроллеров, 2014. – 416 с
28. Бикмаева, А. В. *Контролінг как механизм управления факторами развития промышленного предприятия* [Текст] : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / А. В. Бикмаева. - Н. Новгород, 2012. - 23 с.
29. Ананькіна Е.А. *Контролінг как інструмент управління підприємством* / А. Ананькіна, С.В. Данилочкін, Н.Г. Данилочкіна і др. ; под ред. Н.Г. Данилочкіної. - М.: Аудит, ЮНІТИ, 2001. – 279 с.
30. А.Ю. Казак *Денежне господарство підприємств* / А. Ю. Казак, О. Б. Веретенникова, М. С. Марамыгин, К. В. Ростовцев ; под ред. А. Ю. Казака, О. Б. Веретенниковой. 3-е изд., испр. М.: Экономист, 2007.
31. Н.Г. Данилочкіна *Контролінг как інструмент управління підприємством* / Е.А. Ананькіна, С.В. Данилочкін, Н.Г. Данилочкіна і др.; Под ред. Н.Г. Данилочкіної. — М.: Аудит, ЮНІТИ, 2002. — 279 с.

References (transliterated)

1. *Kontrolynh kak ynstrument upravleniya predpriyatiem* [Controlling as an enterprise management tool] Anankyna E.A., Danylochkyn S.V., Danylochkyina N.H. y dr. pod red. Danylochkynoi N.H. – Moscow: Audyt, YuNYTY, 2004. – 279p.
2. Daile, A. *Praktyka kontrolynha* [Controlling practice] [Tekst] / A. Daile. – Moscow: Fynansy y statystyka, 2001. – 562 p., p. 9
3. Maier E. *Kontrolynh kak sistema myshleniya y upravleniya* [Controlling as a system of thinking and control] / E. Maier; pod red. S.A. Nykolaevoi; per. s nem. — Moscow: Fynansy y statystyka, 1993. — 96 p.
4. Sukharieva L.A., Petrenko S.M. *“Kontrolynh – osnova upravlinnia biznesom”* [Controlling is the basis of business management] .Kyiv. – Elha. Nika-Tsentr. 2002 rik.
5. *Kontrolynh v byznese. Metodolohycheskye y praktycheskye osnovy postroyeniya kontrolynha v orhanyzatsyakh* [Controlling in

- business. Methodological and practical bases of controlling construction in organizations] / A.M. Karmynskiy, N. Y. Olenev, A.H. Prymak, S.H. Falko. – 2-e yzd. – Moscow : Fynansy y statystyka, 2002. – 256 p.
6. Folmut, X. Y. *Ynstrumenty kontrolynya ot A do Ya* [Controlling tools from A to Z.] / X. Y. Folmut; per. s nem. pod red. M.L. Lukashevycha y E.N. Tykhonenkovoii. – Moscow: Fynansy y statystyka. – 2001. – 288 p.
 7. Karmynskiy A.M., Karmynskiy S.A., Nesterov P.V., Chernykov B.V. *Ynformatyzatsiya byznesa: kontseptsyy, tekhnolohyy, systemy* [Business informatization: concepts, technologies, systems]. – Moscow: Fynansy y statystyka. – 2004. – 624 p.
 8. Khan D. *Planyrovanye y kontrol: kontseptsyia kontrolynya*. [Planning and control: the concept of controlling] /Per. s nem. – Moscow: «Fynansy y statystyka». – 1997.
 9. Kryvorotko I.O. *Kontrolynh u systemi upravlinnia pidpriemstvom i pryiniattia upravlynskykh rishen* [Elektronnyi resurs] [Controlling in the enterprise management system and making management decisions] / I.O. Kryvorotko. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2009_7/files/EC709_26.pdf
 10. Volianyk H. M. *Kontrolynh u systemi upravlinnia pidpriemstvom* [Controlling in the enterprise management system] / H. M. Volianyk, N. S. Marushko // *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy* [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine]. – 2009. – issue 19.4. – pp.151–155
 11. Papinko V. *Rozvytok kontrolynhu yak ob'iektivna neobkhdnist vdoskonalennia upravlinnia* [Development of controlling as an objective need to improve management] / V. Papinko // *Naukovi zapysky*. [Proceedings] – 2006. – Vyp. 15. – Rezhym dostupu: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/XV3ZnQ.pdf
 12. Davydovych I. Ye. *Kontrolynh: navchalnyi posibnyk* [Controlling: Tutorial] / I. Ye. Davydovych. – Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury, 2008. – 264 p.
 13. Varfolomieieva K. O. *Sutnist i znachennia informatsiinoho potentsialu kontrolynhu v systemi upravlinnia pidpriemstvom* [The essence and significance of the information potential of controlling in the enterprise management system] / Kyiv. O. Varfolomieieva // *Visnyk ZhDTU* [[Scientific Bulletin of ZhDTU]]. – 2010. – no. 3 (53). – Rezhym dostupu: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_3/7.pdf
 14. Zorina O. A. *Mistse kontrolynhu v systemi upravlinnia pidpriemstvom* [The place of controlling in the enterprise management system] / O. A. Zorina // *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu DPS Ukrainy (ekonomika, pravo)*. [Scientific Bulletin of the National University of the State Tax Service of Ukraine (Economics, Law)] – 2010. – no. 2 (49). – pp. 59–66.
 15. Britchenko I.H., Kniazevych A.O. *Kontrolynh: navch. posib.* [Controlling: Tutorial] / I. H. Britchenko, A. O. Kniazevych. – Rivne : Volynski oberehy, 2015. – 280 p.
 16. Yvashkevych V. B. *Stratehicheskyi kontrolynh* [Strategic controlling] / V. B. Yvashkevych. — Moscow. : Mahystr : YNFRA-M, 2016. - 216 p.
 17. Karmynskiy A. M. *Kontrolynh* [Controlling] / A. M. Karmynskiy, S. H. Falko. – Moscow.: Fynansy y statystyka, 2006. – 171 p.
 18. Elfymova Y.F. *Kontrolynh* [Controlling] / Y.F. Elfymova, V.A. Khvostykova. - 3-e yzd., pererab. y dop. - Voronezh: VHTU, 2012. - 163 p.
 19. Pushkar M.S., Pushkar P.M. *Kontrolynh - informatsiina pidsystema stratehichnoho menezhmentu: Monohrafiia*. [Controlling - information subsystem of strategic management: Monograph.] - Ternopil: Kart-blansh, 2004. – 370 p.
 20. Ivata V. V. *Kontrolynh u systemi upravlinnia pidpriemstvom* [Controlling in the enterprise management system] / V. V. Ivata // *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi*. [Problems of system approach in economy] – 2009. – no. 3. – Rezhym dostupu: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_3/Ivata_309.htm
 21. Prokopenko O.V., Kryvoruchko L.B. *Ekonomichna sut kontrolynhu, yoho mistse v systemi upravlinnia pidpriemstvom* [The economic essence of controlling, its place in the enterprise management system] // *Visnyk SumDU. Seriya — Ekonomikal.* [Bulletin of SSU. Series —Economy] – no. 4. – 2011. – pp. 27-34.
 22. A. H. Bezdudnaia, T. Yu. Ksenofontova *Kontrolynh na promyshlennom predpriiaty : uchebnoe posobyie* [Controlling in an industrial enterprise: a textbook] / A. H. Bezdudnaia, T. Yu. Ksenofontova. - Sankt-Peterburh : Yzdatelstvo Sankt-Peterburgskogon hosudarstvennoho ekonomicheskoho un-ta, 2016. - 192 p.
 23. Bashkatova Yu. Y. *Kontrolynh*. [Controlling] - Moscow: Yzdatelskyi tsentr EAOY, 2008. 108 p.
 24. Popova L.V., Ysakova R.E., Holovyna T.A. *Kontrolynh*. [Controlling] – Moscow: Yzd-vo «Delo y Servys», 2003.
 25. Zhydkova E.A. *Razvytye ucheto-analytycheskoi kontseptsyy kontrolynhu: teoriia y metodolohyia: monohrafiia*. [Development of the accounting and analytical concept of controlling: theory and methodology: monograph.] – Moscow: Yzdatelskyi dom «NAUCHNAIA BYBLYOTEKA», 2017. – 228 p.
 26. Khorvat, P. *Kontseptsyia kontrolynhu: upravlencheskyi uch. Systema otchetnosti. Biudzhetirovanye* [Controlling concept: management accounting. Reporting system. Budgeting] / P. Khorvat. – 3-e yzd. - Moscow: Alpyna Byznys Buks, 2008. – 269 p.
 27. Veber, Yu. *Vvedeniye v kontrolynh* [Introduction to controlling] / Yu. Veber, U. Sheffer; per. s nem. Falko S. H., Malykova S. H., Baev H. O. – Moscow : Obyedyneniye kontrollerov, 2014. – 416 p.
 28. Bykmaeva, A. V. *Kontrolynh kak mekhanizm upravlenyia faktoramy razvytyia promyshlennogo predpriatyia* [Controlling as a mechanism for managing the factors of industrial enterprise development] : avtoref. dys. kand. ekon. nauk : 08.00.05 / A. V. Bykmaeva. - Nizhnyi Novhorod, 2012. - 23 p.
 29. Anankyna E.A. *Kontrolynh kak ynstrument upravlenyia predpriatiem* [Controlling as a tool for enterprise management] / .A. Anankyna, S.V. Danylochkin, N.H. Danylochkina y dr. ; pod red. N.H. Danylochkynoi. - Moscow : Audyt, YuNYTY, 2001. – 279 p.
 30. A.Yu. Kazak *Denezhnoe khoziaistvo predpriatyi* [Monetary economy of enterprises] / A. Yu. Kazak, O. B. Veretennykova, M. S. Maramyhyn, K. V. Rostovtsev ; pod red. A. Yu. Kazaka, O. B. Veretennykovoii. 3-e yzd., yspr. Moscow : Ekonomyst, 2007.
 31. N.H. Danilochkina *Kontrolynh kak ynstrument upravlenyia predpriatiem* [Controlling as a tool for enterprise management] / E.A. Anankyna, S.V. Danylochkin, N.H. Danylochkina y dr.; Pod red. N.H. Danylochkynoi. — Moscow: Audyt, YuNYTY, 2002. — 279 p.

Надійшла (received) 16.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Ходирева Оксана Олегівна (Ходырева Оксана Олеговна, Khodyrieva Oksana Olehivna) – аспірант кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський Політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9761-4943>; e-mail: oksana.hodireva@gmail.com

Л. С. МАРЧУК

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ СТОСОВНО ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення сталий розвиток та глобалізаційні процеси суттєво впливають на стан світової економіки, а її розвиток визначається рівнем використання інтелектуального потенціалу. Найважливішим та значущим процесом являється інтелектуалізація не лише економіки та виробництва, а й управління, що в свою чергу відповідає за високу кваліфікацію персоналу та безперервну освіту. Інтелектуальний потенціал в управлінській діяльності підприємства відіграє досить важливу роль, адже має цілий ряд специфічних особливостей: навички, здібності, компетенції, трудові та інтелектуальні ресурси, знання, ідеї, технології тощо. Основою для формування інтелектуального потенціалу підприємств являється персонал. Тому постає наукове завдання – провести аналіз показників, які впливають на результати управління інтелектуальним потенціалом підприємств машинобудівної галузі. Інтелектуальні ресурси в процесі творчої діяльності зазнають значних змін: зростання психологічних навантажень, заміна цінностей, світогляду населення, соціальних орієнтацій. Це змушує керівництво застосовувати нові морально-етичні та економічні стимули до підлеглих задля удосконалення творчої роботи та рівня мотивації. Саме це потребує методичних рекомендацій для організації системи управління інтелектуального потенціалу машинобудівного підприємства. Найбільш ефективний спосіб управління інтелектуальним потенціалом є поетапний, тому що на кожному етапі враховуються цілі та потреби складових частин. Аналіз світових тенденцій розвитку сучасних підприємств показав, що найважливіше значення має концепція управління трудовими ресурсами. У статті проведено аналіз методичних підходів управління інтелектуальним потенціалом, який довів, що на сьогоднішній день не існує єдиної та максимально точної системи управління. Тому було розроблено та запропоновано власні методичні рекомендації інтелектуалізації управління.

Ключові слова: інтелектуальний потенціал; методичні рекомендації; фактори впливу; система управління; творчість; креативність; професіоналізм.

Л. С. МАРЧУК

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современных условиях устойчивое развитие и глобализационные процессы существенно влияют на состояние мировой экономики, а ее развитие определяется уровнем интеллектуального потенциала. Важнейшим и значимым процессом является интеллектуализация не только экономики и производства, но и управления, что в свою очередь отвечает за высокую квалификацию персонала и непрерывное образование. Интеллектуальный потенциал в управленческой деятельности предприятия играет важную роль, поскольку имеет целый ряд специфических особенностей: навыки, способности, компетенции, трудовые и интеллектуальные ресурсы, знания, идеи, технологии и тому подобное. Основой для формирования интеллектуального потенциала предприятий является персонал. Поэтому возникает научная задача - провести анализ показателей, влияющих на результаты управления интеллектуальным потенциалом предприятий машиностроительной отрасли. Интеллектуальные ресурсы в процессе творческой деятельности значительно изменяются: рост психологических нагрузок, замена ценностей, мировоззрения населения, социальных ориентаций. Это заставляет руководство применять новые морально-этические и экономические стимулы к подчиненным для совершенствования творческой работы и уровня мотивации. Именно это требует методических рекомендаций для организации системы управления интеллектуального потенциала машиностроительного предприятия. Наиболее эффективный способ управления интеллектуальным потенциалом является поэтапный, так как на каждом этапе учитываются цели и потребности составных частей. Анализ мировых тенденций развития современных предприятий показал, что важнейшее значение имеет концепция управления персоналом. В статье проведен анализ методических подходов управления интеллектуальным потенциалом, который доказал, что на сегодняшний день не существует единой и максимально точной системы управления. Поэтому были разработаны и предложены собственные методические рекомендации интеллектуализации управления.

Ключевые слова: интеллектуальный потенциал; методические рекомендации; факторы влияния; система управления; творчество; креативность; профессионализм.

L. MARCHUK

METHODOLOGICAL RECOMMENDATIONS REGARDING THE ORGANIZATION OF THE INTELLECTUAL POTENTIAL MANAGEMENT SYSTEM OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE

In today's conditions, sustainable development and globalization processes significantly affect the state of the world economy, and its development is determined by the level of use of intellectual potential. The most important and significant process is the intellectualization of not only the economy and production, but also management, which in turn is responsible for highly qualified staff and continuing education. Intellectual potential in the management of the enterprise plays a very important role, because it has a number of specific features: skills, abilities, competencies, labor and intellectual resources, knowledge, ideas, technologies and more. The basis for the formation of the intellectual potential of enterprises is the staff. Therefore, there is a scientific task - to analyze the indicators that affect the results of managing the intellectual potential of enterprises in the engineering industry. Intellectual resources in the process of creative activity are undergoing significant changes: the growth of psychological stress, the replacement of values, worldviews, social orientations. This forces management to apply new moral, ethical and economic incentives to subordinates to improve creative work and motivation. This is what requires guidelines for the organization of the management system of the intellectual potential of the machine-building enterprise. The most effective way to manage intellectual potential is step-by-step, because at each stage the goals and needs of the components are taken into account. Analysis of global trends in modern enterprises has shown that the most important concept is human resource management. The article analyzes the methodological approaches to the management of intellectual potential, which proved that today there is no single and most accurate management system. Therefore, our own methodological recommendations for the intellectualization of management were developed and proposed.

Keywords: intellectual potential; methodical recommendations; factors of influence; management system; creativity; professionalism.

Вступ. Однією з головних проблем сучасного менеджменту є недосконалість організаційних структур управління, що призводить в свою чергу до відсутності чітких посадових зобов'язань,

несвоєчасного забезпечення необхідною інформацією персоналу для прийняття якісних управлінських рішень та до спаду інтелектуального потенціалу підприємств в цілому.

При здійсненні основних управлінських функцій особливу роль відіграють комунікації, які представляють собою інформаційні ресурси підприємства. Саме комунікація допомагає промислового підприємству приймати оптимальні управлінські рішення. Тому в стратегічних концепціях розвитку підприємств переважають інновації в сфері інформаційних систем, що в свою чергу сприяє забезпеченню загальної ефективності менеджменту.

Тому необхідні нові, творчі знання для розв'язання існуючої проблеми, а саме: покращення системи управління інтелектуального розвитку машинобудівних підприємств, що визначило актуальність вибраного мною дослідження.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження існуючих та розробка власних методичних рекомендацій стосовно організації системи управління на підприємствах машинобудівної галузі.

Аналіз основних досягнень та літератури. Питанням та проблемам стосовно управління інтелектуальним потенціалом машинобудівного підприємства присвячено цілу низку праць вітчизняних та закордонних вчених. Серед яких найбільш відомі: Перерва П.Г., Косенко О.П., Кобелева Т.О., Долина І.В., Дюжев В.Г., Гусаковська Т.О., Ілляшенко С.М., Мойсенко І.П., Свейбі К.Е., Коцінські Д., Мільнер Б.З. та інші [1]. Роботи цих економістів являються основою для розуміння системи управління інтелектуальним потенціалом, як в загальному значенні, так і за окремими складовими.

Проте, необхідно зазначити, що дослідження даної системи недостатньо розроблені. Це в свою чергу ускладнює процес управління підприємством. Тому необхідно продовжувати подальші розробки в заданому напрямі, що передбачає досягнення поставленої мети та економічних показників від реалізації програми.

Викладення основного матеріалу дослідження. Управління підприємством являє собою сукупність взаємопов'язаних функцій: *мотивації; контролю; організації та планування*, котрі в свою чергу забезпечують досягнення цілей підприємства.

Процес планування показує саме ту мету, якої прагне досягти підприємство. Для цього повинен бути чітко розроблений план, в якому відображається інформація щодо використання ресурсів, випуску та реалізації продукції, отримання фінансового результату. Вживання підприємства та його успіх залежить від стратегії, яка лежить в основі планів та програм. При цьому стратегія розвитку підприємства повинна враховувати зміни в його господарській діяльності.

Ефект організації – це поєднання матеріальних, трудових, фінансових, енергетичних, інформаційних ресурсів та їх раціональне використання у виробничому процесі. Елемент управління, що спрямований на прийняття рішень має назву мотивація.

Передбачає розробку положень про винагороду працівників за значні досягнення в діяльності підприємства, при цьому винагорода повинна

спонукати до зросту продуктивності праці та якості продукції, одночасно до зниження виробничих витрат.

Контроль – це інструмент, що забезпечує всі ланки управління інформацією щодо стану підприємства.

Контрольна діяльність забезпечується вдалим функціонуванням системи, своєчасним виявленням відхилень від норм на підприємстві, необхідним впливом на колектив, прийняттям раціональних рішень тощо [2-4].

Найбільш ефективний спосіб управління інтелектуальним потенціалом є поетапний, тому що на кожному етапі враховуються цілі та потреби складових частин. До основних етапів управління інтелектуальним потенціалом належать:

1. Аналіз стану інтелектуального потенціалу на підприємстві;
2. Планування структури інтелектуального потенціалу та її ефективності;
3. Організація діяльності інтелектуальних ресурсів згідно плану підприємства;
4. Стимулювання трудової діяльності персоналу компанії;
5. Моніторинг і контроль запланованих заходів.

Ключовим чинником в реалізації стратегії управління є набутий досвід персоналу та цілий ряд навичок (знання; здібності; компетенції; якості лідера; аналітичні вміння; націленість на результат), що забезпечують активізацію ініціативи персоналу до творчих рішень, ефективної роботи в команді, професійного розвитку. Саме це потребує систематизованого пошуку нових ідей та можливостей управління інтелектуальним потенціалом промислових підприємств [5-6].

Варто зазначити, що люди, котрі безпосередньо займаються розробкою й впровадженням новітніх форм інтелектуалізації, відрізняються високим освітнім та інтелектуальним рівнем, аналітичним мисленням, самостійністю, незалежністю, підвищеним почуттям власної гідності, креативністю, саме тому для них важлива мотивація для досягнення кращих результатів.

За результатами досліджень можна стверджувати про те, що на підприємствах існує велика кількість різноманітних методів стимулювання, але єдиного вірного не існує, тому методики необхідно поєднувати між собою для досягнення більш високих та ефективних результатів діяльності.

Аналіз світових тенденцій розвитку сучасних підприємств показав, що найважливіше значення має *концепція управління трудовими ресурсами*.

Таким чином, основою для формування інтелектуального потенціалу підприємств являється персонал.

Тому постає наукове завдання – провести аналіз показників, які впливають на результати управління інтелектуальним потенціалом підприємств машинобудівної галузі.

Наприклад, для виробників насосів найбільш важливі фактори впливу інтелектуального потенціалу представлені в наступному вигляді (табл.1).

Таблиця 1 - Перелік показників, які впливають на результати інтелектуального потенціалу машинобудівних підприємств

Найменування показника	Код
Середньооблікова чисельність персоналу	П1
Підвищення задоволеності співробітників (середньомісячна заробітна плата)	П2
Частка працівників з вищою освітою	П3
Підвищення відповідальності персоналу (заборгованість з заробітної плати)	П4
Питома вага працівників, що підвищили кваліфікацію	П5
Питома вага витрат на оплату праці в загальних витратах на виробництво	П6
Питомі витрати на розвиток одного працівника	П7
Питома вага працівників основної діяльності в складі працюючих	П8
Частка працівників, які пройшли стажування	П9
Питома вага працівників, що отримали патенти на винаходи та подавали раціоналізаторські пропозиції	П10
Питома вага інвестицій у навчання персоналу	П11
Питома вага витрат на інформатизацію у загальному обсязі витрат	П12
Питома вага працівників, що виконують науково-технічну роботу	П13
Питома вага витрат підприємства, спрямованих на дослідження і розробки	П14
Питома вага інвестицій на інновації у власному капіталі	П15
Розвиток кадрового потенціалу підприємства	П16
Успішна мотивація праці персоналу	П17
Професіоналізм і якість роботи персоналу	П18
Розвиток системи креативного менеджменту на підприємстві	П19
Ефективне виконання науково-дослідних або дослідно-конструкторських та технологічних робіт	П20

За даними таблиці можна стверджувати, що на розвиток інтелектуального потенціалу впливає безліч факторів, проте необхідно визначити найголовніші з них.

Якщо мова йде про персонал, то найважливіші показники – це кадрове забезпечення виробництва і збуту. Дослідити їх більш детально допоможе ранжування показників інтелектуального потенціалу машинобудівних підприємств.

Коефіцієнт варіації експертних оцінок для i -го фактору впливу інтелектуального потенціалу K_i^{var} визначається за наступною формулою:

$$K_i^{var} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left(\frac{\sum_i B_{ij}^{експ}{}^2 - \sum_i (B_{ij}^{експ})^2}{\sum_i (B_{ij}^{експ})^2} \right), \quad (1)$$

де n - кількість різних оцінок, які надали експерти i -му фактору впливу інтелектуального потенціалу;

$B_{ij}^{експ}$ – кількість відповідей експертів про надання j -ої оцінки i -му фактору впливу інтелектуального потенціалу.

Разом з ранжуванням оцінок, що виставляються експертами, важливо дослідити і кількісний ступінь відмінності однієї оцінки від іншої. Саме такий підхід буде реалізовуватися нами при визначенні рівня важливості окремих видів експертних оцінок факторів

впливу інтелектуального потенціалу підприємства машинобудівної галузі.

Розрахункова величина коефіцієнта конкордації W змінюється в інтервалі від 0 до 1, його значення розраховується з використанням наступної аналітичної залежності[7-9]:

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n) - \frac{1}{12} m \sum_{j=1}^m T_j} \quad (2)$$

$$W = \frac{12 \sum_{j=1}^{j=30} d_i^2}{m^2 (n^3 - n) - m \sum_{j=1}^m \sum_{r=1}^{r=L} (t_r^3 - t_r)},$$

де m – кількість експертів;

n – кількість подій;

S – середньоквадратичне відхилення суми рангів за групами показників від середнього значення;

T_j – загальна кількість повторень, підрахована за формулою:

$$T_j = \sum_r (t_r^3 - t_r), \quad (3)$$

де t – кількість повторень рангу i -ї групи показників у j -го експерта;

L – кількість груп рівних рангів в оцінках j -го експерта;

t_r – кількість рівних рангів в r -й групі[10-11].

Такий потенційний фактор розвитку, як **партнерські проекти із зацікавленими сторонами** теж невиразно почуває себе у системі менеджменту та рейтингу відповідно (двадцять дев'яте місце), що свідчить про необізнаність ефективного управління підприємством, адже партнерські проекти – важливий показник інтелектуального потенціалу в конкурентному середовищі[12].

Несподівано низьку оцінку отримав показник **професіоналізм і якість роботи**, що відтворює сучасний стан надання необхідних знань та навичок. Саме професіоналізм забезпечує якісно-новий та ефективний рівень вирішення складних завдань в умовах, що постійно змінюються. Новітні знання, здібності та підходи дають можливість професіоналу якісно та швидко виконувати поставлені задачі, знаходити оптимальні рішення з мінімальними затратами часу та матеріальних ресурсів. Саме професіоналізм є одним з найважливіших факторів формування та розвитку високої ефективності управління та діяльності машинобудівних підприємств, отже, потребує подальших досліджень.

Висновки. Отже, проведене мною дослідження показало, що важливою задачею управлінців машинобудівних підприємств є робота з персоналом стосовно: виявлення мотиваційних переваг, сильних та слабких сторін індивіда; формування інноваційного та креативного мислення; генерації ідей; прагнення до

постійного саморозвитку та самоосвіти; постійного підвищення кваліфікації, навичок, здібностей, компетенцій, рівня знань тощо.

Список літератури

1. Іванов Ю. Б. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика, стратегія / Ю. Б. Іванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитко, О. С. Абрамова. – Харків: ХНЕУ, 2004. 256 с.
2. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабас, О. С. Дубцова, А. В. Вакулєнко. – К.: КНЕУ, 2008. 520 с.
3. Мілов О. В., Мілевський С. В. Комплексна модель вибору конкурентної стратегії підприємства // *Економіка розвитку*. 2005. №3 (35). С. 84-90.
4. Ряба О.І. Конкурентоспроможність України та напрями її підвищення / О. І. Ряба, Н. М. Шумило // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2010. № 2. С. 44-47.
5. Перерва П. Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П. Г. Перерва, Н. М. Побережна // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 191-198.
6. Марчук Л. С. Роль та місце інтелектуального потенціалу в розвитку промислових підприємств // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2020. №10 (152). С. 30-37.
7. Ситник Й.С. Інтелектуальний потенціал як фактор інтелектуалізації систем менеджменту підприємства: Економічний вісник – 2012, 277с.
8. Лаврентєв В.А., Шаріна А.В. Інтелектуальний потенціал підприємства: поняття, структура і напрями його розвитку // *Креативна економіка: Наукова стаття* – 2009, 9с.
9. Чухно А.А. Інтелектуальний капітал: сутність форми і закономірності розвитку // *Економіка України* – 2002, 54с.
10. Швиданенко Г.О. Управління капіталом підприємства: навчальний посібник – 2007, 441с.
11. *Економіка и управление инновационной деятельностью: учебник* / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
12. Перерва П.Г. *Анализ финансового состояния предприятия* / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"* : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – No 11-2. – С. 118-121.
- estimation, diagnostics, strategy] / Yu. B. Ivanov, A. N. Tyshchenko, N. A. Drobityko, O. S. Abramova. – Kharkiv: KhNEU, 2004. 256 p.
2. Klymenko S. M. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [Enterprise competitiveness management]: navch. posib. / S. M. Klymenko, T. V. Omelianenko, D. O. Barabas, O. S. Dubtsova, A. V. Vakulenko. – K.: KNEU, 2008. 520 p.
3. Milov O. V., Milevskiy S. V. *Kompleksna model vyboru konkurentnoi stratehii pidpriemstva* [A comprehensive model for choosing the competitive strategy of the enterprise] // *Ekonomika rozvytku*. [Development economics] 2005. no 3 (35). pp. 84-90.
4. Riaba O.I. *Konkurentospromozhnist Ukrainy ta napriamy yii pidvyshchennia* [Competitiveness of Ukraine and directions of its increase] / O. I. Riaba, N. M. Shumylo // *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. [Bulletin of Khmelnytsky National University] *Ekonomichni nauky*, 2010. no 2. pp.44-47.
5. Pererva P. H. *Vyznachennia efektyvnosti vykorystannia vyrobnychoho potentsialu mashynobudivnoho pidpriemstva* [Determining the efficiency of using the production potential of a machine-building enterprise] / P. H. Pererva, N. M. Poberezhna // *Marketynh i menedzhment innovatsii*. 2012. no 2. pp. 191-198.
6. Marchuk L. S. *Rol ta mistse intelektualnoho potentsialu v rozvytku promyslovykh pidpriemstv* [The role and place of intellectual potential in the development of industrial enterprises] // *Enerhozberzhennia. Enerhetyka. Enerhoaudit*. [Energy saving. Energy audit] 2020. no 10 (152). pp. 30-37.
7. Sitnik YS *Intelektual'nyj potentsial yak faktor intelektualizatsiyi sy'stem menedzhmentu pidpri'emstva* [Intellectual potential as a factor of intellectualization of enterprise management systems]: *Ekonomichnyj visnyk* [Economic Bulletin] 2012, 277p.
8. Lavrentyev VA, Sharina AV *Intelektual'nyj potentsial pidpri'emstva: ponyattya, struktura i napryamky jogo rozvytku* [Intellectual potential of the enterprise: concept, structure and directions of its development] // *Creative economy: Scientific article* - 2009, 9p.
9. Chukhno AA *Intelektual'nyj kapital: sutnist' formy i zakonamirnosti rozvytku* [Intellectual capital: the essence of the form and patterns of development] // *Economy of Ukraine* - 2002, 54p.
10. Shvidanenko G.O. *Upravlinnya kapitalom pidpri'emstva: navchal'nyj posibnyk* [Capital management of the enterprise] 2007, 441 p.
11. *Economics and management of innovation: a textbook* / Ed. prof. Perervy PG, prof. Voronovsky GK, prof. Mekhovich SA, prof. Pogorelova N.I. - Kharkiv: NTU "KhPI", 2009. – 1203p.
12. Pererva P.G. *Analyz finansovogo sostoyanya predpri'yaty'ya* [Analysis of the financial condition of the enterprise] / PG Pererva, ON Savenkova // *Visnik Nats. tech. un-tu "KhPI"* [Bulletin of the National Technical University of KhPI] No 11-2. pp. 118-121.

References (transliterated)

1. Ivanov Yu. B. *Konkurentospromozhnis pidpriemstva: otsinka, diahnostyka, stratehiia* [Competitiveness of the enterprise:

Надійшла (received) 16.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Марчук Леся Сергіївна (Марчук Леся Сергеевна, Marchuk Lesia Serhiivna) — аспірантка кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна. ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-7108-1632>; email; Lesia.Marchuk@emmb.khpi.edu.ua

Т.О. ГУСАКОВСЬКА, Л.А. РИБАЛКО-РАК

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для ефективного управління інтелектуальним потенціалом підприємства важливе значення має здійснення його адекватної оцінки. Процес оцінювання інтелектуального потенціалу промислового підприємства є складовою процесу управління його інтелектуальним потенціалом та вимагає розробки відповідного організаційно-методичного забезпечення. Метою статті є дослідження теоретичних засад процесу управління оцінюванням інтелектуального потенціалу та інтелектуальної власності промислових підприємств та обґрунтування підходу, що дозволить забезпечити найбільш ефективне здійснення даного процесу. Для визначення передумов здійснення процесу оцінки інтелектуального потенціалу охарактеризовано його структуру. Виходячи з цього обґрунтовано виділення підпроцесів у процесі оцінки інтелектуального потенціалу промислового підприємства. До цих підпроцесів віднесено такі: оцінка інтелектуального капіталу підприємства; оцінка ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства; оцінка можливостей розвитку. Визначено, що процес оцінювання інтелектуального потенціалу має враховувати особливості та специфіку складових об'єкта оцінювання. Проаналізовано основні підходи до здійснення оцінки інтелектуального потенціалу промислового підприємства та, зокрема, його складових – інтелектуального капіталу та інтелектуальної власності. Для інтелектуальної власності в залежності від цілей оцінки можуть бути застосовані методи прямої грошової оцінки в рамках витратного, дохідного та ринкового підходів. Зроблено висновок, що найбільш доцільними при здійсненні оцінки інтелектуального потенціалу підприємства є SC-методи, які передбачають розрахунок ключових показників, що характеризують досягнення стратегічних цілей підприємства. Результат оцінки інтелектуального потенціалу за цими методами - масштабування факторів, що є визначальними для дохідності підприємства в довгостроковому періоді. Їх використання дозволять оцінити як нинішній стан та ефективність реалізації інтелектуального потенціалу підприємства, так і можливості для його майбутнього розвитку.

Ключові слова: інтелектуальна власність; інтелектуальний потенціал; інтелектуальний капітал; процес управління; процес оцінювання; методи оцінювання.

Т.А. ГУСАКОВСКАЯ, Л.А. РЫБАЛКО-РАК

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ ОЦЕНИВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Для эффективного управления интеллектуальным потенциалом предприятия важное значение имеет осуществление его адекватной оценки. Процесс оценки интеллектуального потенциала промышленного предприятия является составной частью процесса управления его интеллектуальным потенциалом и требует разработки соответствующего организационно-методического обеспечения. Целью статьи является исследование теоретических основ процесса управления оценкой интеллектуального потенциала и интеллектуальной собственности промышленных предприятий и обоснование подхода, который позволит обеспечить наиболее эффективное осуществление данного процесса. Для определения предпосылок осуществления процесса оценки интеллектуального потенциала охарактеризовано его структуру. Исходя из этого обосновано выделение подпроцессов в процессе оценки интеллектуального потенциала промышленного предприятия. К этим подпроцессам отнесены следующие: оценка интеллектуального капитала предприятия; оценка возможностей развития. Определено, что процесс оценки интеллектуального потенциала должен учитывать особенности и специфику составляющих объекта оценки. Проанализированы основные подходы к осуществлению оценки интеллектуального потенциала промышленного предприятия и, в частности, его составляющих - интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности. Для интеллектуальной собственности в зависимости от целей оценки могут быть применены методы прямой денежной оценки в рамках затратного, доходного и рыночного подходов. Сделан вывод, что наиболее целесообразными при оценке интеллектуального потенциала предприятия являются SC-методы, предполагающие расчет ключевых показателей, характеризующих достижение стратегических целей предприятия. Результат оценки интеллектуального потенциала с помощью этих методов - масштабирование факторов, которые являются определяющими для доходности предприятия в долгосрочном периоде. Их использование позволит оценить как нынешнее состояние и эффективность реализации интеллектуального потенциала предприятия, так и возможности для его будущего развития.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; интеллектуальный потенциал; интеллектуальный капитал; процесс управления; процесс оценивания; методы оценивания.

T. HUSAKOVSKA, L. RYBALKO-RAK

MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY AND INTELLECTUAL CAPACITY ASSESSMENT PROCESSES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

For effective management of the intellectual potential of an enterprise, it is important to carry out its adequate assessment. The process of assessing the intellectual potential of an industrial enterprise is an integral part of the process of managing its intellectual potential and requires the development of appropriate organizational and methodological support. The purpose of the article is to study the theoretical foundations of the process of managing the assessment of the intellectual potential and intellectual property of industrial enterprises and substantiate an approach that will ensure the most effective implementation of this process. To determine the prerequisites for the implementation of the process of assessing the intellectual potential, its structure is characterized. Based on this, the selection of sub-processes in the process of assessing the intellectual potential of an industrial enterprise is substantiated. These sub-processes include the following: assessment of the intellectual capital of the enterprise; assessment of the efficiency of using the intellectual capital of the enterprise; assessment of development opportunities. It is determined that the process of assessing intellectual potential should take into account the features and specifics of the components of the assessment object. The main approaches to assessing the intellectual potential of an industrial enterprise and, in particular, its components - intellectual capital and intellectual property - are analyzed. For intellectual property, depending on the purpose of the valuation, direct monetary valuation methods can be applied within the cost, income and market approaches. It is concluded that the most appropriate in assessing the intellectual potential of an enterprise are SC-methods, which involve the calculation of key indicators characterizing the achievement of the strategic goals of the enterprise. The result of assessing the intellectual potential using these methods is the scaling of factors that are decisive for the profitability of an enterprise in the long run. Their use will make it possible to assess both the current state and the effectiveness of the implementation of the intellectual potential of the enterprise, and the possibilities for its future development.

Keywords: intellectual property; intellectual potential; intellectual capital; management process; assessment process; assessment methods.

Вступ. В умовах постіндустріальної економіки серед факторів конкурентоспроможності промислових підприємств на перший план виходить його інтелектуальний потенціал. Впровадження інновацій в господарській діяльності підприємства, зокрема, виробництво інноваційної продукції та використання передових технологій стає необхідною умовою розвитку підприємства. Здійснення інноваційної діяльності є неможливим без високого рівня інноваційного потенціалу. Тому на сьогоднішній день особливої актуальності набувають питання формування оптимального інструментарію управління інтелектуальним потенціалом підприємства та його основних складових.

Аналіз стану питання. Для ефективного управління інтелектуальним потенціалом підприємства важливе значення має здійснення його адекватної оцінки. Процес оцінювання інтелектуального потенціалу промислового підприємства є складовою процесу управління його інтелектуальним потенціалом та вимагає розробки відповідного організаційно-методичного забезпечення. Від того, наскільки обраний підхід до здійснення процесу оцінки буде відповідати цілям та особливостям об'єкту управління, напряду залежить ефективність даного процесу. На сьогоднішній день існує низка розробок щодо оцінювання окремих складових інтелектуального потенціалу підприємства – людського капіталу, інтелектуальної власності, споживчого та структурного капіталу тощо.

Мета роботи. Метою статті є дослідження теоретичних засад процесу управління оцінюванням інтелектуального потенціалу та інтелектуальної власності промислових підприємств та обґрунтування підходу, що дозволить забезпечити найбільш ефективне здійснення даного процесу.

Аналіз основних досягнень і літератури. Різним аспектам управління інтелектуальним потенціалом підприємств присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців: Л. Едвінсона, Р. Гайдай, Т. Лозової, Г. Островської, П. Перерви, К. Свейбі, Т. Стюарта, Г. Швець та інших [1-10].

Проте зважаючи на складність та багатогранність проблеми потребують подальшого дослідження методичні та організаційні засади здійснення оцінки інтелектуального потенціалу промислового підприємства та його важливої складової – інтелектуальної власності.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Створення та впровадження у виробництво нових продуктів та процесів, використання інноваційних технологій в управлінні є передумовою для успіху на ринку, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності, соціально-економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі. Ефективність даного процесу напряду залежить від наявності у підприємства інтелектуального потенціалу, що включає творчі можливості працівників до створення та впровадження розробок, наявність інтелектуальних продуктів та об'єктів інтелектуальної власності, а також організаційні та технічні можливості для їх використання.

Для визначення передумов здійснення процесу оцінки інтелектуального потенціалу розглянемо його основні складники (рис. 1).



Рис. 1. Основні елементи інтелектуального потенціалу підприємства

Джерело: сформовано на основі [1, 4, 11]

Складові елементи інтелектуального потенціалу та порядок їх формування будуть визначати особливості організації його оцінки. Виходячи з вищевказаної схеми процес оцінки інтелектуального потенціалу буде включати в себе такі підпроцеси:

- оцінка інтелектуального капіталу підприємства;
- оцінка ефективності використання інтелектуального капіталу підприємства;
- оцінка можливостей розвитку.

При цьому процес оцінки інтелектуального капіталу буде включати в себе підпроцеси оцінки людського капіталу, структурного та клієнтського капіталу, оскільки кожен з цих підпроцесів має свої вимоги відповідно до особливостей об'єкта оцінки.

Якщо враховувати статичні і динамічні властивості інтелектуального капіталу, його можна визначити як всі наявні інтелектуальні ресурси організації, які є джерелом майбутніх доходів організації та її додаткової вартості.

Людський капітал - сукупна величина інвестицій у навчання і підвищення кваліфікації персоналу. Включає також компетентність і креативність працівників, користь від їх діяльності для організації,

що в аспекті управління інтелектуальним потенціалом підприємства є дуже важливою характеристикою людського капіталу. Клієнтський капітал складається зі зв'язків і стійких відносин з клієнтами і партнерами. Організаційний капітал - систематизована частина інтелектуального капіталу, яка має відношення до організації в цілому (процедури, технології, системи управління, технічне і програмне забезпечення, об'єкти інтелектуальної власності, організаційні структури).

На сьогоднішній день існує низка методик для оцінки інтелектуального потенціалу та його складових (зокрема, інтелектуального капіталу та інтелектуальної власності), які об'єднані в чотири групи (рис. 2).

Методи прямої грошової оцінки окремих складових інтелектуального капіталу передбачають вимірювання вартості зазначених складових на базі наступних підходів:

витратного підходу (наприклад, розрахунок суми витрат, понесених на створення об'єкта інтелектуальної власності);

дохідного підходу - розраховується прогнозований дохід, який підприємство може отримати, використовуючи дану складову інтелектуального капіталу, реалізуючи свій інтелектуальний потенціал; ринкового (порівняльного підходу) – оцінюється складова інтелектуального капіталу на основі порівняння минулих угод щодо передачі прав на аналогічні об'єкти.

Методи ринкової капіталізації також оцінюють інтелектуальний потенціал підприємства у вартісному виразі, але базуються на припущенні, що саме інтелектуальний потенціал є джерелом формування доданої вартості підприємства, тобто різниця між балансовою вартістю підприємства та його ринковою вартістю – це і є вартість інтелектуального потенціалу. Особливістю цієї групи методів є спрямованість на оцінку та кількісне вимірювання інтелектуального капіталу, його вкладу у формування вартості підприємства, основна увага акцентується на управлінні вартістю інтелектуального капіталу з метою підвищення вартості всього бізнесу.



Рис. 2. Методичний інструментарій оцінювання інтелектуального потенціалу підприємства [3]

Найбільш доцільними при здійсненні оцінки інтелектуального потенціалу, на наш погляд, є SC-методи, що передбачають розрахунок ключових показників, які характеризують досягнення стратегічних цілей підприємства.

Результат оцінки інтелектуального потенціалу за цими методами - масштабування факторів, що є визначальними для дохідності підприємства в довгостроковому періоді. Цей результат може використовуватись як основа для прийняття рішень відносно змін (управління людськими ресурсами, управління підприємством, маркетинг, збут і т.д.), а також як керівництво для щоденних робочих процесів.

Початок застосуванню зазначеної групи методів поклали розробки Л. Едвінсона та Р. С. Каплана і Д. П. Нортон. В 1991 році Л. Едвінсоном в компанії Skandia розроблювалась нова бізнес-стратегія в рамках «бізнес-логіки інтелектуального капіталу» [4]. Одним із результатів цих розробок є Skandia Navigator, система, розроблена з метою визначення керівництвом фірми не лише фінансових показників, але також і показників, що враховують важливі стратегічні перспективи [4].

Модель Balanced Scorecard Р. С. Каплана і Д. П. Нортон має багато спільного з Navigator [12]. Мета розробки цих моделей полягала в тому, щоб дати менеджменту інструмент, за допомогою якого

могла бути визначена сьогодняшня стратегічна позиція підприємства для забезпечення майбутнього розвитку.

Також серед даної групи методів слід відзначити «The intangible assets monitor» К.Е. Свейбі [3]. Кожний з показників у моделі Свейбі має свою одиницю виміру (відсотки, коефіцієнти, вартість у грошових одиницях, питомі показники і т.д.).

Отже, SC-методи оцінки інтелектуального потенціалу підприємства базуються на його розгляді як необхідної умови для інноваційного розвитку підприємства, його майбутніх фінансових результатів та сильної конкурентної позиції. Ця група методів направлена на аналіз та оцінку інтелектуального потенціалу підприємства з метою забезпечення його розвитку.

Висновки. Таким чином, процес оцінювання інтелектуального потенціалу має враховувати особливості та специфіку складових об'єкта оцінювання. Формуючи методику оцінювання інтелектуального потенціалу підприємства найбільш доцільним є використання SC-методів, що дозволяють оцінити як нинішній стан та ефективність реалізації інтелектуального потенціалу підприємства, так і можливості майбутнього розвитку.

Список літератури

1. Гайдай Р. Ф. Оцінка інтелектуального потенціалу підприємства з врахуванням його сутнісного змісту. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 6. Т. 3. С. 191-194.
2. Островська Г. Управління інтелектуальним потенціалом підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2018. №2(55). С. 88-97.
3. Sveiby K. E. Methods for Measuring Intangible Assets. URL: www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm.
4. Edvinsson L. Skandia Navigator. URL: <http://www.intellectualcapital.se>.
5. Stewart T. A. Intellectual capital: the new wealth of organizations. New York: Doubleday Currency, 1997.
6. Лозова Т. І., Шамін М.В. Інтелектуальний потенціал підприємства як економічна категорія. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 10. С. 113-116.
7. Перерва П.Г., Жегус О.В. Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/stat_iya/Pererva.pdf.
8. Перерва П.Г. Трансфер технологій / П.Г.Перерва, Коцискі Д., М.Верес Сомосі. Харків-Мішкольц: НТУ «ХПІ», 2012. 668 с.
9. Перерва П. Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 15 (1291). С. 53-63.
10. Швець Г.О. Особливості інтелектуального потенціалу підприємства. *Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2017. Вип. 16. С. 144-149.

11. Гусаковська, Т. О., Кобельєва, Т. О. Підходи до оцінки інтелектуального капіталу промислового підприємства. *Науковий вісник ПУЕТ: Economic Sciences*. 2016. №1 (73). С. 16-22.
12. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Москва: Олимп-бизнес, 2004. 344 с.

References (transliterated)

1. Haidai R. F. *Otsinka intelektualnoho potentsialu pidpriemstva z vrakhuvanniam yoho sutnisnoho zmistu* [Assessment of the intellectual potential of the enterprise taking into account its essential content] *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University]. 2009. no. 6. T. 3. pp. 191-194.
2. Ostrovska H. *Upravlinnia intelektualnym potentsialom pidpriemstva* [Management of intellectual potential of the enterprise]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk* [Galician economic bulletin]. 2018. vol. 55, no 2. pp. 88-97.
3. Sveiby K. E. Methods for Measuring Intangible Assets. URL: www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm.
4. Edvinsson L. Skandia Navigator. URL: <http://www.intellectualcapital.se>.
5. Stewart T. A. Intellectual capital: the new wealth of organizations. New York: Doubleday Currency, 1997.
6. Lozova T. I., Shamin M.V. *Intelektualnyi potentsial pidpriemstva yak ekonomichna katehoriia* [Intellectual potential of the enterprise as an economic category] *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy* [Economics and Enterprise Management]. 2016. vol. 10. pp. 113-116.
7. Pererva P.H., Zhehus O.V. *Naukovo-innovatsiyni potentsial Ukrainy ta suchasni problemy yoho vykorystannia* [Scientific and innovative potential of Ukraine and modern problems of its use] URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/stat_iya/Pererva.pdf.
8. Pererva P.H. *Transfer tekhnolohii* [Technology transfer] / P.H.Pererva, Kotsyski D., M.Veress Somosi. Kharkiv-Mishkolts: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
9. Pererva P. H., Marchuk L.S. *Intelektualnyi potentsial yak ekonomichna katehoriia* [Intellectual potential as an economic category] *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiyi politekhnichnyi instytut» : ekonomichni nauky* [Bulletin of the National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»: Economic Sciences] Kharkiv : NTU «KhPI», 2018. vol. 15, no 1291. pp. 53-63.
10. Shvets H.O. *Osoblyvosti intelektualnoho potentsialu pidpriemstva* [Features of the intellectual potential of the enterprise] *Teoretychni ta praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti* [Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property.] 2017. vol. 16. pp. 144-149.
11. Husakovska, T. O., Kobieliieva, T. O. *Pidkhody do otsinky intelektualnoho kapitalu promyslovoho pidpriemstva* [Approaches to the assessment of intellectual capital of an industrial enterprise] *Naukovyi visnyk PUET: Economic Sciences* [Scientific Bulletin of PUET: Economic Sciences] 2016. vol. 1. no 73. pp. 16-22.
12. Kaplan R. S., Norton D.P. *Sbalansirovannaya sistema pokazatelej. Ot strategii k dejstviyu* [Balanced scorecard. From strategy to action.] Moskva : Olimp-biznes, 2004. 344 p.

Надійшла (received) 18.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Гусаковська Тетяна Олександрівна (Гусаковская Татьяна Александровна, Husakovska Tetiana) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»; м. Полтава, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9094-3613>; e-mail: tatgus@ukr.net

Рибалко-Рак Леся Андріївна (Рыбалко-Рак Леся Андреевна, Rybalko-Rak Lesia) – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»; м. Полтава, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2269-9209>; e-mail: rybalko2004@ukr.net

І.В. ШУБА, О.І. ЧАЙКОВА, О.В. СИДОРЕНКО, І.А. ТАРАСЕНКО

ОСОБЛИВОСТІ ІНЖИНІРИНГУ ЯК ВИДУ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ СТВОРЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

У статті досліджено теоретичні засади інжинірингу та його особливості як виду професійної діяльності, що призводить до створення об'єктів інтелектуальної власності, втілених в інноваційному продукті. Проаналізовано сильні та слабкі сторони України з позиції забезпечення інноваційного процесу в країні. Так, Україна вже багато років стабільно посідає 50-43 місце у рейтингу країн за Глобальним інноваційним індексом, який враховує 80 параметрів в якості критеріїв оцінювання та показує пряму залежність між правами власності та різними аспектами економічного розвитку. Незважаючи на доволі низьку позицію у даному рейтингу, сильними сторонами нашої країни є людський капітал, система освіти, знання та технології. Тому для підвищення економічного рівня та добробуту населення доцільним є використання даного потенціалу, наприклад, наданням інжинірингових послуг, які базуються саме на інтелектуальному та технічному ресурсі компанії. Наразі існує багато видів інжинірингових послуг у світі. В Україні найпоширенішими є промисловий інжиніринг, IT-інжиніринг, фінансовий інжиніринг. При цьому інжиніринг є поширеним видом міжнародних комерційних операцій, оскільки передбачає надання на основі договору видів інженерно-технічних послуг іноземним замовникам.

Ключові слова: інжиніринг; інноваційний продукт; інжинірингова компанія; інноваційне виробництво; об'єкти інтелектуальної власності

И.В. ШУБА, Е.И. ЧАЙКОВА, О.В. СИДОРЕНКО, И.А. ТАРАСЕНКО

ОСОБЕННОСТИ ИНЖИНИРИНГА КАК ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ СОЗДАНИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

В статье исследованы теоретические основы инжиниринга и его особенности как вида профессиональной деятельности, что приводит к созданию объектов интеллектуальной собственности, воплощенных в инновационном продукте. Проанализированы сильные и слабые стороны Украины с позиции обеспечения инновационного процесса в стране. Так, Украина уже много лет стабильно занимает 50-43 место в рейтинге стран по Глобальному инновационному индексу, который учитывает 80 параметров в качестве критериев оценки и показывает прямую зависимость между правами собственности и различными аспектами экономического развития. Несмотря на довольно низкую позицию в данном рейтинге, сильными сторонами нашей страны является человеческий капитал, система образования, знания и технологии. Поэтому для повышения экономического уровня и благосостояния населения целесообразно использование данного потенциала, например, предоставлением инжиниринговых услуг, базирующихся именно на интеллектуальном и техническом ресурсе компании. Сейчас существует много видов инжиниринговых услуг в мире. В Украине наиболее распространены промышленный инжиниринг, IT-инжиниринг, финансовый инжиниринг. При этом инжиниринг является распространенным видом международных коммерческих операций, поскольку предусматривает предоставление на основе договора видов инженерно-технических услуг иностранным заказчикам.

Ключевые слова: инжиниринг; инновационный продукт; инжиниринговая компания; инновационное производство; объекты интеллектуальной собственности

I.V. SHUBA, O.I. CHAIKOVA, O.V. SYDORENKO, I.A. TARASENKO

FEATURES OF ENGINEERING AS A TYPE OF PROFESSIONAL ACTIVITY IN CREATING AN INNOVATIVE PRODUCT

The article examines the theoretical foundations of engineering and its features as a type of professional activity, which leads to the creation of intellectual property embodied in an innovative product. The strengths and weaknesses of Ukraine from the standpoint of ensuring the innovation process in the country are analyzed. Thus, for many years Ukraine has consistently ranked 50-43 in the ranking of countries according to the Global Innovation Index, which takes into account 80 parameters as evaluation criteria and shows a direct relationship between property rights and various aspects of economic development. Despite the rather low position in this ranking, the strengths of our country are human capital, education, knowledge and technology. Therefore, to increase the economic level and welfare of the population, it is advisable to use this potential, for example, the provision of engineering services, which are based on the intellectual and technical resources of the company. There are currently many types of engineering services in the world. In Ukraine, the most common are industrial engineering, IT engineering, financial engineering. At the same time, engineering is a common type of international commercial operations, as it involves the provision of types of engineering services to foreign customers on the basis of the contract.

Key words: engineering; innovative product; engineering company; innovative production; intellectual property

Вступ. Сучасні реалії показують картину, що людство завдяки процесам глобалізації не може існувати без передових технічних рішень, тим самим обумовлюючи максимальний розвиток економіки тих країн, де створено ефективну та гнучку систему інтелектуальної власності з чіткими механізмами її захисту та факторами підвищеної мотивації суб'єктів, зайнятих в сфері інноваційного прогресу. Зміна видів виробництва обумовила напрям розвитку економік різних країн. Люди навчилися «оживляти» техніку, застосовуючи потенціал її ефективності, проте без людського потенціалу, інтелекту та кваліфікації це неможливо. На автоматизованому виробництві великих компаній великий обсяг роботи виконують

роботи, які при зміні специфіки роботи не утилізуються, а просто перепрограмовуються, що не в повній мірі може бути віднесено до основного капіталу. В економічній оцінці інтелектуальний продукт [1] виражає продуктивність витрат живої праці у поєднанні з матеріальними та духовними чинниками виробництва. Продукція [2] стає все більш інтелектомісткою – витрати ресурсів, грошей, часу, фізичних зусиль на її виготовлення зменшуються, а розумові зусилля людини та витрати, пов'язані з науковими дослідженнями та дослідно-конструкторськими розробками, збільшуються.

Аналіз стану питання. Щорічно Всесвітня організація інтелектуальної власності (далі ВОІВ)

разом з Корнельським університетом та школою бізнесу INSEAD проводить дослідження інноваційної діяльності 131 країни та визначає Глобальний інноваційний індекс світу [3] (далі ГІ), використовуючи 80 параметрів в якості критеріїв оцінювання. Дослідження оцінює елементи національних економік, у яких протікають інноваційні процеси, зокрема інститути, людський капітал, дослідницьку діяльність, інфраструктуру, рівень розвитку ринку та бізнесу. Індекс підтверджує пряму залежність між правами власності та різними аспектами економічного розвитку. Так, у рейтингу ГІ 2020 року Україна посіла 45 місце (табл.1), тим самим покращила свій результат на 2 позиції у порівнянні з минулим роком. При цьому Швейцарія вже понад десять років поспіль займає очолює рейтинг.

Таблиця 1 – Зміна місця у рейтингу ГІ України за останні роки

Рік	Місце у рейтингу ГІ
2017	50
2018	43
2019	47
2020	45

Дослідники [3] відзначають розрив, що зберігається у інноваційних можливостях розвинених країн та країн, що розвиваються. Також у останніх спостерігаються незначні темпи підвищення активності у сфері досліджень, розробок як у державному секторі, так і на рівні підприємств. Аналіз показав, що Україна виробляє більше інноваційної продукції у порівнянні з рівнем інноваційних інвестицій. Це обумовлено тим, що сильними сторонами України є саме людський капітал та система освіти, знання та технології, дослідження та креативні рішення. До слабких сторін відносяться низькі показники політичної та операційної стабільності, верховенство права, інфраструктура, політичне та бізнес середовище. Так, зміни у вітчизняному законодавстві у сфері інтелектуальної власності у 2020 році та реформи в інституційній сфері мали на меті підвищити цінність, зміцнити захист як національних, так і міжнародних інтелектуальних продуктів, тим самим значно залучити інноваційні ресурси до інноваційного виробництва. Однак, на фоні пандемії, спричиненої вірусом Covid-19, та нестабільного економічного геополітичного становища позитивних змін поки що не спостерігається.

На жаль виробничі ресурси переважної більшості підприємств України, зокрема машинобудівних, знаходяться на етапі життєвого циклу – занепад. Вони не можуть працювати на повну потужність, а середній та малий бізнес у цій галузі зосереджені, в основному, на наданні послуг, а не виготовленні продукції, наприклад, імпорт, продаж, сервіс, обслуговування тощо.

Найбільш вдалою моделлю для малого та середнього бізнесу є інжиніринг, який ґрунтується на сильних сторонах України – людських ресурсах, знаннях, технологіях при створенні інноваційної продукції.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження теоретичних і практичних засад інжинірингу як сфери виробничої діяльності та виду зовнішньоторгових операцій.

Аналіз основних досягнень і літератури. Над проблематикою дослідження інноваційного розвитку та економічної інтеграції в систему міжнародного технологічного обміну працювали: В. Александрова, С. Дрогунов, О. Лапко, А. Макія, Я. Любохинець, Ю. Макогон та інші. Питання інжинірингу досліджували: Н. Краснокутська, А. Жуковська, І. Мазур, І. Альтшулер, В. Верба, І. Лифанов, Д. Толкачова, А. Чуприна та інші.

Викладення основного матеріалу дослідження. Інновації є основною рушійною силою економічного розвитку будь-якої країни. Економіка високорозвинених країн світу побудована на знаннях, де об'єкти інтелектуальної власності є предметом товарно-грошових відносин, виконуючи функцію товару. Винаходи, промислові зразки, торговельні марки тощо, обмінюються на гроші за прийнятною для обох сторін ціною, яка виступає еквівалентом їх вартості.

Загалом компанії, орієнтовані на інноваційне виробництво, за типом організації можуть бути:

- 1) компанії із втілення інновацій, які беруть на себе фінансові та організаційні витрати для забезпечення впровадження розробки;
- 2) консультативні компанії, які здійснюють економічне обґрунтування проєкту, оцінку перспектив розвитку, конкурентоздатності нового продукту тощо;
- 3) конструкторські компанії, які розробляють проєктно-конструкторську документацію та здійснюють технічний супровід проєкту.

Останні два види компаній забезпечують науково-технічний супровід процесу розробки, виготовлення, обслуговування, просування на ринку продукту «замовника» на основі своїх знань в сфері техніки, технології, економіки, маркетингу, екології тощо.

Інжинірингові послуги користуються попитом у сучасному економічному житті в основному при здійсненні міжнародних операцій. Так, торгівля інженерно-технічними послугами призвела до розвитку міжнародного ринку інжинірингових послуг. Інжиніринг визнано формою експорту послуг (передача технологій, даних, досвіду, знань) із країн виробника в країну замовника і охоплює комплекс робіт із проведення попередніх досліджень, підготовки техніко-економічного обґрунтування, комплексу проєктних документів, а також розробку документації по організації виробництва і керуванню, експлуатації устаткування і реалізації готової продукції [4]. До найбільш відомих західних інжинірингових компаній відносяться [5]: «S&B Engineers and Constructors, Ltd.», «Innovative Design Engineering Associates, Inc.», «Day & Zimmermann», «Dresser-Rand Company», «Emerson Process Management», «Project Management, LLC», «Flint Energy Services Ltd.», «Apex Engineering, Inc.», «Aker Solutions», «Bentley Systems Inc.», «Gross Mechanical Contractors, Inc.», «GS Engineering & Construction Corporation», «Lauren Engineers & Constructors, Inc.»

Поняття «інжиніринг» (переклад лат «ingenium» – створювати, винаходити, творити) на початку застосовувався при використанні людських інтелектуальних здібностей для вирішення деяких практичних завдань. Загалом, інжиніринг як вид

професійної діяльності не нове поняття. Вперше про нього почали говорити у XVIII ст., а у середині XIX ст. почали створюватися перші інженерні співтовариства у Великобританії, США, Росії. У XX ст. через стрімкий ріст інжинірингових послуг гостро постало питання уніфікації їх на міжнародному рівні.

Інжиніринг являє собою вирішення конкретної задачі або сукупності задач, але в кожному разі інжиніринг – це творчий процес аналізу, синтезу, моделювання взаємозв'язків різних ідей і концепцій з метою створення нового оптимального рішення [6].

Підсумовуючи роботи авторів [6–9, 12], можна класифікувати інжинірингові послуги наступним чином:

1) Управлінський інжиніринг – бізнес-інжиніринг, управління проектами, управління організаційним розвитком підприємства.

2) Інженерний аудит – енерготехнологічний аудит, аудит енергоефективності, експертиза машин та устаткування, проектної документації та промислової безпеки, інженерний супровід проектів.

3) Фінансовий інжиніринг – різні види фінансових операцій.

4) Ризик-інжиніринг – розробка інноваційного продукту для зниження ризиків різної природи за допомогою різноманітних фінансових інструментів.

5) Консультаційний інжиніринг – техніко-економічне обґрунтування, інженерний консалтинг, роботи дослідницького, проектно-конструкторського, розрахунково-аналітичного характеру тощо.

6) Будівельний інжиніринг – охоплює весь комплекс робіт, пов'язаних з будівництвом, здачею об'єктів в експлуатацію, технічним наглядом за будівництвом тощо.

7) Промисловий інжиніринг – управління проектами, проведення НДР та ДКР, виконання робіт по проектуванню, розробці промислового обладнання та машин тощо.

8) IT-інжиніринг – використання інформаційних ресурсів та нових засобів для задоволення потреб замовника та реалізація IT-проектів.

9) HR-інжиніринг – системна організація та управління людськими ресурсами, які інтегрують людину у корпоративну складову та інформаційні технології.

10) Інші (даний перелік невичерпний).

Інноваційне підприємство для ефективного функціонування повинно мати значний організаційний та технічний ресурс, поєднуючи у собі технічні, технологічні можливості, інформаційні системи, маркетингові дослідження, фінансову стабільність тощо для вирішення поставленої задачі, що є доволі складною через необхідність мати достатній кадровий склад, виробничі потужності, спеціальне обладнання тощо. У випадку з інжиніринговими послугами частина даних ресурсів переходить на виконавця (тобто інжинірингову компанію). Так, замовник перед постановкою задачі, здійснює попередні маркетингові дослідження та бере на себе питання фінансової підтримки проекту, а розробник забезпечує необхідні людські та технічні ресурси для виконання замовлення. При цьому, як зазначається у роботі [10] для інжинірингової компанії є важливим питання розробки номенклатури інжинірингових послуг,

які можуть виконуватися підприємством для пошуку потенційних замовників.

Інжинірингова компанія – це компанія, що спеціалізується на наданні інжинірингових послуг. Вони мають статус формально незалежних та здатні надавати послуги одночасно в декількох областях і залучати до виконання робіт різних постачальників обладнання, різні підрядні фірми [11]. Також інжинірингові послуги можуть надаватися державними підприємствами, наприклад, науковими підрозділами ЗВО або НДІ.

Як самостійний вид міжнародних комерційних операцій, інжиніринг передбачає надання на основі договору на інжиніринг однією стороною (названої консультантом) другій стороні (названої замовником) комплексу чи окремих видів інженерно-технічних послуг, пов'язаних з проектуванням, будівництвом і введенням об'єкта в експлуатацію, з розробкою нових технологічних процесів на підприємстві замовника, із вдосконаленням наявних виробничих процесів аж до введення виробу у виробництво [8]. Дуже поширеним зараз є різновид інжинірингу в IT-галузі – аутсорсинг. Він являє собою виконання конкретних завдань фахівцями сторонніх компаній. При чому замовниками є переважно іноземні компанії, яких приваблює якість надаваних послуг/розробленого продукту та відносно низька вартість.

Як об'єкт зовнішньоекономічної діяльності інжиніринг має свої особливості:

1) являється однією із форм послуг виробничого призначення, яка безпосередньо не втілюється в речовій формі, а в його кориснім ефекті;

2) інжиніринг пов'язаний, в кінцевому результаті, з підготовкою і забезпеченням процесу виробництва і реалізації розрахованих на проміжне і кінцеве споживання матеріальних благ;

3) як уособлена сфера виробничої діяльності інжиніринг носить комерційний характер, тобто стає об'єктом купівлі-продажу;

4) на відміну від ліцензування, інжинірингові послуги являються відтвореними послугами, вартість яких визначається суспільно необхідними затратами часу на їх виробництво і таких, що мають багато продавців для їх реалізації. Ліцензії ж пов'язані з реалізацією нових в даний момент не відтворених знань виробничого призначення, які мають обмежену кількість продавців.

Як зазначалося раніше, сучасний інжиніринг ґрунтується на сукупності принципів (рис.1), що забезпечують зацікавленість замовника у послугах інжинірингової фірми, а останньої – у сталих прибутках.

При цьому інжиніринг як особлива форма виробничої діяльності має специфічні особливості, які полягають у наступному:

1) інжинірингові послуги мають виробничий характер;

2) інжинірингові послуги мають комерційний характер;

3) втілюються не в матеріальній формі продукту, а в певному корисному ефекті;

4) результатом виконання інжинірингових послуг є об'єкти інтелектуальної власності;

5) інжинірингові послуги можуть відтворюватися, тобто тиражуватися.

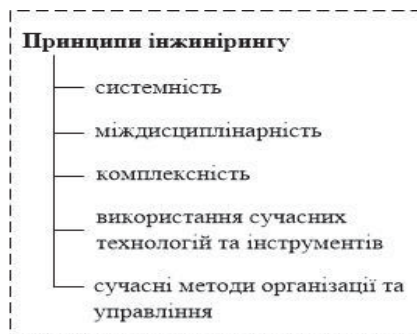


Рис. 1 – Основні принципи інжинірингу

Важливим питанням надання інжинірингових послуг є питання ціноутворення та юридичний супровід відносин. Наразі не існує чіткої форми контрактів на надання інжинірингових послуг оскільки вони залежать від характеру послуг та умов їх надання. До основного переліку специфічних обов'язків та умов можна віднести:

- 1) перелік зобов'язань та обсяг робіт (обов'язкова умова – фіксація строків їх виконання);
- 2) за умови використання потужностей замовника – кількість персоналу інжинірингової фірми, умови проживання, забезпечення тощо;
- 3) відповідальність сторін за порушення зобов'язань згідно договору та шляхи вирішення спорів;
- 4) умови поступки частини контрактних послуг іншій фірмі на принципах субпідряду; оплата навчання персоналу;
- 5) умови продовження контракту на наступній стадії робіт за умови успішного закінчення попереднього етапу;
- 6) умови дострокового припинення контракту;
- 7) розподіл майнових прав на створений у процесі надання послуг результат інтелектуальної діяльності.

Загалом, вартість послуг інжинірингової фірми, яка виконує підрядну діяльність, в залежності від характеру об'єкту може становити 5 – 20% загальних затрат на його створення. Тому доцільно, для визначення оптимальних цін замовники дослідити кон'юнктуру ринку інжинірингових послуг. Це можливо здійснити або шляхом направлення аналогічних запитів різним інжиніринговим компаніям (за умови, що на ринку існує декілька суб'єктів, які здатні виконати замовлення) або шляхом оголошення торгів. При цьому враховуються [13]:

- розрахунок ціни на інжинірингові послуги повинен здійснюватись з урахуванням ставок зарплати та інших розцінок, які діють у країнах можливих конкурентів;
- у розрахунок повинні вноситись поправки, які враховують різницю у продуктивності праці спеціалістів, які працюють на українських та іноземних фірмах;
- у розрахунок не слід приймати ставки відшкодування на оплату спеціалістів, які зафіксовані у ряді угод про надання економічного та технічного сприяння, оскільки вони носять пільговий характер і їх величина значно відрізняється від світового рівня;
- у випадку, коли замовлення на інжинірингові послуги розміщуються без торгів, у ціни слід включати великий резерв на торгування у розмірі до 50% від базової

ціни, оскільки розрахунки цін на послуги носять орієнтовний характер [13].

Не дивлячись на очевидні успіхи у розвитку інжинірингових послуг, все ж таки є проблеми:

1) Одна з них проявляється у низькій ефективності системи контролю якості послуг, що надаються. Ліцензія на ведення виду економічної діяльності, нажалю, не підтверджує професійну компетентність компанії у відповідних галузях діяльності.

2) До проблем у сфері інжинірингу також можна віднести і практичну відсутність професійних громадських організацій, щось на кшталт FIDIC (від фр. Fédération Internationale Des Ingénieurs-Conseils) міжнародної федерації інженерів-консультантів, заснованої ще у 1913 році представниками Бельгії, Франції та Швейцарії. Дані об'єднання сприяли б підвищенню привабливості ринку інженерних послуг України та надавали б допомогу учасникам економічного, фінансового, юридичного, технічного характерів.

3) Негативно впливає і недостатня підготовка спеціалістів у сфері надання інжинірингових послуг та загалом у сфері інновацій. Фахівцям інженерам-конструкторам не завжди вистачає знань та компетенцій знайти, задовольнити та утримати клієнта.

Висновок. Таким чином, інжинірингові послуги досить різноманітні і, не дивлячись на те, що вони пов'язані з інженерною діяльністю, перед компаніями постають завдання не лише технічного, але й організаційного-управлінського характеру. Діяльність інжинірингових компаній в Україні розвивається дуже повільно і ринок даних послуг представлений не значною кількістю компаній такого типу. Мета подальших досліджень авторів – дослідити особливості створення, набуття та розподілу прав на інноваційні продукти створені при наданні інжинірингових послуг.

Список літератури

1. Власова ТР Місце і роль сфери інтелектуальних послуг у сучасному відтворювальному процесі/ТР Власова// *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.*-2011.-Вип. 4.-С. 26-31. Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN>.
2. Інтелектуальні послуги як фактор інноваційного розвитку: автореф. дис. канд. екон. наук / О.В. Ярмач; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2010. – 16 с.
3. Глобальний інноваційний індекс. // Публікації WIPO – Режим доступу: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf.
4. Ситник О.Б. Напрямки використання інжинірингу в Україні та його визначення // *Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право* – 2013. – № 4. – С. 199-202 [Електронний ресурс] // режим доступу: <http://jml.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/7115/0>.
5. Кузьмін О. Є. Іноземний досвід інжинірингової діяльності / О. Є. Кузьмін, В. Й. Жежуха, Н. А. Городиська // *Проблеми економіки.* - 2014. – № 3. – С. 240–245. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_3_32.
6. Лифанов И.Д., Шинкевич А.И. Специфика и перспективы развития инжиниринговых услуг в инновационной сфере // *Российское предпринимательство.* – 2014. – Том 15. – № 19. – С. 16-27.
7. Кузьмін О. Є. Типологія інжинірингу та змістова характеристика його видів / О. Є. Кузьмін, Н. А. Городиська // *Економіка та держава.* - 2013. - № 7. - С. 13-16. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2013_7_5.
8. К. І. Шевчук // Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. – 2020. – Вип. 46. – С. 40–46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/shpebfiv_2020_46_7.
9. Носач Л. Л. Створення конкурентоспроможного інжинірингового продукту інноваційно орієнтованого міжнародного бізнесу / Л. Л.

- Носач, К. Ю. Величко // *Бізнес Інформ*. – 2019. – № 4. – С. 34–41. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_4_6.
10. Кашишин В. М. Методичні засади проектування програми інжинірингових робіт на машинобудівних підприємствах / В. М. Кашишин // *Вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. – 2017. – Вип. 25(1). – С. 147–151. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_25\(1\)_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_25(1)_33).
 11. Инжиниринговая компания // Энциклопедический словарь экономики и права [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vedomosti.ru/glossary/Инжиниринговая%20компания>.
 12. Ярошук А. О. Кон'юнктура світового ринку інженерно-технічних послуг та перспективи розвитку інжинірингових центрів в Україні / А. О. Ярошук // *Вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. в 2015. – Вип. 11(4). – С. 20–24. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_11\(4\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_11(4)_6).
 13. Кузьмін О. С. Організування діяльності інноваційних креативних колективів на машинобудівних підприємствах [Електронний ресурс] / О. С. Кузьмін, О. О. Горячка // *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. – 2013. – № 778. – С. 342–347. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_778_50.
- References (transliterated)**
1. Vlasova TR Miscie i rol' sfery intelektual'nyh poslug u suchasnomu vidtvorjuval'nomu procesi [The place and role of intellectual services in the modern reproduction process] / Visnyk Khemivets'kogo torgovel'no-ekonomichnogo instytutu. Ekonomichni nauky [Bulletin of the Chemivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences]. – Kharkiv, 2011. – issue 4. – pp. 26–31. Rezhym dostupu: <http://nbuv.gov.ua/UJRN>.
 2. Intelektual'ni poslugy yak faktor innovacijnogo rozvytku [Intellectual services as a factor of innovative development]: avtoref. dys. kand. ekon. nauk [author's ref. dis. Cand. econ. Science] / O.V. Jarmak; Hark. nac. un-t im. V.N. Karazina. – Kharkiv, 2010. – 16 p.
 3. Global'nyj innovacijnyj indeks. [Global Innovation Index] // Publikacii WIPO [WIPO publications] – Rezhym dostupu : https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf.
 4. Sytnyk O.B. Napriamky vykorystannja inzhynirynhu v Ukraini ta jogo vyznachennja [Areas of use of engineering in Ukraine and its definition] // *Strategija rozvytku Ukrainy. Ekonomika, sociologija, pravo* [Development strategy of Ukraine. Economics, sociology, law] – Kiev, 2013. – issue 4. – pp. 199–202 [Elektronnyj resurs] // rezhym dostupu: <http://jml.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/7115/0>.
 5. Kuz'min O. J. Inozemnyj dosvid inzhyniryngovoi' dijal'nosti [Foreign experience in engineering] / O. J. Kuz'min, V. J. Zhezuha, N. A. Gorodys'ka // *Problemy ekonomiky* [Problems of the economy]. – Kharkiv, 2014. – issue 3. – pp. 240–245. [Elektronnyj resurs] // Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2014_3_32.
 6. Lyfanov Y.D., Shynkevych A.Y. Specyfika u perspektivy razvytija ynzhyneringovyh uslug v ynnovacyonnoj sfere [Specificity and prospects for the development of engineering services in the innovation sphere] // *Rossyjskoe predprynimatel'stvo* [Russian entrepreneurship]. – 2014. – Tom 15. – issue 19. – pp. 16–27.
 7. Kuz'min O. Je. Typologija inzhynirynhu ta zmistova charakterystyka jogo vydiv [Theology of theology is characterized by its characteristic characteristics] / O. Je. Kuz'min, N. A. Gorodys'ka // *Ekonomika ta derzhava* [The economy is also a power]. – Kiev, 2013. – issue 7. – pp. 13–16. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2013_7_5.
 8. K. I. Shevchuk // *Shljahy pidvyshhennja efektyvnosti budivnytva v umovah formuvannja rynkovyh vidnosyn* [Ways to increase the efficiency of construction in the formation of market relations]. – Kiev, 2020. – issue. 46. – pp. 40–46. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/shpebriv_2020_46_7.
 9. Nosach L. L. Stvorennya konkurentospromozhnogo inzhyniryngovogo produktu innovacijno orijentovanogo mizhnarodnogo biznesu [Creating a competitive engineering product of innovation-oriented international business] / L. L. Nosach, K. Ju. Velychko // *Biznes Inform* [Business Inform]. – Kharkiv, 2019. – issue 4. – pp. 34–41. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_4_6.
 10. Kashhyslyn V. M. Metodichni zasady proektuvannja programy inzhyniryngovykh robіt na mashynobudivnykh pidpryemstvakh [Methodical principles of designing the program of engineering works at machine-building enterprises] / V. M. Kashhyslyn // *Visnyk Hersons'kogo derzhavnogo universytetu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of Kherson State University. Economic sciences]. – Herson, 2017. – issue 25(1). – pp. 147–151. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_25\(1\)_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2017_25(1)_33).
 11. Ynzhyneringovaja kompanija [Engineering company] // *Encyklopedycheskij slovar' ekonomiky y prava* [Encyclopedic dictionary of economics and law]. – Rezhym dostupu : <http://www.vedomosti.ru/glossary/Ynzhyneringovaja%20kompanyja>.
 12. Jaroshhuk A. O. Kon'junktura svitovogo rynku inzhenerno-tehnichnyh poslug ta perspektivy rozvytku inzhyniryngovykh centriv v Ukraini / A. O. Jaroshhuk // *Visnyk Hersons'kogo derzhavnogo universytetu. Ekonomichni nauky*. [Bulletin of Kherson State University. Economic sciences] – Herson, 2015. – issue. 11(4). – pp. 20–24. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_11\(4\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2015_11(4)_6).
 13. Kuz'min O. Je. Organizuvannja dijal'nosti innovacijnyh kreatyvnyh kolektyviv na mashynobudivnykh pidpryemstvakh [Organizing the activities of innovative creative teams at machine-building enterprises] / O. Je. Kuz'min, O. O. Gorjachka // *Visnyk Nacional'nogo universytetu "Lvivs'ka politehnika". Menedzhment ta pidpryemnytvo v Ukraini: etapy stanovlennja i problemy rozvytku*. [Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development] – Lviv, 2013. – issue 778. – pp. 342–347. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_778_50.

Надійшла (received) 18.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Шуба Ірина Володимирівна (Шуба Ірина Владимировна, Shuba Iryna Volodymyrivna) – кандидат технічних наук, доцент кафедри інформатики та інтелектуальної власності, доцент Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", м. Харків, Україна, e-mail iryna.shuba@khi.edu.ua.

Чайкова Олена Ігорівна (Чайкова Елена Игоревна, Chaikova Olena Ihorivna) – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів, доцент Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", м. Харків, Україна, e-mail olena.chaikova@khi.edu.ua.

Сидоренко Ольга Володимирівна (Сидоренко Ольга Владимировна, Sydorenko Olha Volodymyrivna) – кандидат юридичних наук, доцент кафедри інформатики та інтелектуальної власності Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", м. Харків, Україна, e-mail olha.sydorenko@khi.edu.ua.

Тарасенко Ірина Анатоліївна (Тарасенко Ирина Анатольевна, Tarasenko Iryna Anatoliivna) – кандидат історичних наук, ст. викладач кафедри інформатики та інтелектуальної власності Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", м. Харків, Україна, e-mail iryna.tarasenko@khi.edu.ua.

*С.М. НАЗАРЕНКО, П.Г. ПЕРЕРВА***ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Одним з актуальних способів підвищення ефективності економічної діяльності підприємств є аутсорсинг, який авторами розглядається як певна складова моделі ефективного управління бізнес-процесами, що забезпечує оптимізацію розподілу внутрішніх ресурсів підприємства за рахунок залучення зовнішніх постачальників послуг. Дослідження змісту праць вчених, які вивчали поняття аутсорсингу як явища, доцільність його впровадження та сфери використання, дозволяє зробити висновки, що більшість науковців акцентують основну увагу на теоретичних аспектах та характерних особливостях впровадження аутсорсингу в окремі процеси промислових підприємств.

Проведене дослідження існуючих визначень аутсорсингу дозволило зробити висновок про те, що в цей час немає єдиного, усталеного визначення, яке знайшло б підтримку в більшості науковців та дослідників. Запропоновано до широкого вжитку наступне визначення цього поняття. Аутсорсинг – це залучення підприємством на умовах довгострокової угоди виробничих ресурсів інших підприємств з метою виконання непрофільних або неефективних для даного виробництва функцій (робіт, послуг). Таке визначення дозволяє, по-перше, виокремити основну задачу аутсорсингу (залучення виробничих ресурсів інших підприємств); по-друге, акцентує увагу на непрофільних для даного підприємства функціях (значно якісніше ці функції виконає аутсорсер); по-третє, визначає неефективні сфери діяльності підприємства (відсутність відповідних фахівців, важливий але невеликий за обсягом вид робіт та ін.).

Доведено, що у світовій структурі ринку аутсорсингових послуг найбільшу частку займає аутсорсинг бізнес-процесів (близько 35%), що пов'язано з розвитком даного сектору ринку аутсорсингових послуг і мінімальним ризиком, в порівнянні з виробничим аутсорсингом. Друге місце займає ІТ-аутсорсинг (30%), а третє - виробничий аутсорсинг (14%). Запропоновано визначати поняття ІТ-аутсорсингу як надання функції обслуговування ІТ-інфраструктури промислового підприємства іншому підприємству, яке спеціалізується на інформаційному обслуговуванні підприємств та організацій і має штат вузьких висококваліфікованих фахівців в сфері інформаційних технологій.

Ключові слова: аутсорсинг; визначення; промислові підприємства; ефективність; сфера використання

*С.Н. НАЗАРЕНКО, П.Г. ПЕРЕРВА***ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ АУТСОРСИНГА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Одним из актуальных способов повышения эффективности экономической деятельности предприятий является аутсорсинг, который авторами рассматривается как определенная составляющая модели эффективного управления бизнес-процессами, обеспечивает оптимизацию распределения внутренних ресурсов предприятия за счет привлечения внешних поставщиков услуг. Исследование содержания трудов ученых, которые изучали понятие аутсорсинга как явления, целесообразность его внедрения и сферы использования, позволяет сделать выводы, что большинство ученых акцентируют основное внимание на теоретических аспектах и характерных особенностях внедрения аутсорсинга в отдельные процессы промышленных предприятий.

Проведенное исследование существующих определений аутсорсинга позволило сделать вывод о том, что в настоящее время нет единого, устоявшегося определения, которое нашло бы поддержку у большинства ученых и исследователей. Предложено к широкому потреблению следующее определение этого понятия. Аутсорсинг - это привлечение предприятием на условиях долгосрочного соглашения производственных ресурсов других предприятий с целью выполнения непрофильных или неэффективных для данного производства функций (работ, услуг). Такое определение позволяет, во-первых, выделить основную задачу аутсорсинга (привлечение производственных ресурсов других предприятий); во-вторых, акцентирует внимание на непрофильных для данного предприятия функциях (значительно качественнее эти функции выполнит аутсорсер) в-третьих, определяет неэффективные сферы деятельности предприятия (отсутствие соответствующих специалистов, важен но небольшой по объему вид работ и др.).

Доказано, что в мировой структуре рынка аутсорсинговых услуг наибольшую долю занимает аутсорсинг бизнес-процессов (около 35%), что связано с большим развитием данного сектора рынка аутсорсинговых услуг и минимальным риском, по сравнению с производственным аутсорсингом. Второе место занимает ІТ-аутсорсинг (30%), а третье - производственный аутсорсинг (14%). Предложено определять понятие ІТ-аутсорсинга как предоставление (передача) функции обслуживания ІТ-инфраструктуры промышленного предприятия другому предприятию, которое специализируется на информационном обслуживании предприятий и организаций и имеет штат узких высококвалифицированных специалистов в сфере информационных технологий.

Ключевые слова: аутсорсинг; определения; промышленные предприятия; эффективность; сфера использования

*S.M. NAZARENKO, P.G. PERERVA***ECONOMIC ESSENCE OF INFORMATION TECHNOLOGY OUTSOURCING**

One of the current ways to increase the efficiency of economic activity of enterprises is outsourcing, which the authors consider as a component of the model of effective business process management, which optimizes the allocation of internal resources of the enterprise by attracting external service providers. The study of the content of works of scientists who studied the concept of outsourcing as a phenomenon, the feasibility of its implementation and scope, concludes that most scientists focus on theoretical aspects and characteristics of the introduction of outsourcing in certain processes of industrial enterprises.

A study of existing definitions of outsourcing led to the conclusion that at this time there is no single, well-established definition that would find support in most scientists and researchers. The following definition of this concept is offered for wide use. Outsourcing is the involvement of an enterprise on the terms of a long-term agreement of production resources of other enterprises in order to perform non-core or inefficient for this production functions (works, services). This definition allows, first, to identify the main task of outsourcing (attracting production resources of other enterprises); secondly, focuses on non-core functions for the enterprise (these functions are performed much better by the outsourcer); thirdly, it identifies inefficient areas of activity of the enterprise (lack of relevant specialists, important but small type of work, etc.).

It is proved that in the global structure of the outsourcing services market the largest share is occupied by business process outsourcing (about 35%), which is due to the development of this sector of the outsourcing services market and minimal risk compared to production outsourcing. The second place is occupied by ІТ outsourcing (30%), and the third - production outsourcing (14%). It is proposed to define the concept of ІТ outsourcing as providing the function of servicing the ІТ infrastructure of an industrial enterprise to another enterprise that specializes in information services for enterprises and organizations and has a staff of highly qualified specialists in the field of information technology.

Keywords: outsourcing; definitions; industrial enterprises; efficiency; scope

Вступ. Відмінною рисою виробничо-комерційної діяльності промислових підприємств на початку поточного століття є високий ступінь динамічності економічних процесів. Сучасні тенденції світової економіки, такі як глобалізація, інформатизація, посилення конкуренції на тлі обмеженості

стратегічних ресурсів, диктують особливі умови для учасників економічних відносин. Як на національному, так і на міжнародному рівні, суб'єкти ринку прагнуть домогтися максимальної ефективності своєї діяльності. Успішність економічних агентів на ринку обумовлюється їх здатністю адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища за рахунок застосування оптимізаційних схем і впровадження інновацій. Одним з актуальних способів підвищення ефективності економічної діяльності є аутсорсинг, який авторами розглядається як певна складова моделі ефективного управління бізнес-процесами, що забезпечує оптимізацію розподілу внутрішніх ресурсів підприємства за рахунок залучення зовнішніх постачальників послуг [1-29].

Значні досягнення науково-технічного прогресу в останні десятиліття, що проявилися, серед іншого, в стрімкому розвитку інформаційних технологій, викликали помітні зміни в характері сучасних економічних процесів [1, 12, 18]. Ключова роль інформаційних технологій (ІТ) в діяльності промислових підприємств, обумовлює необхідність безперервного розвитку і актуалізації інформаційної складової бізнесу. Загальна ефективність діяльності організації залежить від наявності прогресивних інструментів управління інформаційними процесами. В умовах зростання витрат на впровадження сучасних інформаційних технологій, особливу роль набуває практика аутсорсингу [2-11]. Аутсорсинг послуг в сфері інформаційних технологій (ІТ-послуг) забезпечує високу ступінь оптимізації, якісне управління з урахуванням специфіки виробничо-комерційної діяльності конкретного підприємства, дозволяє отримати доступ до новітніх розробок і сприяє впровадженню інновацій, а також зростання гнучкості та формуванню конкурентних переваг.

Практика аутсорсингу послуг в сфері інформаційних технологій (ІТ-аутсорсингу) широко поширена за кордоном, при цьому, в Україні аутсорсингові відносини знаходяться на етапі становлення [18]. Проте, інноваційний характер перетворень української економіки, поточна тенденція інформатизації суспільства, а також зростання присутності вітчизняних промислових підприємств на міжнародному ринку, доводять значимість вивчення процесів розвитку аутсорсингу ІТ-послуг. Визначення місця аутсорсингу інформаційних технологій на національному та міжнародному ринку ІТ-аутсорсингу дозволить оцінити ступінь освоєння цієї сучасної бізнес-практики, а також відобразити аспекти її пристосування до особливостей економічних відносин в нашій країні.

Актуальність та важливість визначення економічної ролі аутсорсингових процесів в одній з найбільш динамічно розвиваються сфер економіки України - сфері ІТ-послуг, зумовили вибір теми цього дослідження.

Аналіз існуючих літературних джерел. Швидкі і кардинальні зміни бізнес-середовища вимагають від топ-менеджменту промислових підприємств прийняття таких рішень, які орієнтовані не тільки на

сьогоднішній успіх, а й на отримання конкурентної переваги в майбутньому. Еволюція технологічного ринку, технічні зміни, необхідність задоволення зростаючих потреб споживачів і високий рівень конкуренції вимагають від підприємств все більшого динамізму своїх дій. Це призвело до розвитку аутсорсингових відносин, утворення стійкої системи ринку аутсорсингу, так званої аутсорсингової мережі, яка спирається на спільну наукову базу [1, 2, 7].

Багато вчених приходять до думки, що аутсорсинг має мережевий характер, тому все частіше для характеристики аутсорсингової економіки використовується термін «мережевий аутсорсинг» [3]. В роботі Лисенко Т.І. обґрунтовується доцільність використання аутсорсингу в рамках кластера [9]. Взаємозв'язки всередині виробничої діяльності забезпечують розвиток аутсорсингу, при якому малі та середні підприємства виробляють продукцію, роботи і послуги для ключових суб'єктів промислового регіону, тим самим сприяють розвитку бізнесу в регіоні [10, 17]. Останнім часом аутсорсинг став однією з найбільш успішних моделей господарювання, що дозволяють домогтися реальних конкурентних переваг [5, 7].

Котляров І.Д. розглядає сутність аутсорсингу і розкриває його види [7]. Дослідники Айвазян З.С. [1], Бравар Жан-Луї і Морган Роберт [4], деталізують сутність і зміст аутсорсингу в бухгалтерському обліку, виокремлюючи його переваги і недоліки. Аутсорсингу ІТ-функцій присвячені роботи Календжян С.О. [6]. Репіна Н.В. [18] та Рудої І.Л. [19]. Дослідження Старостіної А.О. [22] та Широкової А.В. [23] сфокусовані на аутсорсингу високих технологій [20]. Виробничий аутсорсинг розглядається в роботах Синяєва В.В. [20]. Нагі С. описує розвиток аутсорсингу в Україні, зокрема, приділяє особливу увагу виконанню інформаційних функцій і особливостей аутсорсингу в інформаційному середовищі [26, 27]. Темі використання аутсорсингу як однієї з перспективних моделей організації управління фінансами підприємств та підвищення їх інноваційної активності присвячені роботи Календжяна С.О. [6] та Коціскі Д. [25, 28] і ін.

При цьому недостатньо дослідженими продовжують залишатися питання щодо сутності та використання комплексного аутсорсингу інформаційних технологій з урахуванням їх специфіки.

Виклад результатів дослідження. Протягом останніх десятиліть у світовій і національній практиці значного розвитку отримав новий підхід до організації діяльності промислових підприємств, іменованій аутсорсингом. Цьому явищу є своє логічне пояснення: на сучасному ринку саме аутсорсинг є універсальним інструментом підвищення конкурентоспроможності за рахунок зниження витрат і раціоналізації виробничої та управлінської діяльності промислового підприємства. В умовах економічної глобалізації поділ праці і виробничої кооперації відкривають абсолютно нові перспективи для застосування давно відомих

принципів організації та управління виробничою діяльністю. На думку провідних аналітичних агентств, наявність у підприємства довгострокової аутсорсингової стратегії є необхідною умовою успішного розвитку конкурентного бізнесу та його адаптації до стрімко мінливих ринкових умов.

Поняття аутсорсинг (outsourcing) прямо пов'язане з англійськими термінами *outside resource using* – «використання зовнішніх ресурсів». Аналіз сутності та змісту аутсорсингу, а також особливостей, що характеризують його сучасний стан, на наш погляд, передбачає детальний розгляд відповідних понять і категорій, які поширені в практиці виробничого менеджменту і використовуються як у вітчизняній, так і в зарубіжній науковій літературі.

Дослідження змісту праць вчених, які вивчали поняття аутсорсингу як явища, доцільність його впровадження та сфери використання, дозволяє зробити висновки, що більшість науковців акцентують основну увагу на теоретичних аспектах та характерних особливостях впровадження аутсорсингу в окремі процеси підприємств. Однак питання повноцінного дослідження аутсорсингу, як важливого інструменту зменшення витрат та підвищення конкурентоспроможності підприємства, висвітлені не достатній мірі. Тому вважаємо доцільним провести детальну етимологію економічного сутності поняття «аутсорсинг» (табл.1) та напрацювання пропозицій щодо його удосконалення.

Проведене дослідження існуючих визначень аутсорсингу (табл.1) дозволяє зробити висновок про те, що в цей час немає єдиного, усталеного визначення, яке знайшло підтримку в більшості науковців та дослідників.

На наш погляд, аутсорсер частіше всього є постачальником послуг та робіт високої якості, як зазвичай є стандартизовані. Стандартизованість послуг дозволяє аутсорсеру домогтися зниження витрат на їх створення та надання потенційним замовникам. Наявність цього фактору дозволяє аутсорсеру вести, по-перше, ефективну конкурентну політику по відношенню до своїх конкурентів; по-друге, підвищувати привабливість своїх послуг для потенційних споживачів за рахунок більшої ефективності отримання споживачами їх послуг аутсорсингу.

Але з іншого боку стандартизований набір послуг аутсорсера має і негативні сторони, так як ігнорує інноваційні стратегії в діяльності аутсорсингового підприємства. Завдання аутсорсера може складатися лише в адаптації стандартизованої послуги до потреб і стратегії корпорації. Він спочатку може надавати лише ті послуги, до яких він завчасно готовий. Для розробки унікальних (інноваційних) послуг, що дозволяють вирішувати інноваційні проблеми бізнесу, необхідно створення знань і структури аутсорсингового підприємства, які б активно взаємодіяли з науковими, проектними та інноваційними організаціями. Таким чином, завдання удосконалення сутність аутсорсингу, на нашу думку, полягає в подальшому розвитку теорії та методології аутсорсингу, а також зіставленні з іншими розвиненими формами інтеграції

підприємницьких структур і визначенні напрямів зміцнення конкурентних переваг за рахунок розвитку людського, інтелектуального, соціального капіталів і їх подальшої трансформації в організаційний капітал аутсорсингового підприємства.

Нами пропонується до широкого вжитку наступне визначення цього поняття. *Аутсорсинг* – це залучення підприємством на умовах довгострокової угоди виробничих ресурсів інших підприємств з метою виконання непрофільних або неефективних для даного виробництва функцій (робіт, послуг).

Таке визначення дозволяє, по перше, виокремити основну задачу аутсорсингу (залучення виробничих ресурсів інших підприємств); по-друге, акцентує увагу на непрофільних для даного підприємства функціях (значно якісніше ці функції виконає аутсорсер); по-третє, визначає неефективні сфери діяльності підприємства (відсутність відповідних фахівців, важливий але невеликий за обсягом вид робіт та ін.).

Основний ефект аутсорсингу досягається за рахунок того, що спеціалізоване підприємство забезпечує більш ефективне і якісне виконання переданих йому процесів або функцій. Незаперечною перевагою аутсорсингу є відсутність об'ємних довгострокових інвестицій, що є надзвичайно важливим для поточного стану українських підприємств.

Слід зазначити що має місце певна кількість різновидів аутсорсингу, основні з яких представлено в табл.2.

Виробничий аутсорсинг визначає, що підприємство віддає частину свого ланцюжка виробничих процесів або цілком весь цикл виробництва іншому підприємству. Крім того, можливий варіант продажу частини своїх підрозділів іншим підприємствам і подальшу взаємодію з ними вже в рамках аутсорсингу. Цей вид аутсорсингу дозволяє зосередитися на розробці нових товарів і послуг для забезпечення конкурентних переваг підприємства, а також збільшити гнучкість виробництва, оперативність його адаптації до мінливих ринкових умов.

Аутсорсинг бізнес-процесів включає передачу іншому підприємству окремих бізнес-процесів, які не є для даного підприємства основними, склад яких постійно змінюється за асортиментом, обсягом, структурою. З їх числа на аутсорсинг можуть бути передані управління персоналом, бухгалтерський облік, маркетинг, реклама, логістика. Аутсорсинг бізнес-процесів є динамічним видом, причому найбільше зростання проявляється в сфері фінансів та бухгалтерського обліку.

Аутсорсинг управління знаннями вважається новою тенденцією в індустрії, це наступний крок вгору по ланцюжку створення вартості аутсорсингу [2, 7].

Аутсорсинг управління знаннями дозволяє підприємствам передавати стороннім організаціям різні завдання, які потребують високого рівня знань, незалежно від їх географічного розташування, і залучати експертні знання та навички, які повністю або частково відсутні на даному підприємстві.

Таблиця 1 - Етимологія сутності аутсорсингу

Автор	Визначення	Сфера використання	Переваги	Недоліки
Анікін Б.А. [3, с. 35]	Це виконання окремих функцій, робіт або бізнес-процесів іншою (зовнішньою) організацією, яка має необхідні для цих робіт ресурси	Промислове виробництво	Передбачає широкий спектр робіт та послуг	Обмежує виконання робіт наявними ресурсами
Dominguez L. [24, с. 5]	Це процес найму спеціалістів у певній галузі без збільшення соціальних виплат з метою передачі їм бізнес-функцій, які не є основними в діяльності підприємства	Бізнес-процеси	Враховує економію на соціальних виплатах, що є важливим при оцінці ефекту	Враховують тільки бізнес-функції, що обмежують сферу дії аутсорсингу
Андерсон Ерн, Трінкл Боб А. [2, с. 39]	Це процес сплати за роботу яка виконана для даного підприємства іншим підприємством	Промислове виробництво	Акцентує увагу на розрахунках з аутсорсером	Процес сплати за послуги – це фінансова операція
Хейвуд Дж. Б. [17, с. 476]	Це відмова від власного бізнес-процесу упродовж обумовленого в договорі терміну та придбання послуг із реалізації цього бізнес-процесу в іншому підприємстві	Бізнес-процеси	Передбачає не втручання підприємства в сферу робіт, переданих аутсорсеру	Аутсорсинг не завжди передбачає виконання всього бізнес-процесу
Бравар Жан-Луї, Морган Р. [4, с. 4]	Аутсорсинг - обумовлене угодою використання матеріальних засобів, майна та знань третьої особи	Менеджмент	Враховує широкий спектр елементів аутсорсингу	Матеріальні засоби та майно – це одне і теж
Айвазян З.С. [1, с. 25]	Передача деяких допоміжних функцій третій стороні, котра спеціалізується в цій сфері	Сфера послуг	Акцентує увагу на допоміжних функціях	Не зрозуміло, хто є другою стороною угоди
Лазарев А. [8, с. 112]	Це делегування прав на надання непрофільних робіт (послуг) стороннім фірмам. Передбачає спеціалізацію кожної з дружніх фірм для підвищення ефективності їх роботи	Корпоративний менеджмент	Передбачає спеціалізацію аутсорсера в даній сфері	Аутсорсер виконує для замовника не тільки його непрофільні роботи
Календзян С.О. [6, с. 12]	Це відмова від свого бізнес-процесу протягом визначеного в угоді терміну та покупки послуг з реалізації цього бізнес-процесу в іншому підприємства	Бізнес-процеси	Враховує якісне виконання основних бізнес-процесів	Аутсорсинг не завжди передбачає виконання всього бізнес-процесу
Котляров І.Д. [7, с. 25]	Це форма співробітництва, при якій аутсорсер залучає, організовує і використовує від свого імені та під власну відповідальність, але діючи в інтересах замовника, фактори виробництва для виконання певних робіт	Інноваційна діяльність, IT-сфера	Надає широкий спектр можливих дій аутсорсера при виконанні замовлення	Залучення аутсорсером факторів виробництва – це подвійний аутсорсер
Лисенко Т. [9, с. 86]	Це організаційне рішення, яке полягає в передачі як окремих функцій, так і бізнес-процесів для виконання зовнішнім організаціям з метою оптимізації всіх видів ресурсів і концентрації зусиль на основному виді діяльності	Менеджмент	Підвищує роль топ-менеджменту при виборі аутсорсера	Аутсорсинг не займається процесами оптимізації всіх видів ресурсів
Сучасний економічний словник [21]	Це передача неключових функцій підприємства зовнішнім виконавцям-аутсорсерам, висококваліфікованим фахівцям сторонньої фірми	Виробнича діяльність	Наголошує на високій кваліфікації аутсорсера	Неключові функції зменшують роль аутсорсингу
Микола О.І. [11, с. 112]	Це інструмент посилення конкурентоспроможності підприємства за рахунок концентрації на ключових для підприємства компетенціях, функціях та/або бізнес-процесах.	Маркетинг	Включає в переваги аутсорсингу конкурентоспроможність	Визначення має загальний характер і не враховує пряму дію аутсорсингу
Срмошина О. [5]	Це стратегія, що дозволяє оптимізувати роботу підприємства за рахунок діяльності на основному напрямі через передачу непрофільних функцій іншим організаціям, які спеціалізуються у конкретній сфері та мають відповідний досвід і знання.	IT-сфера	Передбачає спеціалізацію аутсорсера в даній сфері	Стратегія не передбачає конкретних поточних дій в сфері непрофільних функцій
Матвій І.С. [10, с. 185]	Спосіб удосконалення виробничих відносин між підприємствами в умовах ринку	Виробнича діяльність	Передбачає удосконалення виробничих відносин	Не відтворює основну задачу аутсорсингу

Джерело: складено авторами

Таблиця 2 – Види аутсорсингу

Види аутсорсингу				
Аутсорсинг функцій управління (бізнес процесів)	Виробничий аутсорсинг	Аутсорсинг інформаційних технологій	Аутсорсинг в сфері послуг	Аутсорсинг управління знаннями
Підвиди аутсорсинга				
- бухгалтерський облік і фінанси; - управління персоналом; - маркетинг; - реклама; - логістика; - підбір кадрів	- аутсорсинг основного виробництва; - аутсорсинг допоміжного виробництва	- офшорне програмування; - тестування програмного забезпечення; - електронний бізнес	- ділові послуги (лізингові, будівельні, архітектурні); - торгівельні послуги, готельні послуги; - транспортні послуги та послуги зв'язку; - послуги держсектора, включаючи соціальні	- вивчення і аналітична обробка даних; - формування та управління базами знань; - моніторинг ЗМІ; - архівування та індексування даних

Джерело: складено авторами

Цей вид аутсорсингу входить в сферу основної бізнес-діяльності, що дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними або бути невід'ємною частиною ланцюжка створення вартості підприємства. Наші дослідження показали, що визначення аутсорсингу управління знаннями продовжує еволюціонувати, так як наукові дослідження в даній області ще тільки починаються і немає достатньої дослідницької бази. Цей вид аутсорсингу вважається третім поколінням аутсорсингової революції: ІТ-аутсорсинг це перше покоління, 2 покоління - це аутсорсинг бізнес-процесів. Перші країни, які стали надавати подібні послуги, це Індія, США, Філіппіни та ін. В Україні поки ще немає тривалого досвіду його застосування, але попит незмінно зростає.

Аутсорсинг сфери послуг охоплює різні за своїм змістом сфери діяльності підприємства, пов'язані із задоволенням потреб суспільства та промислових підприємств в послугах, які потребують бізнес-процеси, що є частиною бізнес-системи промислового підприємства і забезпечують її функціонування. Аутсорсинг в сфері послуг - це одне з найпрогресивніших напрямків менеджменту, яке дає можливість задовольнити запити споживачів в повній мірі. Споживчий ринок відчуває постійну потребу в оновленні пропонованого продукту, а найчастіше, і цілого комплексу послуг. Аутсорсинг в сфері послуг - це величезні за масштабами процеси проектування, виробництва, зберігання, доставки, розподілу кінцевого продукту. А також - це формування об'ємної інфраструктури, розробка нових секторів, в кінцевому підсумку, вплив на стан національної економіки.

З позицій встановленого нами визначення терміну «аутсорсинг» та визначення основних його видів розглянемо більш детально одну з найбільш важливих різновидів – аутсорсинг інформаційних технологій (ІТ-аутсорсинг), як один з найбільш популярних різновидів аутсорсингу в практичній діяльності промислових підприємств.

Аутсорсинг інформаційних технологій (ІТ-аутсорсинг) - лідер нинішнього ринку послуг. ІТ-аутсорсинг - це практика найму ресурсів із іншої організації для обробки певних функцій інформаційних технологій. До найбільш часто використовуваних ІТ-послуг відносяться: передача спеціалізованому

підприємству повністю або частково функцій, пов'язаних з інформаційними технологіями, тобто обслуговування мережевої інфраструктури; проектування і планування бізнес-систем з подальшим постійним розвитком і супроводом; системна інтеграція; розміщення корпоративних баз даних на серверах спеціалізованих компаній; створення і підтримка публічних web-серверів; управління інформаційними системами; придбання в лізинг комп'ютерного обладнання; веб-розробка; хостинг; розробка програмного забезпечення і додатків; обслуговування або управління веб-сайтом; технічна підтримка інформаційних технологій; розробка та управління базами даних, зв'язок і інфраструктура та ін. Промислові підприємства часто здійснюють ІТ-аутсорсинг, тому що дешевше укласти контракт з третьою стороною, ніж купувати і підтримувати свої власні пристрої зберігання даних.

Передача розробки та підтримки інформаційних систем на аутсорсинг останнім часом хвилює все більше українських підприємств. Для переважної більшості підприємств є непрофільним активом, тому можливість передати їх в управління професійному зовнішньому партнеру і вивільнити ресурси для пріоритетних напрямків бізнесу виглядає досить привабливо.

У світовій структурі ринку аутсорсингових послуг найбільшу частку займає аутсорсинг бізнес-процесів (близько 35%), що пов'язано з великим розвитком даного сектора ринку аутсорсингових послуг і мінімальним ризиком, в порівнянні з виробничим аутсорсингом. Друге місце займає ІТ-аутсорсинг (30%), а третє - виробничий аутсорсинг (14%) [18]. Українські реалії мають дещо інший вигляд. Кадровий холдинг АНКОР провів в нашій країні дослідження попиту на різні види послуг аутсорсингу, а також оцінив якість їх роботи. Дослідження було проведене серед топ-менеджменту українських та іноземних підприємств, які здійснюють свою виробничо-комерційну діяльність в нашій країні. В результаті було виявлено, що близько 40% досліджених підприємств засвідчили той факт, що вони використовують різні види аутсорсингу. При цьому практично кожне друге з цих підприємств використовують послуги ІТ-аутсорсингу (рис. 1).



Рисунок 1 - Рейтинг потреб в послугах різних видів аутсорсингу в Україні

Джерело: складено авторами за результатами дослідження кадрового холдингу АНКОР [30]

На першому місці знаходяться послуги ІТ-аутсорсингу – 40%, на другому – логістика – 35%, а найменше значення мають послуги з обліку кадрів – 5% та адміністративних функцій – 2,5 %.

Аутсорсинг ІТ-послуг досить широко представлено в житті бізнесу. Велика кількість підприємств для себе вже прийняли рішення про перехід на аутсорсингові моделі роботи. Такі схеми забезпечення окремих функцій виявилися зручними в усіх відношеннях. Замовник отримує кваліфіковану підтримку і одночасно позбавляється від проблем, пов'язаних з роботою непрофільних або неефективних процесів. Він отримує можливість концентруватися на основному бізнес-напрямку, що в підсумку підвищує конкурентоспроможність компанії. У зв'язку з цим виникає питання, які функції замовник може і готовий віддати на ІТ-аутсорсинг, де кордону ІТ-аутсорсингу? Відповісти на це питання можна тільки після вивчення ризиків, пов'язаних з відмовою від виконання тих чи інших дій своїми силами. Наприклад, якщо організація використовує так звані самописні ІТ-продукти, то видавати на аутсорсинг повний ІТ-супровід не варто. У цьому випадку доречно буде подумати лише про передачу на сторону функцій технічного обслуговування комп'ютерної техніки [1]. Всі функції, що не потрапили в список ризикованих, теоретично можуть бути винесені на аутсорсинг. Існує безліч прикладів, коли підприємства заради одноразових, нечасто повторюваних робіт містять внутрішні служби тільки тому, що так склалося історично. Однак в умовах, коли всі підприємства змушені економити і максимально оптимізували свої бізнес-процеси, мати в штаті зайві підрозділи і служби просто збитково.

На сучасному етапі розвитку світової економіки інформаційні технології є одним з ефективних інструментів здійснення бізнесу, а світовий ринок послуг в сфері інформаційних технологій відрізняється високим ступенем динамічності.

Незважаючи на широку поширеність і застосовність

поняття «послуга в сфері інформаційних технологій (ІТ-послуга)», визначення ІТ-аутсорсингу в сучасній науковій літературі не є сталим. Нами розглянуті визначення поняття ІТ-послуги, пропонувані компетентними міжнародними інститутами, серед яких міжнародна організація по стандартизації (ISO - International Organization for Standardization) і бібліотека інфраструктури інформаційних технологій (ITIL - Information Technology Infrastructure Library). На цій основі зроблено висновок, що загальним моментом всіх авторитетних визначень ІТ-послуги є обов'язкова наявність взаємодії постачальника і замовника щодо бізнес-процесів організації на основі застосування інформаційних технологій. При цьому роль даної взаємодії в процесі надання послуги розглядається компетентними інститутами по-різному.

В якості робочого визначення ІТ-послуги пропонується застосувати підхід ITIL, розширений за рахунок підмножини ITSM (Information Technology Service Management - управління ІТ-обслуговуванням). На основі цього, пропонується визначити поняття ІТ-аутсорсингу наступним чином.

ІТ-аутсорсинг (від англійського *IT-outsourcing*) - це надання (передача) функції обслуговування ІТ-інфраструктури промислового підприємства (забезпечення сталої роботи комп'ютерів, інформаційної мережі та ін.) іншому підприємству, яке спеціалізується на інформаційному обслуговуванні підприємств та організацій і має штат вузьких висококваліфікованих фахівців в сфері інформаційних технологій.

Включення ІТ-аутсорсингу в діяльність організації є процесом використання знань, умінь і навичок, інструментів і методів управління бізнес-процесами формування, розвитку та забезпечення функціонування інформаційної інфраструктури управління організацією в контексті організаційних цілей і завдань з метою створення додаткової цінності.

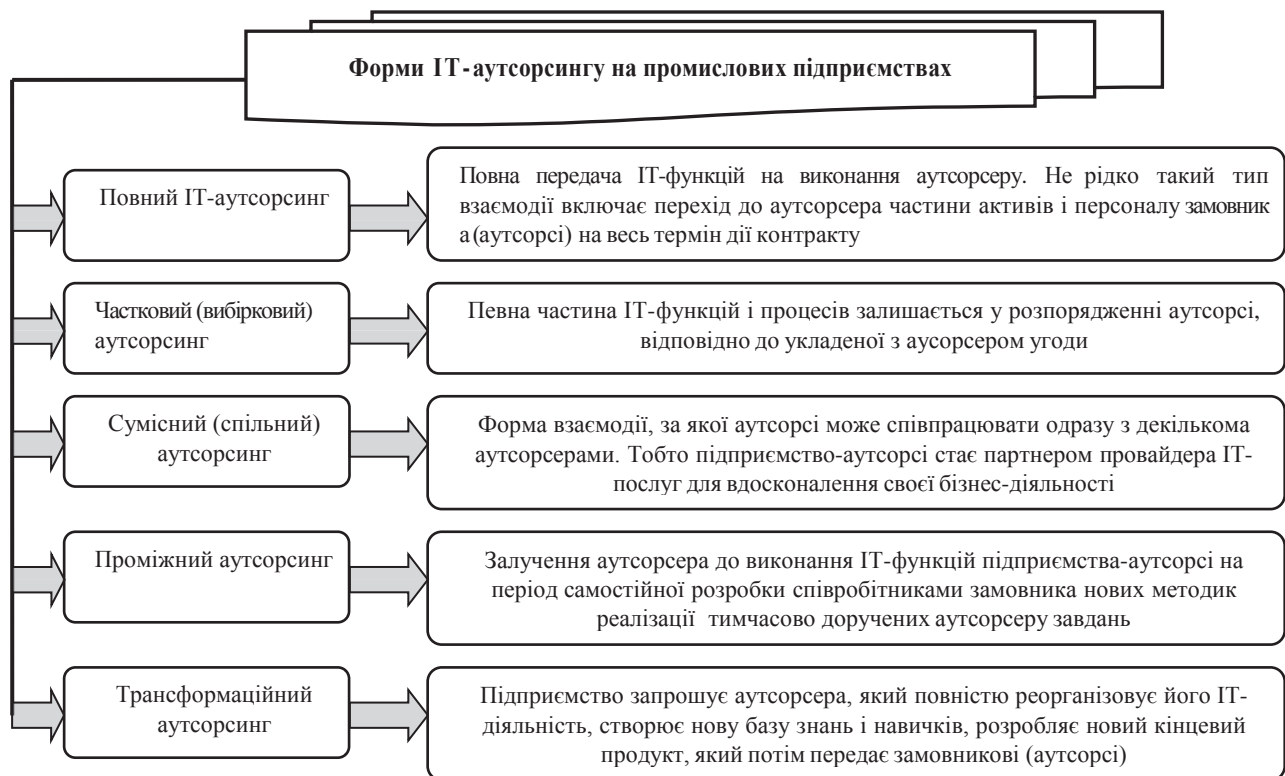


Рисунок 2 – Форми аутсорсингу на промислових підприємствах та їх характеристика

Джерело: систематизовано авторами з використанням [31-33]

По суті, ІТ-аутсорсинг - це форма спільного управління організацією, як її менеджерами, так і спеціалізованими інформаційними (цифровими) підприємствами-аутсорсерами, що володіють відсутніми у організації-замовника (аутсорсі) компетенціями. Для підприємств середнього і малого бізнесу, як і для інших невеликих організацій ІТ-підтримка є важливою та необхідною, але яка здійснюється нерегулярно, тому ІТ-аутсорсинг є для них оптимальним вирішенням цього завдання і може забезпечити ефективну роботу таких підприємств. Сьогодні існує безліч різних способів реалізації послуг аутсорсингу у сфері інформаційних технологій. Більшість організацій передають на аутсорсинг деякі види діяльності у сфері інформаційних технологій, багато працюють більш ніж з одним постачальником. Тенденція аутсорсингу деяких або всіх видів діяльності організації в області інформаційних технологій значно впливає на кар'єру співробітників і менеджерів відділу інформаційних технологій. Рішення про аутсорсинг можуть бути покладені на відділи інформаційних технологій вищим керівництвом, але результати надавати доводиться професіоналам в області інформаційних технологій.

В практиці виробничо-комерційної діяльності промислових підприємств використовуються п'ять основних форм аутсорсингу: повний і частковий аутсорсинг, сумісний аутсорсинг, проміжний аутсорсинг, трансформаційний аутсорсинг. Коротка характеристика вказаних форм аутсорсингу надана на рис.3.

Останнім часом мова йде вже не тільки про аутсорсинг робіт з налагодження і налаштування, обслуговування і супроводу інформаційної інфраструктури, а й про передачу стороннім організаціям всього комплексу заходів зі

створення та підтримки корпоративної інформаційної системи. Рішення щодо передачі зовнішньому підприємству інформаційної системи в цілому дозволяє підприємству позбутися від витрат на програмне та апаратне забезпечення, на відповідні оновлення, ремонти і обслуговування. В останньому випадку підприємство навіть не намагається придбати у власність апаратне забезпечення - все надається партнером по аутсорсингу. Такий комплексний аутсорсинг перекладає на плечі партнера всі турботи про підтримку інфраструктури в робочому стані, періодичному оновленні обчислювальної техніки і програмного забезпечення, оргтехніки та витратних матеріалів.

Висновки. На основі викладеного вище, є можливість виділити ряд особливостей і загальних характеристик аутсорсингу:

а) аутсорсинг здійснюється на договірній основі: аутсорсинг визначається як практика планування, управління і реалізації певних видів робіт сторонньою організацією згідно умов двосторонньої угоди;

б) одноразове придбання певного товару (послуги) не буде об'єктом аутсорсингу, аутсорсинг - це завжди постійне співробітництво на основі контрактних (договірних) відносин;

в) надання права виконання певних видів робіт сторонній організації завжди здійснюється на досить тривалий термін;

г) аутсорсинг має місце тільки тоді, коли мова йдеться про передачу іншому (зовнішньому) підприємству таких робіт, які могли б при певних умовах здійснюватися всередині самого підприємства;

д) кожна наявна ситуація з використанням аутсорсингу передбачає індивідуальне рішення, відбите в договорі між сторонами;

е) аутсорсинг здійснюється з метою більш повної відповідності вимогам зовнішнього середовища: аутсорсинг виступає інструментом, що дозволяє розподіляти внутрішні і зовнішні ресурси для досягнення цілей і завдань підприємства.

Результати проведеного дослідження свідчать про те, що надання в аутсорсинг деяких функцій підприємства стратегічно доцільно в тому випадку, якщо:

а) незалежні бізнес-партнери виконують ці функції краще і дешевше. Наприклад, значна кількість виробників комп'ютерної техніки відмовилися від функції кінцевого складання, доручивши цю роботу аутсорсерам, що дало їм можливість отримати значну економію на закупівлі комплектуючих для комп'ютерної техніки, а також на організації самого складального процесу. Фірма Cisco передала майже все виробництво і складання маршрутизаторів і комутаційного обладнання підприємству-партнеру, який володіє 37 підприємствами, робота яких координується через Інтернет;

б) ця діяльність не є конкурентно значущою і її надання в аутсорсинг не загрожує змінам ключових компетенцій, виробничим можливостям і інтелектуальним ноу-хау підприємства. Широко використовується практика надання в аутсорсинг послуг по обслуговуванню промислового обладнання, обробки інформаційних даних, ведення управлінського та бухгалтерського обліку, низки допоміжних функцій адміністративного характеру підприємствам, які спеціалізуються на даній діяльності;

в) це зменшує рівень комерційного ризику, пов'язаного зі змінами бізнес-процесів, технологій і/або переваг продукції для потенційних споживачів;

г) це суттєво підвищує гнучкість та оперативність прийняття господарських рішень, зменшує час на розробку і виведення на цільовий ринок інноваційних товарів, зменшує витрати підприємства на координацію всіх цих дій;

д) це дозволяє підприємству зосередити свої зусилля на основному своєму бізнесі.

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок про те, що розгляд ІТ-аутсорсингу в якості одного зі складових портфеля ІТ-проектів промислового підприємства дозволяє на основі реалізації процесного підходу оперативно створювати нові конкурентні переваги. Це стає можливим за рахунок чіткого дотримання всіх основних етапів портфельного управління проектами, вибудованої системи взаємозв'язку проектної стратегії, стратегії портфеля і загальної стратегії, прозорих вимог до всіх відповідальних за реалізацію кожного ІТ-проекту, відповідності встановленим вимогам до результатів ІТ-проектів і розуміння їх впливу на загальний результат діяльності всього підприємства. При цьому технологічну основу реалізації зазначених підходів становить інтегрована цифрова інфраструктура управління підприємством.

Список літератури

- Айвазян З.С. Бизнес на «пустом месте». *Финансист*. 2002. № 19. С. 25.
- Андерсен Э., Тринкл Боб. Аутсорсинг в продажах. М.: Добрая книга, 2006. 416 с.
- Аникин Б.А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций. М.: ИНФРА-М, 2003. 187 с.
- Бравар Жан-Луї, Морган Роберт. Эффективный аутсорсинг: разумный, планирование та використання успішних аутсорсингових відносин. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. 288 с.
- Ермошина Е.А. Что такое аутсорсинг? URL: <http://inkakhrun.ru/money.asp>.
- Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. М.: Дело, 2003. 270 с.
- Котляр И.Д. Экономическая сущность аутсорсинга. *Экономика*. № 2. 2010. С. 25.
- Лазарев А.В. Бизнес-планирование как форма экономического управления. М.: Финансы и статистика, 2008. 252 с.
- Лисенко Т.І. Передумови виникнення та перспективи застосування аутсорсингу як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економічний вісник університету*. 2010. № 14. С. 85–92.
- Матвій І.С. Аутсорсинг в діяльності промислових підприємств: основні переваги та загрози. *Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки*. Донецьк: ДЕГІ, 2008. № 1 (25). С. 184–189.
- Микало О.І. Підходи до визначення терміна «Аутсорсинг». *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2010. № 8. С. 111–115.
- Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність і задачі. *Вісник нац. техн. ун-ту «ХПІ»*: зб. наук. пр. Сер.: Економічні науки. Харків: НТУ «ХПІ», 2017. № 24 (1246). С. 153–158.
- Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*: зб. наук. пр. Харків: НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 89–94.
- Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство саморекламы). Харьков: Фактор, 2009. 480 с.
- Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. Навч. посібник. Харків: «Основа», 1993. 288с.
- Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие. Киев: ВИРА-Р. 1998. 267с.
- Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства. Харьков-Мишкольц: ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.
- Репин Н.В. Развитие информационной инфраструктуры управления организацией с использованием ИТ-аутсорсинга. Автореферат дисс. ... канд. экон. наук. Ульяновск, 2018. 22с.
- Рудая И.Л. Развитие понятийного аппарата методологии аутсорсинга. *Вестник СамГУ*. № 5/2 (64). 2008. С. 137–146.
- Синяев В.В. Экономическая целесообразность аутсорсинга. *Маркетинг*. 2006. № 3(88). С. 94–98.
- Современный экономический словарь. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. М.: ИНФРА-М. 2006. 495 с.
- Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
- Широква А.В. Эволюция взглядов на развитие аутсорсинговых отношений. *Экономические науки*. № 3 (52). 2009. С. 76–80
- Dominguez Linda The manager's step by step guide to outsourcing. McGraw Hill, New York, 2006. 226 p.
- Kocziszky György, Somosi Veres M., Kobielieva T.O. Reputational compliance. Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2017»: тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6–8 грудня 2017 р. Харків, 2017. С. 140–143.
- Nagy S., Sikorska M., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21–22.
- Nagy S., Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises. Сучасні тенденції розвитку світової економіки: зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. Харків: ХНАДУ, 2018. С. 88–89.
- Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
- Pererva Petro, Szabolcs Nagy, Maria Maslak. Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship. *MIND JOURNAL. Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna*. № 5. 2018. URL: https://mindjournal.wsch.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf
- Аналіз застосування та оцінка якості послуг аутсорсингу в Україні. URL: <http://pravotoday.in.ua/ua/press-centre/market-viewing/view/38>.
- Зорій О.М., Коваленко Т.В. Особливості застосування аутсорсингу. *Економічний аналіз*. 2013. № 3, Том 14. С. 18–28.
- Партин Г.О., Дідух О.В. Основні види аутсорсингу та їх застосування в управлінні діяльністю підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16661/1/371-637-638.pdf>
- Садчикова І.В. Хоменко І.О., Горобінська І.В. Сучасні тенденції розвитку ринку аутсорсингу: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Економіка та управління на транспорті*. 2018. Вип. 6. С. 47–56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2018_6_9.

References (transliterated)

1. Ayvazyan Z.S. Byznas na «pustom meste» [Business in an "empty place"] Fynansyst. 2002, no 19. p. 25
2. Andersen E., Trynkl Bob Outsorsynh v prodazhakh [Outsourcing in Sales]. M. : Dobraya knyha, 2006, 416 p.
3. Anykyn B.A. Outsorsynh: sozdanye vysokoeffektivnykh y konkurentosposobnykh orhanyzatsyy : ucheb. posobyе [Outsourcing: the creation of highly efficient and competitive organizations: textbook. allowance]. M. : YNFRA-M, 2003. 187 p.
4. Bravar Zhan-Luyi, Morhan Robert Efektivnyy outsorsynh: rozumynnya, planuvannya ta vykorystannya uspishnykh aut-sorsynhovykh vidnosyn [Effective outsourcing: understanding, planning and using successful outsourcing relationships]. Dnipropetrovsk : Balans Biznes Buks, 2007. 288 p.
5. Ermoshyna E.A. Chto takoe aut-sorsynh? [What is outsourcing?] URL: <http://inkakhrun.ru/money.asp>.
6. Kalendzhyan S.O. Aut-sorsynh y delehyrovanye polnomochyy v deyatel'nosti kompanyy [Outsourcing and delegation of authority in the activities of companies]. M. : Delo, 2003. 270 p.
7. Kotlyarov Y.D. Ekonomicheskaya sushchnost aut-sorsynha [The economic essence of outsourcing] Ekonomika [Economics]. no 2. 2010, p. 25.
8. Lazarev A.V. Byznas-planuvanye kak forma ekonomicheskoho upravlenyya [Business planning as a form of economic management]. M. : Fynansy y statystyka, 2008. 252 p.
9. Lysenko T.I. Peredumovy vynykennyya ta perspektyvy zastosuvannya aut-sorsynhu yak instrumentu pidvyschennyya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Prerequisites and prospects for the use of outsourcing as a tool to increase the competitiveness of the enterprise]. Ekonomichnyy visnyk universytetu [Economic Bulletin of the University]. 2010, no 14. pp 85–92.
10. Matviy I.Ye. Aut-sorsynh v diyal'nosti promyslovykh pidpryyemstv: osnovni perevahy ta zahrozy [Outsourcing in the activities of industrial enterprises: the main advantages and threats]. Prometej: rehionalnyy zbirnyk naukovykh prats z ekonomiky [Prometheus: a regional collection of scientific papers on economics]. Donetsk : DEHI, 2008, no 1 (25). Pp. 184–189.
11. Mykalo O.I. Pidkhydy do vyznachennyya termina «Aut-sorsynh» [Approaches to the definition of the term "Outsourcing"] Ekonomichnyy visnyk NTUU «KPI» [Economic Bulletin of NTUU "KPI"]. 2010, no 8. pp. 111–115.
12. Pererva P.G. Komplaens-programma promyshlennoho predpryyatyya: sushchnost y zadachy [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks]. Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. no. 24 (1246). - pp. 153-158.
13. Pererva P.G., Nahi S., Kobielieva T.O. Otsinka vplyvu innovatsiyoi, investytsiyoi ta marketynhovoyi polityky pidpryyemstva na rivni konkurentospromozhnosti [Visnyk Natsionalnoho tekhnichnogo universytetu "Kharkivskyyu politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave] Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. no.15 (1291). pp. 89-94.
14. Pererva P.G. Trudoustroystvo bez problem (yskusstvo samomarketynhya) [Employment without problems (the art of self-marketing)]. Kharkov : Faktor, 2009. 480 p.
15. Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom na mashynobudivnomu pidpryyemstvi. Navch.posibnyk [Marketing management at a machine-building enterprise. Textbook]. - Kharkiv : «Osnova», 1993. 288 p.
16. Honcharova N.P., Pererva P.G., Yakovlev A.Y. Marketynh ynnovatsyonnoho protsessa. Uchebnoe posobyе [Marketing of the innovation process. Textbook]. Kyev: VYRA-R. 1998. 267 p.
17. Pererva P.G., Kotsytsky D., Veres Shomoshy M., Kobeleva T.A. Komplaens programma promyshlennoho predpryyatyya [Compliance program of an industrial enterprise]. Kharkov-Myshkolts : OOO «Planeta-prym», 2019. 689 p.
18. Repin N.V. Razvitiye informatsionnoy infrastruktury upravleniya organizatsiyey s ispolzovaniyem IT-outsorsinga [Development of information infrastructure for managing an organization using IT outsourcing]. Avtoreferat diss. ... kand.ekon.nauk. Ulyanovsk, 2018. 22 p.
19. Rudaya I.L. Razvitiye ponyatiynogo apparata metodologii outsorsinga [Development of the conceptual apparatus of outsourcing methodology] Vestnik SamGU [Bulletin of SamSU]. No 5/2 (64). 2008. pp. 137-146.
20. Sinyayev V.V. Ekonomicheskaya tselesoobraznost' outsorsinga [The economic feasibility of outsourcing] Marketing [Marketing]. 2006.no 3(88). pp. 94–98.
21. Rayzberg B.A., Lozovskiy L.Sh., Starodubtseva Ye.B. Sovremennyy ekonomicheskyy slovar [Modern economic dictionary]. M. : INFRA-M. 2006. 495 p.
22. Starostina A.O. Marketing: teoriya, svitoviy dosvid, ukrainska praktika: pidruch [Marketing: theory, svitoviy dosvid, Ukrainian practice: pidruch]. K.: Znannya, 2009. 1070 p.
23. Shirokova A.V. Evolyutsiya vzglyadov na razvitiye outsorsingovykh otnosheniy [Evolution of views on the development of outsourcing relations] Ekonomicheskyye nauki [Economic sciences].no 3 (52). 2009. p. 76-80.
24. Dominguez Linda The manager's step by step guide to outsourcing. McGraw Hill, New York, 2006. 226 p.
25. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobielieva T.O. Reputational Compliance. Doslidzhennya ta optymizatsiya ekonomichnykh protsesiv "Optimum-2017" : tr. 13-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6-8 hrudnya 2017 r. / [Research and Optimization of Economic Processes "Optimum-2017": Tr. 13th International science-practice Conf., December 6-8, 2017]. Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. pp. 140-143.
26. Nagy S., Sikorska M., Pererva P.G. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. Suchasni pidkhydy do kreatyvnoho upravlinnya ekonomichnyimi protsesami : materialy 9-yi Vseukr. nauk.-prakt. konf., 19 kvitnya 2018 r. [Modern approaches to creative management of economic processes: materials of the 9th All-Ukrainian. scientific-practical Conf., April 19, 2018] Kiev : NAU, 2018. pp. 21-22.
27. Nagy S., Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises. Suchasni tendentsiyi rozvytku svitovoyi ekonomiky : zb. materialiv 10-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 18 travnya 2018 r. [Modern trends in the world economy: collection. materials of the 10th International. scientific-practical Conf., May 18, 2018]. Kharkiv : KhNADU, 2018. pp. 88-89.
28. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
29. Pererva Petro, Nagy Szabolcs, Maslak Maria. Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship. MIND JOURNAL Wyzsza Szkola Ekonomiczno-Humanistyczna. no 5. 2018.-[Published online] Access mode: https://mindjournal.wsh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf
30. Analiz zatrebuvanosti ta otsinka yakosti posluh aut-sorsynhu v Ukraini [Demand analysis and quality assessment of outsourcing services in Ukraine]. URL: <http://pravotoday.in.ua/ua/press-centre/market-viewing/view-38>.
31. Zoriy O.M., Kovalenko T.V. Osoblyvosti zastosuvannya aut-sorsynhu [Features of outsourcing] Ekonomichnyy analiz [Economic analysis]. 2013. no 3, Tom 14. pp. 18–28.
32. Partyn H.O., Didukh O.V. Osnovni vydy aut-sorsynhu ta yikh zastosuvannya v upravlinni diyalnistyu pidpryyemstva [The main types of outsourcing and their application in the management of the enterprise] URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16661/1/371-637-638.pdf>
33. Sadchukova I.V. Khomenko I.O., Horobins'ka I.V. Suchasni tendentsiyi rozvytku rynku aut-sorsynhu: vitchyznyanyy ta zarubizhnyy dosvid [Current trends in the development of the outsourcing market: domestic and foreign experience]. Ekonomika ta upravlinnya na transporti [Economics and Management of Transport]. 2018. Vyp. 6. - pp. 47–56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2018_6_9.

Nadiiшла (received) 18.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Назаренко Станіслав Миколайович (Назаренко Станислав Николаевич, Nazarenko Stanislav Mykolaiovych) - аспірант кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, м.Харків, Україна; тел.: (095) 697-12-42; e-mail: staszazarenko46@gmail.com.

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petr Grigorievich) – доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Харків, Україна; ORCID:0000-0002-6256-9329; тел.: (067) 940-16-81; e-mail: ppererva@gmail.com

М.О. ТКАЧЕНКО

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто теоретичні засади процесу бюджетування податків і зборів на підприємстві, обґрунтовано необхідність запровадження податкового бюджетування на підприємствах за сучасних мінливих економічних умов. Досліджено підходи до трактування сутності податкового бюджетування, проведено аналіз попередніх досліджень з цього питання та надано визначення поняття «податкове бюджетування», яке комплексно відображає всі його складові елементи та адаптоване під сучасне мінливе економічне середовище. Запропоноване визначення сутності податкового бюджетування стало підґрунтям для дослідження питань запровадження податкового бюджетування на підприємствах, дозволило сформулювати основні завдання податкового бюджетування і визначити складові системи податкового планування. Розглянуто процес податкового бюджетування підприємства як результат податкового менеджменту, регулювання та контролю, а також комбінований спосіб оптимізації податкових потоків, направлений на вибір оптимальних управлінських рішень з метою отримання максимального податкового прибутку, але не лише за рахунок зниження податкових зобов'язань, а за рахунок оптимізації податкових потоків. Сформульовано основні етапи процесу бюджетування податків і зборів підприємства, результатом запровадження якого стає побудова зведеного податкового бюджету, координація та контроль його виконання, запровадження заходів з оптимізації податкових потоків, податковий аналіз виконання податкового бюджету і його безперервне коригування відповідно до змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства з метою підвищення ефективності податкового планування.

Ключові слова: податки і збори, податкове планування, податкове бюджетування, бюджет податків і зборів, оптимізація податкових потоків

М.А. ТКАЧЕНКО

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА НАЛОГОВ И СБОРОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье рассмотрены теоретические основы процесса бюджетирования налогов и сборов на предприятии, обоснована необходимость внедрения налогового бюджетирования на предприятиях в условиях нестабильности современных экономических процессов. Исследованы разные трактовки сущности налогового бюджетирования, проведен анализ предыдущих исследований в этой области и дано определение понятия "налоговое бюджетирование", которое максимально емко отображает все его составляющие элементы и адаптировано под современную переменчивую экономическую среду. Предложенное определение сущности налогового бюджетирования стало базой для исследования вопросов внедрения налогового бюджетирования на предприятиях, позволило сформулировать основные задания налогового бюджетирования и определить составляющие системы налогового планирования. Рассмотрен процесс налогового бюджетирования предприятия как результат налогового менеджмента, регулирования и контроля, а также комбинированный способ оптимизации налоговых потоков, направленный на выбор оптимальных управленческих решений с целью получения максимальной налоговой прибыли, но не только за счет снижения налоговых обязательств, а за счет оптимизации налоговых потоков. Сформулированы основные этапы процесса бюджетирования налогов и сборов предприятия, результатом использования которого станет построение сводного налогового бюджета, координация и контроль его выполнения, внедрение мероприятий по оптимизации налоговых потоков, налоговый анализ выполнения налогового бюджета и его непрерывная корректировка в соответствии с изменениями внутренней и внешней среды предприятия с целью повышения эффективности налогового планирования.

Ключевые слова: налоги и сборы, налоговое планирование, налоговое бюджетирование, бюджет налогов и сборов, оптимизация налоговых потоков

М. ТКАЧЕНКО

THEORETICAL BASIS FOR THE ESTABLISHMENT OF A TAX AND FEE BUDGET IN AN ENTERPRISE

The article discusses the theoretical basis of the process of tax and tax budgeting in an enterprise and justifies the necessity of introducing tax budgeting in enterprises under conditions of instability of modern economic processes. Various interpretations of the essence of tax budgeting have been studied, previous studies in this area have been analyzed and the concept of "tax budgeting" has been defined which represents all its elements and is adapted to the modern fluid economic environment. The proposed definition of the essence of tax budgeting became the basis for research on the introduction of tax budgeting in enterprises, made it possible to formulate the basic tasks of tax budgeting and define the components of the system of tax planning. The process of tax budgeting of an enterprise has been considered as a result of tax management, regulation and control, as a combined way of optimizing tax flows, aimed at selecting optimal management decisions with a view to maximizing tax revenues, not only by reducing tax liabilities, but by optimizing tax flows. The main stages of the process of budgeting taxes and fees of an enterprise have been defined, due to using this process will be the construction of a unified tax budget, the coordination and monitoring of its implementation, and the introduction of measures to optimize tax flows, tax analysis of the implementation of the tax budget and its continuous adjustment in accordance with changes in the internal and external environment of the enterprise in order to improve the efficiency of tax planning.

Keywords: taxes and charges, tax planning, tax budgeting, tax and fee budget, optimization of tax flows

Вступ. За сучасних економічних умов невизначеності бізнес-середовища, процес управління діяльністю підприємств ще більше ускладнюється, і пошук найбільш ефективних управлінських рішень стає підґрунтям та передумовою запровадження ефективної економічної діяльності. Результатом використання ефективних управлінських рішень стає максимізація віддачі від використання капіталу, яка найчастіше виражається в отриманні більших розмірів прибутку, що може бути досягнуто як за рахунок

збільшення масштабів, так і за рахунок підвищення ефективності використання активів та ресурсів підприємства. Під час пошуку шляхів підвищення ефективності підприємницької діяльності, особливу увагу приділяють скороченню витрат, які несе підприємство в процесі своєї господарської діяльності, у тому числі питанню оптимізації податкових платежів, розмір яких у структурі витрат підприємств з кожним роком зростає, а отже, зростає необхідність запровадження відповідного управлінського

інструментарію. Все це обґрунтовує актуальність дослідження питань бюджетування податків і зборів господарюючих суб'єктів.

Аналіз стану питання. З огляду на те, що несвоєчасне здійснення податкових платежів внаслідок дефіциту фінансових ресурсів у підприємства призводить до нарахування штрафів, а отже, додаткового збільшення видатків, а макро-економічні процеси призводять до збільшення податкового навантаження підприємств через зростання ставок і розмірів податкових платежів, які підлягають сплаті господарюючими суб'єктами, планування розмірів податкових платежів та джерел їх покриття стає край необхідним та важливим напрямом діяльності підприємств, і ці процеси відокремлюються у процес податкового бюджетування. Крім того, властиві сучасній економіці процеси глобалізації потребують вивчення умов ведення зовнішнь-економічної діяльності та розуміння систем оподаткування країн контрагентів, розрахунок виникнення ймовірних податкових зобов'язань та визначення необхідної величини майбутніх податкових платежів у структурі видатків підприємства.

Мета роботи. Метою статті є дослідження теоретичних засад формування бюджету податків і зборів на підприємстві.

Аналіз основних досягнень і літератури. Питання податкового бюджетування неодноразово виступали об'єктом наукових робіт, у яких розглядалися принципи та критерії оптимальності податкового бюджетування [1,2], пропонувалися підходи до формування податкового бюджету [3,4,5], моделі організації податкового бюджетування та управління податковим бюджетом [6], моделі оптимізації системи податкового менеджменту на підприємстві [1] тощо. Дослідниками було зроблено вагомий внесок у дослідження цих питань, але досі залишається велика кількість дискусійних та нерозкритих питань, щодо визначення сутності податкового бюджетування та запровадження податкового бюджетування у діяльність підприємств.

Викладення основного матеріалу дослідження. Бюджетування податків і зборів є складовою частиною загального бюджетування на підприємстві. Сутність податкового бюджетування, у загальному вигляді, являє собою процес формування бюджетів окремих податків, які сплачуються підприємством, і зведеного бюджету податків, у якому відображаються планові показники всіх податкових платежів підприємства. Але це визначення потребує деякого уточнення, адже процес бюджетування полягає не лише у формуванні бюджетів, а й передбачає деякі процеси координації і контролю щодо їх виконання.

Розглянемо деякі інші визначення сутності податкового бюджетування, які зустрічаються у науковій літературі.

Бюджетування податкових платежів — це система планових розрахунків із використанням взаємопов'язаних бюджетів підприємства, спрямована на визначення планової суми податкових платежів, що підлягають сплаті в майбутніх податкових періодах [2,

с. 452]. Це визначення розглядає процес бюджетування як систему складання бюджетів, та не бере до уваги важливі елементи координації, контролю та корегування бюджетів.

Н. Левченко та Я. Книш констатують, що бюджетування податків є складовою частиною загального процесу бюджетування на підприємстві, що підтверджується особливостями складання податкових бюджетів [7].

Складання податкового бюджету дозволяє спрогнозувати суми податкових відрахувань та обґрунтовано приймати рішення щодо їх мінімізації [6]. Така точка зору також може бути доповнена, адже не завжди підприємству вигідно скорочувати податкові відрахування, інколи зменшення розміру одних податкових платежів може призвести до збільшення розміру інших, а також до штрафних санкцій з боку контролюючих органів, тому суб'єктам господарської діяльності з метою підвищення прибутковості необхідно орієнтуватись не на тактику скорочення суми податкових платежів, а на стратегію оптимального управління господарською діяльністю на основі застосування інструментів корпоративного податкового менеджменту.

Більш емним є підхід, згідно якого бюджетування податків являє собою процес розробки, виконання та контролю системи податкових бюджетів підприємства, спрямований на оперативне коректування управлінської діяльності з формування податкових зобов'язань підприємства з урахуванням змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі [8, с. 6].

Підсумовуючи наведені вище точки зору щодо трактування сутності податкового бюджетування, доцільно навести уточнене визначення сутності цього поняття: податкове бюджетування це спрямована на оптимізацію податкових потоків система прийомів та методик розробки і формування бюджету податків і зборів підприємства, координації та контролю його виконання і безперервного коригування відповідно до змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Виходячи з такого визначення сформуємо основні завдання податкового бюджетування підприємства:

- визначення структури податків і зборів підприємства, що підлягають сплаті відповідно до обраної системи оподаткування;
- визначення загального податкового навантаження підприємства протягом періоду бюджетування (місяць, квартал, рік);
- складання платіжного податкового календаря з урахуванням всіх вхідних та вихідних податкових потоків;
- координація діяльності для цілей оподаткування всіх підрозділів підприємства, особливо персоналу, відповідального за складання операційних та фінансових бюджетів підприємства, в тісному взаємозв'язку з якими знаходиться податковий бюджет;

– зниження податкових ризиків та запобігання застосуванню штрафних санкцій з приводу недотримання податкового законодавства;

– контроль за виконанням податкового бюджету та термінами здійснення податкових платежів;

– проведення попереднього аналізу стосовно виконання податкового бюджету та визначення на його підставах напрямів коригування бюджету податків і зборів підприємства;

– забезпечення фінансової стійкості та поліпшення фінансово-майнового стану на основі ефективного управління та оптимізації податкових потоків.

Для досягнення завдань податкового бюджетування використовується система бюджетного планування, яка поєднує в собі взаємодію п'ятьох головних елементів бюджетування: обґрунтування структури бюджетів; формування бюджетів; встановлення відповідальності за виконання бюджетів; механізм погодження та затвердження бюджетів; контроль і коректування бюджетів [6].

В процесі податкового бюджетування використовується інформація всіх підрозділів підприємства, що обумовлено необхідністю використання для обчислення окремих податків і зборів даних, які містяться в оперативних бюджетах. Так, наприклад, для бюджетування податку на прибуток підприємств використовуються дані бюджету продажів, бюджету доходів та витрат, бюджету фонду оплати праці, бюджету собівартості реалізованої продукції. Бюджетування податку на додану вартість базується на використанні даних бюджету продажів, бюджету виробництва, бюджетів придбання та використання матеріалів. Планування акцизного податку виконується на основі даних про придбання та реалізацію підкацизних товарів, які містяться у бюджеті продажів та бюджеті придбання матеріалів тощо.

Після визначення нарахувань за всіма видами податків здійснюється процес бюджетування податкових платежів, який передбачає визначення розмірів податкових виплат для складання графіків розрахунків з бюджетом та формування бюджету руху грошових коштів. При цьому достатньо раціональним є підхід до управління податковими зобов'язаннями, при якому формується один загальний податковий бюджет, який у подальшому використовується для формування бюджету адміністративних витрат і фінансових бюджетів [6].

За результатами наведених вище та виконаних іншими науковцями досліджень [6,9], можна сформулювати основні п'ять етапів процесу бюджетування податків і зборів підприємства:

1. Перший підготовче-аналітичний етап передбачає систематизацію та аналіз інформації про податкові платежі за попередній рік, моніторинг нормативних змін у податковому законодавстві на період бюджетування, визначення структури податкових потоків та основних елементів податків, що підлягають сплаті (об'єкт, суб'єкт, ставка, база, терміни сплати, звітні періоди, пільги тощо).

2. На другому розрахунковому етапі оцінюються податкові зобов'язання у звітному періоді в порівнянні з попереднім звітним періодом, визначається коефіцієнт еластичності податків, який показує, як зміниться величина того чи іншого податку при зміні податкової бази чи ставки податку.

Основним завданням розрахункового етапу є формування податкового бюджету підприємства, де встановлюються його взаємозв'язки з відповідними операційними бюджетами на основі групування податкових бюджетів відповідно до структурних підрозділів. Формування бюджету податків і зборів підприємства виконується одночасно із складанням інших бюджетів нарахування податків, податковим плануванням, визнанням заборгованості щодо розрахунків за податками на базі всіх бюджетів; технологія бюджетування податків і зборів підприємства передбачає врахування передбаченого Податковим Кодексом України податкового зобов'язання та податкового боргу, бюджетного відшкодування, виробничих дотацій з бюджету, податкових пільг, податкової застави

3. На третьому етапі виконуються процеси оптимізації податкових потоків та оцінка економічної ефективності передбачуваної оптимізації з урахуванням витрат на її здійснення.

Основними способами оптимізації податкових потоків є: використання пільг, які передбачені чинним законодавством, дроблення бізнес-структур на окремі компоненти з метою переходу на спрощену систему оподаткування, формування оптимального портфелю контрагентів, фінансові правовідносини з якими дозволять з високих ставок податків перейти на більш вигідні, ділення складних фінансових операцій на більш спрощені господарські операції, делегування податкового навантаження на інші господарюючі суб'єкти шляхом створення дочірніх підприємств [9].

4. На четвертому контрольному етапі формується податковий календар, у якому вказується, коли та які податки має сплатити підприємство, та розпочинається процес реалізації податкового бюджету, в ході якого аналізуються відхилення фактичних показників від планових; взаємозв'язок значень податкового бюджету і операційними бюджетами організації. Також на цьому етапі сформулюються вимоги щодо коригування бюджету податків і зборів.

5. На останньому п'ятому етапі здійснюється фактичний податковий аналіз, який передбачає вивчення відхилень фактичних показників від бюджетних; встановлення їх причин з урахуванням зміни показників операційних бюджетів організації та додаткових несподіваних змін (нові об'єкти оподаткування, зміна податкової бази тощо).

Основними перевагами управління податковими зобов'язаннями за допомогою бюджетування є:

– щомісячне планування бюджетів структурних підрозділів, яке дозволяє отримати більш точні показники розмірів і структури витрат, ніж інші існуючі системи бухгалтерського обліку;

– надання більшої самостійності структурним підрозділам у витрачанні своїх коштів у рамках затверджених місячних бюджетів, що підвищує

зацікавленість персоналу в успішному виконанні встановлених завдань;

- мінімізація кількості контрольних параметрів бюджетів, що дозволяє скоротити непродуктивні витрати робочого часу та витрати фінансових ресурсів;
- здійснення режиму жорсткої економії коштів як особливо важливої умови виходу з запобігання кризових явищ у фінансовій сфері [6].

Висновки. Підсумовуючи, можна зробити наступні висновки, що процес податкового бюджетування є результативною частиною корпоративного податкового планування, регулювання та контролю, а також комбінованим способом оптимізації податкових потоків, при цьому вибір оптимальних рішень здійснюється з метою отримання максимального податкового прибутку але не завжди за рахунок зниження розмірів податкових зобов'язань. Результатом податкового бюджетування підприємства стає процес побудови зведеного податкового бюджету, координації та контролю його виконання, запровадження заходів з оптимізації податкових потоків, податкового аналізу виконання податкового бюджету та безперервного коригування відповідно до змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Напрямок подальших досліджень є розгляд методичних питань побудови системи податкового бюджетування на підприємстві

Список літератури

1. Юдіна (Каламбет) С.В., Лазько Т.Ф. Система податкового менеджменту на підприємстві [Електронний ресурс] URL: http://e-visnyk.dniprondise.in.ua/journals/5-11-2017_2/30.pdf
2. Іванов Ю. Б. Податковий менеджмент: підручник. / Ю. Б. Іванов, А. І. Крисоватий, А. Я. Кізім, В. В. Карпова. К.: Знання. 2008. 525 с.
3. Безверхий К.В. Модель формування бюджету податків і зборів підприємства. *Управлінський облік на підприємствах АПК: стан, перспективи та пріоритети розвитку*. – 2016. № 10. С. 6–10.
4. Безверхий К.В. Модель внутрішньогосподарського контролю розрахунків за податками та зборами *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2016. № 2. С. 30–36.
5. Дубовик О.Ю. Податковий менеджмент у схемах і таблицях: Навчальний посібник. Харків: Видавництво «ПромАрт». 2018. 248 с.
6. Косицький К.В. Підхід до формування моделі управління податковим бюджетом у промисловому холдингу. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. [Електронний ресурс] URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_1_22.
7. Левченко Н.М. Бюджетування податків на підприємстві / Н. М. Левченко, Я. В. Книш. [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2010_35/Zm/22PDF.pdf.

8. Михасьова Н.В. *Визначення впливу бюджетування податків на фінансово-економічні результати діяльності коксохімічних підприємств*: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Н. В. Михасьова. – Харків, 2009. 19 с.
9. Шкроміда Н. Я. Оптимізація податкового навантаження як складова формування податкової політики суб'єкта господарювання в умовах кризових явищ. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий журнал. 2018. Вип. 14. Т. 2. С. 179–185.

References (transliterated)

1. Yudina (Kalambet) S.V., Laz'ko T.F.. Sistema podatkovogo menedzmentu na pidpriyemstvi [Tax management system in the enterprise]. Available at: http://e-visnyk.dniprondise.in.ua/journals/5-11-2017_2/30.pdf
2. Ivanov Y.B. Podatkovyj menedzment. pidruchnyk [Tax management: textbook]. Kyiv: Znannya. 2008. 525 p.
3. Bezverchuj K.V. Model formuvannia bjudzetu podatkov i zboriv pidpriyemstva. [Model of formation budget of taxes and fees of the enterprise]. *Upravlencheskij uchet na pidpriyemstvach APK: stan, perspektivy ta priorityty rozvitku* [APC Enterprise Management Accounting : Status, Prospects and Development Priorities]. 2016. no.10, pp. 6–10.
4. Bezverchuj K.V. Model vnutrishnogospodarskogo kontrolu rozrachunkiv za podatkami i zboramy [Model of internal control of calculations of taxes and fees]. *Buchgalterskij oblik i audit* [Accounting and auditing]. 2016. no.2, pp. 30–36.
5. Dubovik O.Y. Podatkovyj menedzment u schemach i tablitsach [Tax management in diagrams and tables]. Kharkiv, Promart. 2018. 248 p.
6. Kosytskij K.V. Pidchid do formuvannia modeli upravlinnia podatkovym biudжетom u promyslovomu holding [Approach to the formation of a model of tax budget management in an industrial holding]. *Regionalna biznes-ekonomika ta upravlinnia* [Regional business economy and governance]. Available at: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2013_1_22
7. Levchenko N.M. Budzhetuvannia podatkov na pidpriyemstvach [Budgeting taxes at the enterprise]. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2010_35/Zm/22PDF.pdf.
8. Mihasova N.V. Viznachennya vplivu byudzhetuвання podatkov na finansovo-ekonomichni rezultati diyalnosti koksohimichnih pidpriyemstv [Determining the impact of tax budgeting on the financial and economic performance of coke-chemical enterprises]: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04 «Ekonomika ta upravlinnya pidpriyemstvami». – Kharkiv, 2009. 19 s.
9. Shkromyda, N.Ya. Optimization of tax burden as a composition of formation of taxable policy of business entrepreneurs in the conditions of crisis [Optimization of the tax burden as part of the formation of the tax policy of the economic operator in times of crisis]. Current problems of the region's economy development: scientific journal. vol. 14, pp. 179–185.

Надійшла (received) 19.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Ткаченко Марина Олексіївна (Ткаченко Марина Алексеевна, Tkachenk Marna Olekseevna) – кандидат економічних наук, м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2605-2653>; e-mail: maryna.tkachenko@khp.edu.ua

П.Г.ПЕРЕРВА, Т.О.КОБЕЛЄВА, А.В.КОСЕНКО, О.П.КОСЕНКО, Н.П.ТКАЧОВА

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ

В статті доведено, що маркетингова логістика - це планування, оперативне управління та контроль фізичних потоків матеріалів і готових продуктів, починаючи з місць виникнення потоків вихідної сировини, комплектуючих деталей і т.п. і закінчуючи доведенням кінцевих продуктів до споживачів, з метою найбільш ефективного задоволення їх запитів. Маркетингова логістика заснована на об'єднанні ідей маркетингу і логістики, в рамках якого вирішуються питання маркетингового ціноутворення та маркетингової політики розподілу. Також тут вирішуються завдання асортиментного завантаження виробництва на основі сформованого маркетинговими службами портфеля замовлень, формуються стратегії ціноутворення та розподілу товарів, визначається технологія оптимального переміщення ресурсів і продуктів, виробляються стандартні вимоги до упаковки, якості продуктів, виявляються центри виникнення втрат часу, нерационального використання матеріальних і трудових ресурсів, обладнання та приміщень. У маркетинговій логістиці істотну роль відіграють сучасні інформаційні технології: комп'ютери, касові термінали; однакова кодування товарів; системи супутникового стеження за транспортуванням; електронний обмін даних і переказ грошей. Витрати на маркетингову логістику складають до 30-40% від собівартості готових продуктів.

Розроблено класифікацію логістичних витрат, яка послужить основою для розробки методик, що дозволяють ідентифікувати, оцінювати, аналізувати, планувати і скорочувати логістичні витрати на вітчизняних підприємствах. Крім того, з'являється можливість більш обгрунтовано підходити до встановлення цін на логістичні послуги та удосконалювати маркетингову політику розподілу продукції підприємства. Досліджено взаємозв'язки маркетингу та логістики, використання яких на практиці дозволяє оптимізувати політику маркетингового розподілу товарної продукції та покращити стратегічні положення маркетингового ціноутворення. Виявлено та класифіковано найбільш істотні відмінності між маркетингом і логістикою.

Ключові слова: маркетинг, логістика, ціноутворення, політика розподілу, підприємництво, ефективність

П.Г.ПЕРЕРВА, Т.О.КОБЕЛЄВА, А.В.КОСЕНКО, О.П.КОСЕНКО, Н.П.ТКАЧОВА

СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ПОЛИТИКА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

В статье доказано, что маркетинговая логистика - это планирование, оперативное управление и контроль физических потоков материалов и готовых продуктов, начиная с мест возникновения потоков исходного сырья, комплектующих деталей и т.п. и заканчивая доведением конечных продуктов к потребителям с целью наиболее эффективного удовлетворения их запросов. Маркетинговая логистика основана на объединении идей маркетинга и логистики, в рамках которого решаются вопросы маркетингового ценообразования и маркетинговой политики распределения. Также здесь решаются задачи ассортиментной загрузки производства на основе сформированного маркетинговыми службами портфеля заказов, формируются стратегии ценообразования и распределения товаров, определяется технология оптимального перемещения ресурсов и продуктов, производятся стандартные требования к упаковке, качеству продуктов, определяются центры возникновения потерь времени, нерационального использования материальных и трудовых ресурсов, оборудования и помещений. В маркетинговой логистике существенную роль играют современные информационные технологии: компьютеры, кассовые терминалы; одинаковая кодирования товаров; системы спутникового слежения за транспортировкой; электронный обмен данными и перевод денег. Расходы на маркетинговую логистику составляют до 30-40% от себестоимости готовых продуктов.

Разработана классификация логистических затрат, которая послужит основой для разработки методик, позволяющих идентифицировать, оценивать, анализировать, планировать и сокращать логистические расходы на отечественных предприятиях. Кроме того, появляется возможность более обоснованно подходить к установлению цен на логистические услуги и совершенствовать маркетинговую политику распределения продукции предприятия. Исследованы взаимосвязи маркетинга и логистики, использование которых на практике позволяет оптимизировать политику маркетингового распределения товарной продукции и улучшить стратегические положения маркетингового ценообразования. Выявлены и классифицированы наиболее существенные различия между маркетингом и логистикой.

Ключевые слова: маркетинг, логистика, ценообразование, политика распределения, предпринимательство, эффективность

P.G.PERERVA, T.O.KOBELIEVA, A.V.KOSENKO, O.P.KOSENKO, N.P.TKACHOVA

LOGISTICS SERVICES MARKETING STRATEGY IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: PRICING AND DISTRIBUTION POLICY

The article proves that marketing logistics is the planning, operational management and control of physical flows of materials and finished products, starting from the places of origin of flows of raw materials, components, etc. and ending with the delivery of final products to consumers, in order to most effectively meet their demands. Marketing logistics is based on combining the ideas of marketing and logistics, which addresses issues of marketing pricing and marketing policy distribution. Also here the tasks of assortment loading of production on the basis of the portfolio of orders formed by marketing services are solved, strategies of pricing and distribution of the goods are formed, technology of optimum movement of resources and products is defined, standard requirements to packing, quality of products are developed, resources, equipment and premises. Modern information technologies play a significant role in marketing logistics: computers, cash terminals; identical coding of goods; satellite tracking systems for transportation; electronic data exchange and money transfer. The cost of marketing logistics is up to 30-40% of the cost of finished products.

A classification of logistics costs has been developed, which will serve as a basis for the development of methods to identify, evaluate, analyze, plan and reduce logistics costs in domestic enterprises. In addition, there is an opportunity to take a more reasonable approach to setting prices for logistics services and improve the marketing policy of distribution of enterprise products. The relationship between marketing and logistics, the use of which in practice allows to optimize the policy of marketing distribution of products and improve the strategic position of marketing pricing. The most significant differences between marketing and logistics are identified and classified.

Keywords: marketing, logistics, pricing, distribution policy, entrepreneurship, efficiency

Вступ. Логістика в Стародавній Греції позначала імператора Лева VI Мудрого (866-912) - мистецтво мистецтво міркування, в Римській імперії - правила постачання армії і управління її переміщеннями [1] . розподілу продовольства, в Візантії за часів В сучасних європейських мовах термін «логістика»

позначає техніку і технологію транспортно-складських робіт. Логістика в сучасному розумінні - це наука про планування, контроль і управління доставкою, складуванням, переміщенням матеріальних потоків в процесі доставки, переробки і доведення готової продукції до споживача. Зміни в економіці і в розумінні логістичної діяльності за останні десятиліття (формування постіндустріальної економіки, інформаційних технологій, гіперконкуренції і глобалізації) поставили завдання переосмислення концепції логістики, маючи на увазі інтегральне розгляд всіх логістичних функцій і операцій, зведення до мінімуму сумарних логістичних витрат, формування логістичних систем, орієнтованих на забезпечення завдань оптимізації та оперативного регулювання постачальницьких, виробничих і збутових функцій в масштабі підприємства (функціональні логістичні системи «точно під час» і ін.).

Сучасне промислове підприємство характеризується наявністю складної організаційної структури, являє собою багатоцільову організацію, діючу в умовах інтенсивної інтеграції до ринку. У цій ситуації маркетинг розглядається як найважливіше необхідна умова забезпечення ефективності функціонування логістичної діяльності підприємства. Маркетинг і логістика є частинами єдиної системи реалізації продукції підприємства. Маркетинг в даній системі вважається фундаментом, так як він дає аналіз ринку споживачів, інформує про кількість необхідної продукції в певному сегменті ринку, а логістика при цьому виступає інструментом стратегії маркетингу, дозволяючи здійснити поставку необхідного товару в потрібне місце в потрібний час, що сприяє отриманню максимального результату з мінімальними витратами. Тому можна з упевненістю стверджувати, що маркетинг і логістика, працюючи в синергії, дають максимальний фінансовий результат для промислового підприємства.

Виходячи з цих положень все більшу важливість та актуальність набувають науково-методичні засади маркетингової логістики, в складі яких пріоритетне значення мають проблеми маркетингового ціноутворення та маркетингової політики розподілу. Детальному вивченню напрямків раціонального ведення бізнес-діяльності промислових на основі взаємодії маркетингу і логістики в цей час приділяється недостатньо уваги, що спонукає дослідників зосередити свою увагу на цьому напрямку.

Метою дослідження є розвиток організаційно-методичних питань маркетингу, пов'язаних з розробкою і застосуванням логістичної стратегії розвитку підприємства. В рамках досягнення мети дослідження були поставлені три основні завдання: сформулювати концептуальні положення маркетингової логістики в частині формування і застосування стратегії підприємства; виокремити особливості маркетингового ціноутворення та маркетингової політики розподілу в сфері формування та надання логістичних послуг.

Аналіз літератури. Проблемам вдосконалення маркетингового забезпечення логістичної діяльності промислових підприємств присвячено ряд робіт вітчизняних і зарубіжних авторів: Трифілової А.А. [2], Николайчук В.Е. [3], Кузнецової Т.В. [4], Семеново А.І. [5], Кравчук А.В. [6], Марчук Л.С. [7, 11], Кобелевої Т.О. [8, 15, 17, 19], Глізници М.Ю. [10], Старостіної А.О. [12], Ткачоча М.М. [13], Коціскі Д. [14, 25], Маслак М.В. [19] та ін.

У плані поставлених завдань дослідження особливу роль набувають питання стратегічного характеру, пов'язані з формуванням та розвитком ринку логістичних послуг. При цьому особливого значення набуває концепція функціонування промислового підприємства в умовах невизначеності ринкового середовища. Суть цієї концепції зводиться до наступного: підприємства визнають неможливість точного передбачення розвитку подій; сама ступінь невизначеності залежить від сегментів середовища функціонування підприємства; в поведінці підприємств упор робиться на короткострокові реакції, а не на вироблення деталізованої довгострокової стратегії; з ростом невизначеності збільшується роль існуючих організаційних механізмів і зворотних зв'язків, що дозволяють підприємствам адаптуватися в умовах, що змінилися; підприємства прагнуть не тільки пасивно пристосовуватися, а й активно впливати на зовнішні умови з метою зниження невизначеності (хоча ці можливості і вельми обмежені).

У зв'язку з цим в маркетинговій логістиці виникла необхідність зміщення акценту з контролю минулого на аналіз майбутнього, що передбачає поєднання загальної і логістичної стратегії підприємства, збільшення швидкості реакції на ринкові події, гнучкості логістичної діяльності, врахування ринкових змін в ціноутворенні, маркетинговій політиці розподілу логістичних послуг та ін.

Результати дослідження. Маркетингова логістика - це планування, оперативне управління та контроль фізичних потоків матеріалів і готових продуктів, починаючи з місць виникнення потоків вихідної сировини, комплектуючих деталей і т.п. і закінчуючи доведенням кінцевих продуктів до споживачів, з метою найбільш ефективного задоволення їх запитів. Маркетингова логістика заснована на об'єднанні ідей маркетингу і логістики. Тут вирішуються завдання асортиментного завантаження виробництва на основі сформованого маркетинговими службами портфеля замовлень, формуються стратегії ціноутворення та розподілу товарів, визначається технологія оптимального переміщення ресурсів і продуктів, виробляються стандартні вимоги до упаковки, якості продуктів, виявляються центри виникнення втрат часу, нераціонального використання матеріальних і трудових ресурсів, обладнання та приміщень. У маркетинговій логістиці істотну роль відіграють сучасні інформаційні технології: комп'ютери, касові термінали; однакова кодування товарів; системи супутникового стеження за транспортуванням; електронний обмін даних і переказ грошей. Витрати на маркетингову логістику складають до 30-40% від

собівартості готових продуктів [https://znavtovar.ru/new2648.html].

Маркетинг в логістиці являє собою систему управління, що дозволяє пристосовувати виробництво до вимог ринку з метою забезпечення вигідного продажу товарів. Маркетинг був затребуваний практикою в зв'язку з труднощами зі збутом товарів історично в більш ранній період, ніж логістика. В середині ХХ ст. орієнтація виробництва на випуск потрібного на ринку товару та застосування маркетингових методів вивчення попиту і впливу на

попит виявилися вирішальним фактором підвищення конкурентоспроможності. Завдання створення систем, що забезпечують наскрізне управління матеріальними потоками, актуальності тоді не мала, по-перше, через відсутність технічних можливостей побудови таких систем в економіці, а по-друге, з огляду на те, що за рахунок застосування нових для того часу маркетингових прийомів можна було різко збільшити обсяги продаж і прибутку. Авторами досліджено взаємозв'язки маркетингу та логістики, що відтворено на рис.1.

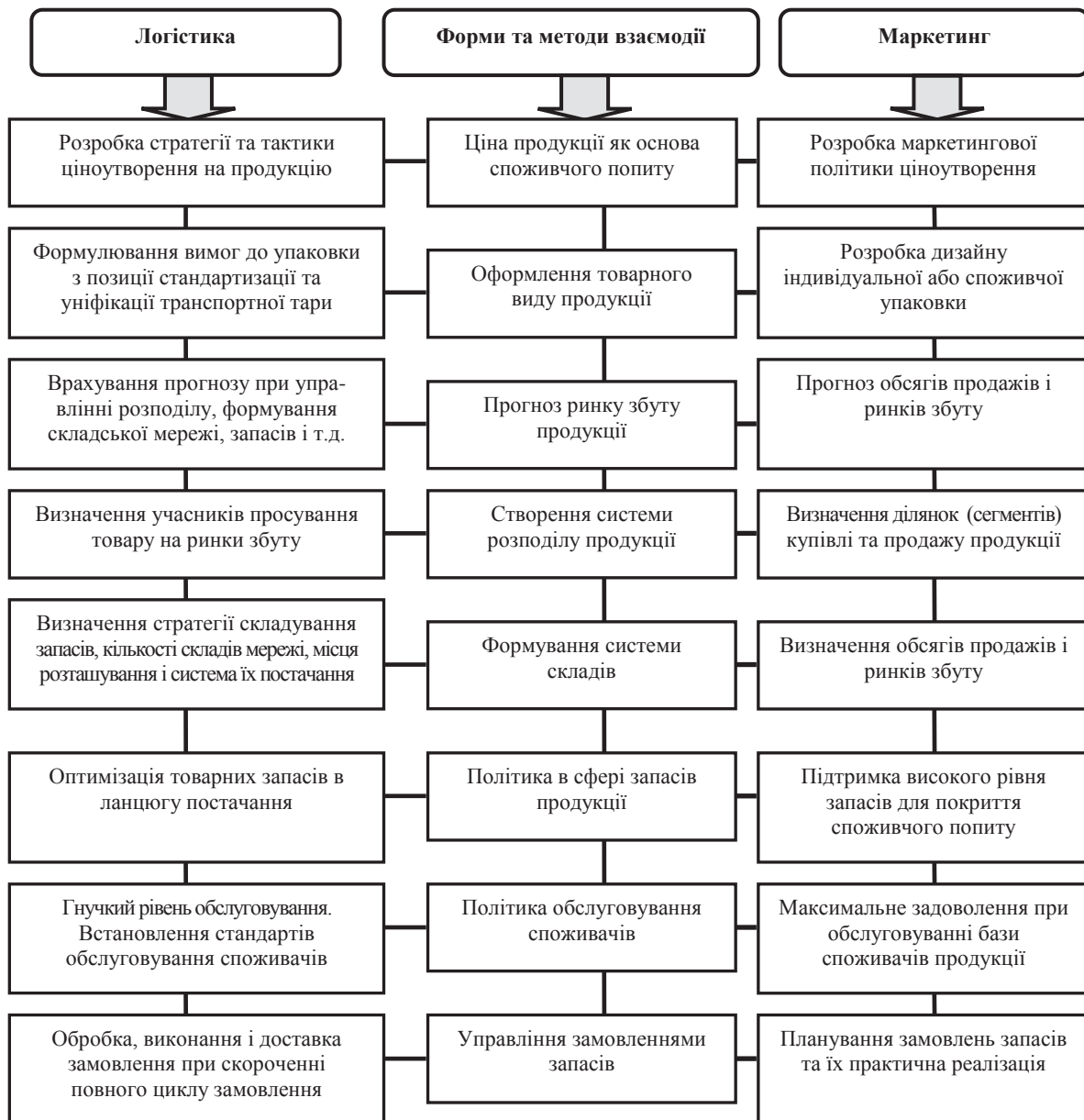


Рисунок 1 – Найбільш характерні сфери взаємодії логістики та маркетингу

Джерело: побудовано авторами з використанням [2]

Не дивлячись на наявність досить великої кількості спільних рис маркетингу та логістики, між ними мають місце і суттєві розбіжності. Зокрема, маркетинг націлений на дослідження ринку, рекламу, психологічний вплив на споживача, в значно більшій мірі впливає на політику розподілу продукції та її

ціноутворення і ін. Логістика ж, в першу чергу, націлена на створення технічно та технологічно пов'язаних систем проведення виробленої продукції та матеріалів для її виготовлення по товаропровідних ланцюгах, а також включає в себе системи контролю

за їх проходженням. Найбільш істотні відмінності між маркетингом і логістикою представлені в табл. 1.

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика об'єкта і предмета досліджень в області маркетингу і логістики

Область порівняння	Маркетинг	Логістика
Об'єкт дослідження	Ринки і кон'юнктура конкретних товарів і послуг.	Матеріальні потоки, що циркулюють на цих ринках. Підприємницька діяльність, як форма поточкових процесів.
Предмет дослідження	Оптимізація ринкової поведінки по реалізації товарів або послуг. Оптимізація процесів управління матеріальними потоками.	Оптимізація поточкових процесів, які відтворюють підприємницьку діяльність підприємства
Методи дослідження	Методи дослідження кон'юнктури ринку, політики розподілу, цінової політики, попиту і пропозиції за конкретними товарами та послугами.	Системний підхід до створення логістичних ланцюгів, а також загальновідомі методи, які застосовують при плануванні та управлінні виробничими та економічними системами в підприємстві.
Підсумкові результати	Рекомендації по вигодам виробничо-збутової стратегії і тактики підприємства: що робити, в якому обсязі, на яких ринках і в які терміни.	Проекти систем, що відповідають цілям логістики: потрібний товар, в необхідній кількості, необхідної якості, в потрібному місці, в потрібний час і з мінімальними витратами. Зниження загальних витрат виробничо-комерційної діяльності. Оптимізація завдань розподілу.
Сфера використання	Рівень підприємства, об'єднання, ТНК.	Рівень підприємства, об'єднання, галузі, народного господарства

Джерело: складено авторами з використанням [5]

В сьогоденні умовах такого роду збільшення тільки на базі застосування маркетингу вже не можливе. виявлений маркетингом попит повинен своєчасно задовольнятися за допомогою швидкої і точної поставки («технологія швидкої відповіді»). Таку швидку відповідь, яка б сприяла появі та збільшенню попиту, можливо надати лише при налагодженій системі логістики. Історично вийшовши на економічну арену в більш пізній період, логістика доповнює і розвиває маркетинг, пов'язуючи споживача, транспорт і постачальника в мобільну, техніко-технологічну та планово-економічну узгоджену систему. Маркетинг відстежує і визначає попит, що виник, тобто відповідає на питання: який

товар потрібен, де, коли, в якій кількості і якої якості. Логістика забезпечує фізичне просування затребуваною товарної маси до споживача. Логістична інтеграція дозволяє здійснити поставку необхідного товару в потрібне місце в потрібний час з мінімальними витратами. Маркетинг ставить завдання системного підходу до організації руху товару, при ефективній організації руху товару кожен з етапів цього процесу повинен плануватися як невід'ємний елемент добре зрівноваженої і логічно побудованої загальної системи. Однак методи техніко-технологічної інтеграції всіх учасників процесу руху товарів є основним предметом вивчення не маркетингу, а логістики.

Таблиця 2 - Інтеграція управлінських функцій з функціями маркетингу та логістики за основними напрямками підприємницької діяльності на підприємстві

Характер функції	Логістика	Маркетинг
Розміщення підприємства, просторові логістичні та маркетингові взаємозв'язки	+	+
Розробка товару, асортиментної структури виробництва, упаковки, розподілу	+	+
Управління виробничими процесами з урахуванням логістичних обмежень	+	
Вибір обладнання та розробка технологічних процесів (інноваційні аспекти)	+	
Планування підприємницької діяльності з урахуванням вимог цільового ринку	+	
Планування транспортно-складської мережі підприємства	+	+
Управління внутрішнім і зовнішнім транспортом (логістичні ланцюги поставок)	+	+
Управління матеріальними запасами з використанням сучасних систем	+	
Управління товарними запасами з урахуванням вимог споживачів	+	+
Матеріально-технічне забезпечення виробництва (логістичні та маркетингові аспекти)	+	
Підготовка продукції до виробничого споживання (допродажна підготовка товару)	+	
Вибір транспортної моделі в системі розподілу (логістична політика розподілу)	+	+
Планування логістичних та маркетингових послуг	+	+
Формування стратегії маркетингового ціноутворення на послуги логістики	+	+
Маркетингова політика розподілу продукції	+	+
Управління системою сервісного обслуговування споживачів	+	+
Диспетчеризація виробництва	+	+
Диспетчеризація постачання (закупівель)	+	
Диспетчеризація збуту	+	+
Проектування виробничих і транспортно-складських потужностей	+	+

Джерело: Складено авторами з використанням [3]

Дані табл.2 дозволяють зробити ряд важливих висновків:

- логістика та маркетинг знаходяться в тісному взаємозв'язку. Більшість логістичних функцій так або інакше пов'язані з маркетинговою діяльністю підприємства;

- успішна маркетингова діяльність прямо впливає на ефективність виконання логістичних послуг в підприємницькій діяльності промислового підприємства;

- важливе значення для ефективної як логістичної, так і маркетингової діяльності підприємства мають стратегія маркетингового ціноутворення та маркетингова політика розподілу.

Розглянемо більш детально положення останнього висновку, пов'язаного з маркетинговим ціноутворенням та політикою розподілу. На наш погляд, в основу стратегії ціноутворення на логістичні послуги повинна лежати концепція управління витратами.

Таблиця 3 – Класифікація логістичних витрат для використання в ціноутворенні

Ознака класифікації	Вид витрат
Економічні елементи	Матеріальні витрати, обумовлені виконанням логістичних процесів
	Витрати на оплату праці працівників, задіяних в логістичних процесах
	Відрахування на соціальні потреби
	Амортизація основних засобів, задіяних в логістичних процесах
	Інші витрати
Основні стадії руху матеріального потоку	Витрати на стадії закупівель
	Витрати на стадії виробництва
	Витрати на стадії розподілу
Центри логістичних витрат	Структурні підрозділи підприємства: відділ матеріально-технічного постачання, відділ продажів, відділ АСУП, автотранспортний ділянку і ін.
Статті калькуляції	Матеріали, використовувані для потреб логістичних процесів
	Паливо та енергія, використовувані для потреб логістичних процесів
	Заробітна плата (з відрахуваннями) працівників, задіяних в логістичних процесах
	Амортизація основних засобів, задіяних в логістичних процесах
	Оплата виробничих і невиробничих послуг (транспортні, ремонтні та ін.)
Зв'язок витрат з обсягом логістичної діяльності	Змінні витрати
	Постійні витрати
Характер віднесення до об'єкту витрат	Прямі
	Непрямі
Періодичність виникнення	Одноразові
	Поточні
Охоплення плануванням	Плановані
	Неплановані
Основні сфери логістики	Витрати, обумовлені рухом матеріального потоку (матеріальних ресурсів, продукції незавершеного виробництва, готової продукції)
	Витрати на запаси
	Витрати на інформаційні процеси

Джерело: сформовано авторами з використанням [4]

Розроблена класифікація логістичних витрат послужить основою для розробки методик, що дозволяють ідентифікувати, оцінювати, аналізувати, планувати і скорочувати логістичні витрати на вітчизняних підприємствах. Крім того, появляється можливість більш обґрунтовано підходити до встановлення цін на логістичні послуги та удосконалювати маркетингову політику розподілу продукції підприємства.

Грунтуючись на вищезгаданих теоретичних дослідженнях, можна говорити про те, що логістичні витрати формуються в результаті функціонування і взаємодії різних каналів: постачання, розподіл, виробничих процесів. Виходячи з цього, в загальному вигляді логістичні витрати підприємства варто розглядати як суму декількох складових: логістичні витрати підприємства, витрати постачальницько-транспортних ланцюгів; витрати виробничо-технологічних та управлінських ланцюгів; витрати транспортно-розподільних або збутових мереж.

Висновки. Ефективне використання виробничого поєднання логістики та маркетингу дозволяє менеджменту промислових підприємств швидко приймати економічно обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення раціональної взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Впровадження в практику роботи промислового підприємства положень маркетингової логістики допомагає оптимізувати систему збутової діяльності за рахунок аналізу оборотності фондів та прискорення процесу продажу, суттєво зменшити обсяги товарно-матеріальних запасів готової продукції та незакінченого виробництва на підставі прогнозу реалізації, підвищити ефективність контролю ринкової кон'юнктури та поточних купівельних переваг, покращити взаємовідносини із постачальниками та споживачами продукції підприємства, зменшити виробничі та операційні витрати.

Важливим є також те, що використання положень маркетингової логістики дозволяє оптимізувати

політику маркетингового розподілу товарної продукції та покращити стратегічні положення маркетингового ціноутворення. Все це в підсумку призводить до підвищення ефективності підприємницької діяльності підприємств в сфері реального сектору економіки.

Список літератури

1. Маркетинговая логистика. URL: <https://znaytovar.ru/new2648.html>
2. Трифилова, А.А., Воронков А.Н. Маркетинговая логистика : учебное пособие // Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т – Н. Новгород: ННГАСУ, 2011. – 83 с.
3. Николайчук, В.Е. Логистика. – СПб.: «Питер», 2002. – 160 с.
4. Кузнецова, Т.В. Методика распределения логистических затрат по видам деятельности // *Вестник ин-та совр. знаний.* — 2008. — № 4(37). — С. 90—94.
5. Семененко А.И., Сергеев В.И. Логистика. Основы теории: Учебник для вузов. – СПб.: Издательство «Союз», 2001. – С. 222.
6. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
7. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
8. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
9. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
10. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Бенчмаркінг як метод оцінювання інтелектуального потенціалу регіонів // *Маркетинг і менеджмент інновацій.* - 2015. - № 4. - С. 11-19.
11. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
13. Перерва П.Г.; Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємництва // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
14. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
15. Pererva P.G., Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.
16. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Х.: НТУ
17. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
18. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
19. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // *Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
20. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
21. Косенко А.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінних, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.
22. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // *НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
23. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
24. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O.Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О. В. Манойленко, Є. М. Строчков. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
25. Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність і задачі / П.Г.Перерва // *Вісник НТУ «ХПІ»*: зб. наук. пр. - Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
26. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

References (transliterated)

1. Marketingovaya logistika [Marketing logistics]. URL: <https://znaytovar.ru/new2648.html>
2. Trifilova, A.A., Voronkov A.N. Marketingovaya logistika [Marketing logistics] // Nizhegorod. gos. arkhitekt.-stroit. un-t – N. Novgorod: NNGASU, 2011. – 83 p.
3. Nikolaychuk V.Y. Logistika. [Logistics]. SPb.: «Piter», 2002. 160 p.
4. Kuznetsova T.V. Metodika raspredeleniya logisticheskikh zatrat po vidam deyatel'nosti [Methodology for the distribution of logistics costs by type of activity] // *Vestnik in-ta sovr. znaniy.* 2008. № 4(37). pp. 90—94.
5. Semenenko A.I., Sergeev V.I. Logistika. Osnovy teorii: Uchebnik dlya vuzov [Logistics. Foundations of the theory: Textbook for universities]. SPb.: Izdatelstvo «Soyuz», 2001. 222 p.
6. Pererva P.G., Kravchuk A.V. Efektivnost yak ekonomichna katehoriya [Efficiency as an economic category] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – S. 137-143.
7. Marchuk L.S. Metodyky rozrakhunku intelektualnoho potentsialu pidpryyemstva [Methods of calculating the intellectual potential of an enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 95-101.
8. Kobyelyeva T.O. Orhanizatsiyna struktura komplayens na promyslovomu pidpryyemstvi [Organizational Structure Compliance at the Industrial Enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 47 (1323). – S. 121-127.
9. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investytsiynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
10. Pererva P.G., Hliznuta M.YU. Benchmarkinh yak metod otsinyuvannya intelektual'noho potentsialu rehioniv [Benchmarking as a method of assessing the intellectual potential of the regions] // *Marketynh i menedzhment innovatsiy.* - 2015. - № 4. - S. 11-19.
11. Pererva P.G., Marchuk L.S. Intelektualnyy potentsial yak ekonomichna katehoriya [Intellectual potential as an economic category] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)* : zb. nauk. pr. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
12. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukrayinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian

practice: under the leadership]. – K.: Znannya, 2009. – 1070 s.

13. Pererva P.G.; Kosenko O.P., Tkachova N.P.; Tkachov M.M. Formuvannya konkurentnoho, intelektualnoho i marketynhovoho potentsialu innovatsiynoho pidpryyemnytstva [Formation of Competitive, Intellectual and Marketing Potential of Innovative Entrepreneurship] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KHPI", 2018. – № 20 (1296). – S. 36-40.
14. Pererva P.G., Kocziszky Gy., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: [tutorial] / P.G.Pererva [et al.]; ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov ; Miskolc : NTU "KhPI", 2019. – 689 p.
15. Pererva P.G., Kobieliya T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring [The formation of an anti-crisis program of industrial enterprises based on innovative monitoring] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KHPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KHPI", 2016. – № 48 (1220). – S.41-44.
16. Pererva P.G. Informatsiyna diyalnist pidpryyemstva: upravlinska, tsinova ta marketynhova skladovi [Information activity of the enterprise: management, price and marketing components] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskyy politekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*. – Kharkiv : NTU „KhPI”. - 2018. - № 37(1313). - S. 27-32 .
17. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv. : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
18. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *V Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). S. 70-74.
19. Pererva P.G., Kosenko A.V., Maslak M.V., Matrosova V.O., Dolyna I.V. Rozvytok orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom industriyi turyzmu ta hostynnosti [Development of organizational and economic mechanism for managing the development of the tourism industry and hospitality] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 48 (1324). – S. 121-127.
20. Pererva P.G. Ekonomiko-orhanizatsiyni zasady innovatsiynoyi ta investytsiynoyi diyalnosti pidpryyemstva [Economic and organizational

- principles of innovative and investment activity of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2017. – № 45 (1266). – S.51-55.
21. Kosenko A.V., Kobyelyeva, T.O., Pererva P.G., Maslak M.V. Systemnyy pidkhdid do doslidzhennya tsinovykh, marketynhovoykh, investytsiynykh ta innovatsiynykh kharakterystyk transferu tekhnolohiy promyslovoyi produktsiyi [System approach to the study of price, marketing, investment and innovation characteristics of technology transfer of industrial products] // *NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]– Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. – № 19 (1295). – S. 121-126.
22. Kobyelyeva T.O., Pererva P.G. Upravlinnya marketynhom innovatsiynoyi produktsiyi na zasadakh zhyttyevoho tsykladu tovaru [Management of marketing of innovative products on the basis of the product life cycle] // *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* – Kharkiv. : NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 26-30.
23. Pererva P.G., Kobyelyeva T.O. Yakist innovatsiynoyi produktsiyi yak skladova marketynhovoyi polityky ta konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Quality of innovative products as a component of marketing policy and competitiveness of the enterprise] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave] – Kharkiv: NTU «KhPI», 2016. – № 28 (1200). – S. 70-74.
24. Kocziszky György, Veres Somosi M., Kobieliya T.O. Reputational Compliance // *Doslidzhennya ta optymizatsiya ekonomichnykh protsesiv "Optimum-2017" : tr. 13-yi Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 6-8 hrudnya 2017 r. / red.: O. V. Manoylenko, YE. M. Strokov* [Research and Optimization of Economic Processes "Optimum-2017": Tr. 13th International science-practice Conf., DRoecember 6-8, 2017 / ed.: O. V. Manoylenko, E. M. Strokov]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – C. 140-143.
25. Pererva P.G. Komplaens-prohramma promyshlennoho predpryyatya: sushchnost y zadachy [Compliance program of an industrial enterprise: essence and tasks] // *Visnyk NTU "KhPI" (ekonomichni nauky) : zb. nauk. pr.* [Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" : Sb. sciences Ave]. – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017.-No. 24(1246). - P. 153-158.
26. Kocziszky György, Szakaly D., Pererva P.G., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

Надійшла до редакції 19.02.2021

Перерва Петро Григорович (Перерва Петр Григорьевич, Pererva Petro Gryhorovych) – доктор економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/00000001-2345-6789>; e-mail: pgpererva@gmail.com

Кобелева Тетяна Олександрівна (Кобелева Татьяна Александровна, Kobieliya Tetiana Oleksandrivna) – доктор економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0001-6618-0380; тел. (097) 468-56-45, e-mail: tanja.kobeleva@gmail.com

Косенко Андрій Васильович (Косенко Андрей Васильевич, Kosenko Andrey Vasilyevich) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; тел.: (050) 281-09-94; e-mail: avakos74@gmail.com

Косенко Олександра Петрівна (Косенко Александра Петровна, Kosenko Oleksandra Petrivna) доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри економіки і маркетингу; тел.: (096) 366-58-67; e-mail: kosenkoalexandra1@gmail.com

Ткачова Надія Петрівна (Ткачева Надежда Петровна, Tkacheva Nadezhda Petrovna) – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри економіки і маркетингу; тел.: (067)122-40-02; e-mail: tkachovanadegda@gmail.com

О.В. ЧЕПІЖКО

ОЦІНКА РИНКОВОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРОСПОДИЛЬНОЇ ТА КОНТРОЛЬНОЇ АПАРАТУРИ

У статті досліджено сучасний стан та тенденції розвитку підприємств з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури, продукція якої має істотний вплив на здійснення модернізації підприємств у всіх галузях економіки, а також забезпечення їх ефективного та конкурентоспроможного функціонування. Важливістю дослідження окремих підгалузей електротехнічної промисловості зумовлено необхідністю визначення перспективних напрямів діяльності та подальшого розвитку цих секторів виробництва електротехнічної продукції. Успішне функціонування підприємств із виробництва електророзподільної та контрольної апаратури безпосередньо пов'язане з динамічним розвитком галузі, що підтверджує аналіз динаміки зміни індексів виробництва продукції машинобудування та електротехнічної галузі. У роботі визначено та проаналізовані основні проблеми та тенденції розвитку підприємств з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури. Наголошено, що особливе значення для розвитку підприємств має проблема низької якості інвестиційного попиту, яка зумовлена станом попиту на вітчизняну електротехнічну продукцію на внутрішньому ринку. У роботі проведено дослідження конкурентного стану підприємств у сегменті ринку «Електророзподільна та контрольна апаратура», визначені основні стратегії підприємств, основні споживчі сегменти, охарактеризовано основні групи підприємств-виробників з особливостями їх виробничої діяльності. Також, у роботі визначені тенденції розвитку виробництва виробів електротехнічної галузі, в цілому, і, зокрема, продукції товарної групи «Електророзподільна та контрольна апаратура» протягом 2014 – 2018 рр. Визначені об'єм та проаналізована динаміка розвитку внутрішнього ринку електротехнічної продукції з виділенням питомої ваги споживання вітчизняної електротехнічної продукції у загальному обсязі споживання продукції електротехнічної галузі протягом періоду дослідження. За результатами дослідження запропоновано низку заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств з виробництва «Електророзподільна та контрольна апаратура» та в цілому виробників електротехнічної галузі.

Ключові слова: електротехнічна галузь; конкурентоспроможність підприємства; електророзподільна та контрольна апаратура; тенденції та проблеми розвитку; інтеграційна взаємодія; стан ринку

Е.В. ЧЕПИЖКО

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЭЛЕКТРОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ И КОНТРОЛЬНОЙ АППАРАТУРЫ

В статье исследовано современное состояние и тенденции развития предприятий по производству электрораспределительной и контрольной аппаратуры, продукция которых оказывает существенное влияние на проведение модернизации предприятий во всех отраслях экономики, а также обеспечение их эффективного и конкурентоспособного функционирования. Важность исследования отдельных подотраслей электротехнической промышленности обусловлено необходимостью определения перспективных направлений деятельности и дальнейшего активного развития этих секторов производства электротехнической продукции. Успешное функционирование предприятий по производству электрораспределительной и контрольной аппаратуры непосредственно связано с динамичным развитием отрасли, что показывают результаты анализа динамики изменения индексов производства продукции машиностроения и электротехнической отрасли. В работе определены и исследованы основные проблемы и тенденции развития предприятий по производству электрораспределительной и контрольной аппаратуры. Отмечено, что особое значение для развития предприятий имеет проблема низкого качества инвестиционного спроса, которая обусловлена состоянием спроса на отечественную электротехническую продукцию на внутреннем рынке. В работе проведено исследование конкурентного состояния предприятий в сегменте рынка «Электрораспределительная и контрольная аппаратура», определены основные стратегии предприятий, основные потребительские сегменты, охарактеризованы основные группы предприятий-производителей по особенностям производственной деятельности. Также, в работе определены тенденции развития по показателям объема производства изделий электротехнической отрасли в целом, и, в частности, продукции товарной группы «Электрораспределительная и контрольная аппаратура» на протяжении 2014 - 2018 гг. Определены объем и динамика развития внутреннего рынка электротехнической продукции с выделением удельного веса потребления отечественной электротехнической продукции в общем объеме потребления продукции электротехнической отрасли в течение периода исследования. По результатам исследования предложено ряд мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятий по производству «Электрораспределительная и контрольная аппаратура» и, в целом, производителей электротехнической отрасли.

Ключевые слова: электротехническая отрасль; конкурентоспособность предприятия; электрораспределительная и контрольная аппаратура; тенденции и проблемы развития; интеграционное взаимодействие; состояние рынка

O. SHEPIZHKO

EVALUATION OF THE MARKET ENVIRONMENT AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES FOR THE PRODUCTION OF ELECTRIC DISTRIBUTION AND CONTROL EQUIPMENT

The article analyzes the state and development of enterprises for the production of electrical distribution and control equipment, the development of which greatly affects the modernization of enterprises and ensuring their effective and competitive functioning in all sectors of the economy. The importance of the study of individual sub-sectors of the electrical industry is due to the need to identify promising areas of activity and further active development of these sectors of the production of electrical products. The successful operation of enterprises for the production of electrical distribution and control equipment is directly related to the dynamic development of the industry, which led to an analysis of the dynamics of changes in the production indices of mechanical engineering and the electrical industry. The research identifies and considers the main problems and development trends of enterprises who deal with the production of electrical distribution and control equipment. It should be noted that the problem of low quality investment demand, which is caused by the state of demand for domestic electrical products in the domestic market, is of particular importance for the development of enterprises. In this research a study was conducted of the competitive state of enterprises in the market segment "Power distribution and control equipment", identified the main strategies of enterprises involved, the main consumer segments, described the main groups of manufacturing enterprises by the characteristics of production activities. Also, the development trends were identified in this research: the volume of production (in comparison with the volumes of export and import) of the products of the electrotechnical sector, in general, and, in particular, the products of the commodity group "Power distribution and control equipment" during 2014 - 2018. The volume and dynamics of development of the domestic market of electrotechnical products with the allocation of the share of domestic consumption of electrotechnical products in the total consumption of products of the electrotechnical industry during the study period are determined. Based on the results of the study, a number of measures have been proposed to increase the competitiveness of the enterprises producing "Power distribution and control equipment" and, in general, manufacturers of the electrical industry.

Keywords: electrical industry; enterprise competitiveness; electrical distribution and control equipment; development trends and problems; integration interaction; market condition

Вступ. Електротехнічна промисловість є структуроутворюючою галуззю машинобудування, стан та розвиток підприємств цієї галузі здійснює великий вплив на забезпечення ефективного функціонування і конкурентоспроможності всіх сфер вітчизняної економіки. Посилення кризових явищ у світовій економіці, посилення конкуренції на зовнішньому та внутрішньому ринку призводить до того, що українські підприємства функціонують в умовах значно більшої невизначеності прогнозів щодо обсягів попиту, збереження та розширення займаної частки ринку, вартості ресурсів, отримання запланованого рівня прибутку та рентабельності.

Отже, необхідність аналізу стану та перспектив розвитку ринку перспективних підгалузей електротехнічної промисловості визначило актуальність вибраного нами дослідження.

Аналіз стану питання. В сучасних умовах трансформації економічних відносин в Україні, що є наслідком зміни орієнтації вітчизняної економіки у напрямку активної інтеграції до європейського економічного простору, особливе значення для переоснащення та модернізації вітчизняної промисловості має виробництво таких комплектуючих виробів як електророзподільна та контрольна апаратура, яка використовується на підприємствах всіх галузей економіки.

Тому дослідження сучасного стану та тенденцій розвитку підприємств з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури у конкурентному середовищі, виявлення проблем здійснення господарської діяльності та визначення перспектив забезпечення їх конкурентоспроможності є актуальним і своєчасним, що дозволить визначити дієві інструменти для їх прогресивного розвитку.

Мета роботи. Метою даної статті є дослідження стану та динаміки розвитку підприємств з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури у ринковому середовищі у співставленні з загальними тенденціями електротехнічної галузі; виявлення тенденцій розвитку та оцінка перспектив розвитку суб'єктів господарської діяльності цього напрямку діяльності.

Аналіз основних досягнень і літератури.

Проблемам стану та перспективам розвитку підприємств машинобудування присвячено велика кількість робіт дослідників і економістів (на які спирається автор), а саме: А. Амоши, О. Бойко, В. Диканя, Л. Довганя, М. Кривоконь, О. Мних, Н. Пігуль, П. Перерви, І. Посохова, Н. Тарасової, І. Швец та ін. Багато уваги приділено А. Амошей [1, с. 4-28], Н. Пігуль [2, с. 444-449] вивченню сучасного стану, проблемам та перспективам розвитку підприємств промисловості та машинобудування України. У роботах В. Диканя [3, с.11-18] та М. Кривоконь [4, с. 182-186] запропоновані сучасні підходи до управління розвитком підприємств машинобудування. Питання забезпечення конкурентоспроможності підприємств в

умовах високоризикового середовища досліджено в публікаціях І. Посохова [5, с. 75-78 ; 6, с.].

Проте у фахових працях недостатньо уваги приділено визначенню тенденцій розвитку електротехнічної промисловості України, лише деякі вітчизняні науковці розглядають дане питання. Так, Б. Данилишин [7, с.243-256], Т. Кобелева, П. Перерва [8, с. 78-82] досліджують стан та перспективи розвитку електротехнічної промисловості України; Т. Лободзинська [9, с.151-160] висвітлює проблеми виробництва інноваційної продукції підприємств електротехнічної галузі. Дослідженню окремих секторів електротехнічної галузі, зокрема, виробництву електророзподільній та комутаційній апаратурі, науковці приділяють ще значно меншу увагу, що пояснюється нестачею офіційних даних щодо аналізу виробництва та просування окремих товарних груп та виробів. Однак, дослідження окремих підгалузей у електротехнічної промисловості потребує особливої уваги та аналізу щодо виділення перспективних секторів виробництва різних товарних груп електротехнічної продукції.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Виробництво продукції «Електророзподільна та контрольна апаратура» належить до електротехнічної галузі машинобудування та за даними Державної служби статистики України на початок 2019 року представлено 379 підприємствами [10].

Номенклатура товарної групи «Електророзподільна та контрольна апаратура» представлена на ринку такою продукцією, як високовольтна та низьковольтна електрична апаратура для комутації або захисту електричних схем, панелі комутаційні та інші комплекти електричної апаратури для комутації або захисту (запобіжники, вимикачі, роз'єднувачі та переривники, обмежувачі напруги, реле, контактори та інше). Підприємства виробляють та реалізують продукцію не тільки окремими номенклатурними одиницями, а також (переважно), комплектними пристроями для прийому та розподілення електроенергії, управління та захисту від перенавантажень (щити, вхідні пристрої, пульти, щитки та інші розподільчі пристрої сучасних конструкцій).⁷

Продукція товарної групи «Апаратура електророзподільна та контрольна» затребувана практично у всіх сферах народного господарства: електроенергетика, машинобудування, транспорт, сільське господарство, комунальне - житлове господарство, об'єкти інфраструктури та будівництва.

Успішне функціонування підприємств безпосереднє пов'язане з динамічним розвитком галузі, до якої вони належать. Дослідження динаміки зміни індексів виробництва продукції машинобудування і електротехнічної галузі протягом 2014 - 2019 рр. (табл. 1) показує, в цілому, подібність загальних тенденцій розвитку - скорочення виробництва зі середньорічним темпом скорочення - 2,18% та -4,51%, відповідно.

Таблиця 1 - Динаміка зміни індексів виробництва продукції машинобудування, електротехнічної галузі та виробництва електророзподільної та контрольної апаратури за 2014 - 2019 роки, % [10]

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Серед.-річн. темп зрос./ скор. відн. 2014 р.
Машинобудування (26-30)	79,4	85,9	102,0	107,9	100,4	94,4	-2,18
Виробництво електротехн. виробів (27)	100,9	89,8	100,9	97,6	82,2	80,1	-4,51
Виробництво електророзп. та контр. апар. (27.12)	120,9	101,6	100	105,1	109,2	74,5	-2,77

Так, у кризисних 2014-2015 роках у всіх галузях машинобудування було відмічено падіння виробництва: машинобудування – до 79,4% у 2014 р. і до 85,9 у 2015 р, у співставленні з 2013р. і 2014р., відповідно; електротехнічна галузь – 100,9% у 2014 р. і до 89,8 у 2015 р, у співставленні з 2013р. і 2014р., відповідно. Подальше незначне зростання індексів виробництва у машинобудуванні (до 102,0% у 2016 і до 107,9% у 2017, у співставленні з 2015р. і 2015р., відповідно) відображає розпочату підприємствами диверсифікацію ринків збуту. Однак, протягом 2017-2019 рр. динаміка зміни індексів виробництва продукції електротехнічної галузі відображає стабільну тенденцію скорочення виробництва – до 97,6% у 2017 р., до 82,2% у 2018 р. та до 80,1% у 2019 р., у співставленні з 2016р., 2017р. і 2018 р., відповідно.

Дослідження у період 2014 - 2018 рр. динаміки зміни індексів виробництва електророзподільної та контрольної апаратури (табл. 1, рис. 1), дозволяє прослідкувати стабільну тенденцію зростання та збереження обсягів виробництва цієї товарної групи відносно нестабільного розвитку інших сегментів електротехнічної галузі та машинобудування, що дозволяє відмітити значний потенціал розвитку підприємств цього виду діяльності.

Подальше загальне падіння промислового виробництва у 2019 році мало відображення у скороченні виробництва у машинобудуванні до 94,4% (що є найгірше значення після кризисних 2014-15 рр.), у електротехнічній галузі до 80,1%, і також у виробництві електророзподільної та контрольної апаратури до 74,5%, відносно 2018 року, що пояснюється рядом зовнішніх та внутрішніх факторів, таких як: падіння зовнішнього попиту на продукцію металургії: внутрішні логістичні проблеми; ревальвація національної валюти у 15% протягом року, що привело до дефляції цін виробників та зростанню питомої ваги імпортних комплектуючих у кінцевої продукції вітчизняних виробників.

Ключові проблеми здійснення господарської діяльності підприємств з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури, як і

всієї, електротехнічної галузі пов'язані з непослідовною політикою реформування економіки України, тривалої системної кризи, що обумовлює труднощі щодо залучення інвестицій у необхідному розмірі для модернізації виробництва (вкрай низький технічний рівень виробництва) та здійснення активної інноваційної діяльності підприємств [11].

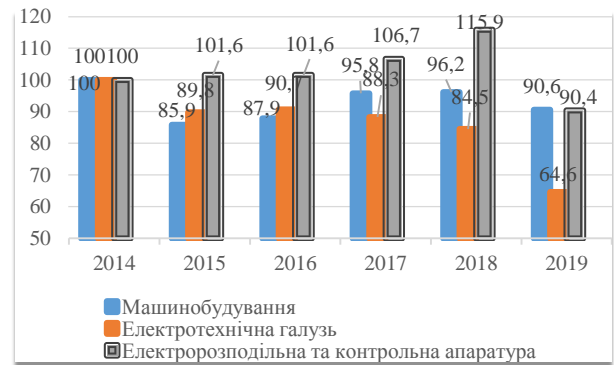


Рис. 1 Співставлення зміни індексів виробництва у період 2014-2019 рр. (2014 р. за 100%)(розраховане автором за даними [10])

Відмітимо, що проблема низької якості інвестиційного попиту, також обумовлена станом попиту на вітчизняну електротехнічну продукцію на внутрішньому ринку.

Дослідження конкурентного стану у сегменті ринку «Електророзподільна та контрольна апаратура» показало, що у 2019 році 15 найбільш великих виробників займали 41,96% (2972,51 млн. грн.) від загального обсягу вітчизняного виробництва продукції означеного ринку (7084,16 млн. грн.) та 17,24% від обсягу всього ринку електротехнічних виробів (46601,35 млн. грн.) (табл. 2) [10,12]. Це відображає досить активну конкуренцію на означеному ринку, не зважаючи на існуючі проблеми та високу ступінь невизначеності у розвитку підприємств з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури, які є загальними як для всієї електротехнічної галузі, так й всього вітчизняного машинобудування.

В сучасних умовах, для досягнення успіху у конкурентній боротьбі, все більш велике значення мають не ресурси, а вдало обрана та реалізована стратегія підприємства. Так, великі та середні вітчизняні підприємства з виробництва електророзподільної та контрольної апаратури переважно використовують стратегію диференціації та пропонують асортимент продукції у широкому діапазоні класів напруги 0,4-220 кВ (низко-, середньо- та високовольтної).

Значно менш, підприємства використовують більш вузьку спеціалізацію на виробництві тільки низьковольтної (0,4кВ) апаратури (ТОВ "Екстрім ЛТД" м. Київ, ТОВ "Виробниче підприємство "Дебора-Електро" м. Дніпро, та інші) чи високовольтної (750 - 1500 кВ) апаратури (Завод високовольтного обладнання, м. Запоріжжя) та окремих товарних підгрупах. Також відмітимо, що вітчизняна

Таблиця 2 -Найбільші вітчизняні компанії – виробники електророзподільної та контрольної апаратури у 2019 році

n/n	Назва	Частка підпр. на електр. ринку, %	Частка підпр. на субринку (27.12), %	Обсяг реаліз., млн. грн.
1	ТОВ "Високовольтний союз - РЗВА", м. Київ	2,74	6,58	400,0 - 450,0
2	ТОВ "Дніпропетровський дослідний завод "ЕНЕРГОАВТОМАТИКА", м. Дніпро	1,91	4,59	300,0 - 350,0
3	ТОВ "Виробниче підприємство "Електросервіс", м. Київ	1,4	3,36	200,0 - 250,0
4	ТОВ "РАДІОНІКС", м. Київ	1,33	3,19	200,0 - 550,0
5.	ТОВ "ВП "ДЕБОРА-ЕЛЕКТРО", м. м. Дніпро	1,15	2,76	150,0 - 200,0
6.	ТОВ "АВМ АМПЕР", м. Запоріжжя	0,90	2,7	150,0 - 200,0
7	ТОВ ФІРМА "ДНІПРО-КОНТРАКТ", м. Дніпро	1,09	2,63	150,0 - 200,0
8	ТОВ "ЕКСТРІМ ЛТД", м. Київ	1,01	2,43	150,0 - 200,0
9	ПРаТ "ЗАВОД ЕЛОКС", м. Харків	0,93	2,23	100,0 - 150,0
10	ПРаТ "ПЛУТОН", м. Запоріжжя	0,9	2,16	100,0 - 150,0
11	ТОВ завод низьковольтної апаратури "ЛІДЕР ЕЛЕКТРИК", м. Запоріжжя	0,89	2,15	100,0 - 150,0
12	ТОВ "РЗА СИСТЕМЗ", м. Київ	0,85	2,05	100,0 - 150,0
13.	ТОВ "ЕЛЕКТРОМЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД "ЕТАЛ", м. Харків	0,72	1,73	100,0 - 150,0
14	ТОВ "Підприємство "ТАВРИДА ЕЛЕКТРИК УКРАЇНА", м. Запоріжжя	0,72	1,73	100,0 - 150,0
15.	ТОВ НВП "ВІТАЛ", м. Київ	0,70	1,67	100,0 - 150,0
	Всього	17,24	41,96	2972,51

Складено та розраховане автором за даними [10,12].

електротехнічна галузь як й усе світове електротехнічне виробництво має структуру горизонтальної функціональної інтеграції, тобто на підприємства цієї галузі великий вплив здійснюють, одночасно, як партнери – постачальники сировини, допоміжного обладнання, так й підприємства - споживачі, що й визначає стратегію розвитку підприємств.

Електротехнічні підприємства, переважно, орієнтуються на такі великі споживчі сегменти ринку, як «Промисловість», «Металургія», «Важка (транспортна) інфраструктура», «Енергетика», «Будівництво» (ТОВ "Високовольтний союз - РЗВА" м. Київ, ТОВ "Електросервіс" м. Луцьк, ПРаТ "Плутон" м. Запоріжжя, ПРаТ "Електроград" м. Київ та інші). Також, з іншого боку, велика кількість підприємств спеціалізується на більш вузьких, зі значно меншою конкуренцією, але перспективних сегментах ринку (наприклад, компанія «Радіонікс» – виробляє контрольну апаратуру щодо радіолокаційних систем керування, які необхідні при управлінні повітряного руху).

У даний час, підприємства - виробники електророзподільної та контрольної апаратури, як й, в цілому, всіх виробників електротехнічної галузі, можна розділити на 3 групи: представники – ліцензіати, які виробляють продукцію за ліцензією зарубіжного виробника, його технологією та імпортними компонентами; виробники продукції у своєму конструктиві; споживачі покупних оболонок, у які встановлюється вітчизняна та імпортна комутаційна апаратура.

Відмітимо, що протягом вже довгого періоду часу у вітчизняній електротехнічній галузі існує тенденція

зростання кількості підприємств, які не виробляють, а тільки купують оболонки та встановлюють в неї імпортну комутаційну апаратуру. Фактично підприємства машинобудування перетворюються у виробництва зі зборки з декількома одиницями обладнання для фінішних операцій та стендами для випробувань. Подібна тенденція пояснюється скрутним матеріальним становищем як більшості підприємств машинобудування [11], так й підприємств-виробників електротехнічній галузі та виробників електророзподільної та контрольної апаратури, що змушує вітчизняні підприємства скорочувати рівень технологічної глибини своєї продукції.

Також відмітимо, що більша кількість підприємств виробників продукції у своєму конструктиві, мають у своєму виробничому портфелі таку продукцію як низьковольтні розподільчі комплектні пристрої (НКП), при виробництві яких й використовується більша кількість електророзподільної та контрольної апаратури.

НКП та інша складна електротехнічна продукція підприємств, у більшій мірі орієнтовані на промислові сегменти ринку, які характеризуються високими вимогами до якості та надійності устаткування, а також достатньо довгим терміном поставки, що потребує від підприємств застосування проектного підходу, тобто здійснювати детальну розробку характеристик НКП перед виготовленням та використанням необхідних, переважно імпортних, компонентів. Це пояснюється високим інноваційно-технологічним рівнем продукції зарубіжних виробників, який вітчизняні виробники не в змозі

забезпечити в силу застарілого обладнання та суттєвого технологічного відставання виробництва.

Відмітимо, що за думкою експертів, у даній час вирішальне значення у розвитку підприємств електротехнічної галузі має саме доступ до мирового ринку компонентів, автоматизація технологічних процесів та енергоефективність, використання таких ключових технологій як: сенсорні розробки, штучний інтелект, розширення використання робототехніки, вдосконалення технологій зберігання енергії, 3D-Принтинг і ряд інших. У всьому світі ці технології активно використовуються та швидко розвиваються, що обумовлює інтеграцію, як єдиний шлях розвитку

Дослідження динаміки розвитку попиту на ринку електротехнічних виробів та його субринку «Електророзподільна та контрольна апаратура», протягом 2015 - 2019 рр. показує наявність схожих тенденцій розвитку (з урахуванням деяких відмінностей) у господарській діяльності підприємств даної галузі (табл. 3). Однак, з урахуванням

Також відмітимо що, з урахування значення індексів промислової продукції за товарними групами електротехнічної галузі (таблиця 2) за період 2015 - 2019 рр., динаміка зміни обсягу виробництва електророзподільної та контрольної апаратури відображає в цілому, як тенденції розвитку галузі, так й дійсне зростання обсягу виробництва у кількісному вираженні за період 2017-2019 рр. (переважно по більшому переліку товарних позицій). Таким чином, досліджені вище тенденції зміни загальних обсягів виробництва та експорту продукції електротехнічної галузі та її складової – продукції «Електророзподільна та контрольна апаратура» є подібними, що дозволяє вважати також подібними тенденції зміни обсягів імпорту електротехнічної галузі та інші (розглянуті нижче) характеристики електротехнічного ринку та субринку «Електророзподільна та контрольна апаратура».

Дослідження динаміки розвитку обсягу внутрішнього ринку електротехнічної продукції

Таблиця 3 - Динаміка зміни розвитку попиту на ринку електротехнічних виробів, 2015-2019 рр.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019	Відхилен. значення 2019 р. відносно. 2015 р., %
Обсяг вироб., млн. грн..	22732,15	26139,69	30600,35	37657,17	46601,35	+105,0
Вироб. продукції: - у млн. дол.;	1912,41	1196,62	1197,60	1415,86	1713,25	-10,41
- % до 2015 року.	100,0	62,57	62,62	74,0	89,59	
Обсяг експорту, млн. грн.	7935,60	9251,60	8840,40	11061,80	13978,50	+76,15
% до попереднього року	86,60	116,58	95,56	125,13	126,37	—
% до виробництва	34,91	35,39	28,89	29,38	30,00	-14,06
Обсяг експорту: - у млн. дол.;	667,61	423,52	345,99	415,91	513,91	-23,02
- % до 2015 року.	100,0	63,44	51,83	62,30	76,98	
Імпорт, млн. \$ США	3806,59	2695,17	3203,23	4125,30	5441,00	+42,94
% до попереднього року	75,50	70,80	118,90	128,79	131,89	—
Сальдо	-3138,98	-2271,65	-2857,24	-3709,39	-4927,09	-56,96
Обсяг внутр. спожив.: - у млн. дол.;	5051,40	3468,27	4054,84	5125,25	6640,35	+31,46
- % до 2014 року.	100,0	68,66	80,27	101,46	131,46	
Доля спожив. вітч. прод. електротехнічної галузі у внутр.. споживанні, %	24,64	22,29	21,00	19,51	18,06	-26,7

Розраховане автором за даними [10,13].

девальвації гривні та значення індексів промислової продукції (таблиця 1) за період 2015 - 2019 рр., відмітимо, що зростання обсягу виробництва електротехнічної галузі у грошовому вираженні (грн.) відображає переважно зростання цін виробників.

дозволяє відмітити що за період дослідження обсяг споживання продукції на вітчизняному електротехнічному ринку збільшився до 6440,35 млн. дол. (на 31,46%) у 2019 р., відносно 5051,40 млн. дол. у 2015 р. (рис. 2).

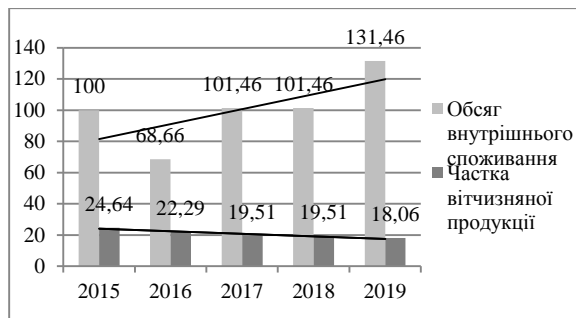


Рис. 2 Динаміка зміни частки вітчизняної електротехнічної продукції протягом 2015-2019 у обсягу внутрішнього споживання електротехнічного ринку (2015 р. за 100%), %

Великий вплив на розвиток споживання на внутрішньому електротехнічному ринку здійснило зростання вітчизняного будівельного ринку у 2017-2018 рр., оскільки цей ринок є первинним для таких сегментів ринку як: низьковольтного і розподільчого обладнання, кабельно-провідникової продукції, освітлювального обладнання.

У той же час зростання обсягу споживання на внутрішньому електротехнічному ринку супроводжується суттєвим зниженням внутрішнього попиту на вітчизняну продукцію електротехнічної галузі з одночасним зростанням попиту на імпортовані електротехнічні вироби. Так, у 2018 році частка споживання вітчизняної електротехнічної продукції склала 18,06% (скорочення на 26,7%) від загального обсягу споживання електротехнічної продукції машинобудування на внутрішньому ринку, відносно 24,64% у 2015 році.

Таким чином, у процесі дослідження виявлено, що розвиток електротехнічного ринку та його субринку «Електророзподільна та контрольна апаратура», в цілому, відображає скрутне становище у вітчизняному машинобудуванні. Основними тенденціями розвитку підприємств електротехнічного вітчизняного ринку та, зокрема, ринку електророзподільного та контрольного обладнання є наступне:

1. Вирішальне значення у сучасному розвитку підприємств електротехнічної галузі у всьому світі та, зокрема, в Україні є саме доступ до мирового ринку компонентів, нарощування темпів впровадження цифрових технологій та розвиток альтернативної енергетики, автоматизація технологічних процесів та енергоефективність.

2. Прискорення технологічного відставання вітчизняних підприємств від конкурентів світового рівня та невідповідність продукції вимогам світового ринку, яке обумовлене недостатнім інвестуванням господарської діяльності підприємств та неможливістю впровадження технологічних інновацій і переходу на новий інноваційний рівень.

3. Посилення конкуренції на внутрішньому ринку та активне засвоєння його іноземними компаніями: відкриття філіалів, створення виробничо-торгівельних підприємств, надання сервісних послуг та стимулювання застосування імпортованих технологій.

4. Зростання внутрішнього ринку електротехнічних виробів зі стабільним зменшенням попиту на продукцію вітчизняних підприємств та зростанням попиту на імпортовану продукцію.

5. Нестабільний стан економіки обумовлює зниження технологічної глибини у виробничій діяльності вітчизняних підприємств та збільшення кількості підприємств зі збірки та випробувань електротехнічних виробів (переважно збірка електричних щитів та виготовлення кабелів). При тому що, функцію виробництва комплектуючих виробів виконують підприємства постачальники (переважно іноземні), що обумовлює зниження обсягу впровадження інновацій вітчизняними виробниками.

6. Зростання проблеми управлінського відставання та нестачі (відтік) кваліфікованих кадрів, що погіршує можливість підприємств галузі виробляти та реалізовувати високотехнологічну та технічно складну електротехнічну продукцію, здійснює суттєвий негативний вплив щодо зниження рівня конкурентоспроможності підприємств.

Відмітимо також, що наведені процеси відбуваються на фоні трансформації загальних умов господарської діяльності підприємств, при зростаючій невизначеності у соціальній, економічній та технологічній сферах суспільства, що здійснює великий вплив на господарську діяльність підприємств, на методи і засоби конкурентної боротьби.

Висновки. З урахуванням ринкового потенціалу і можливостей підприємств електротехнічної галузі та підприємств - виробників товарної групи «Електророзподільна та контрольна апаратура» щодо підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому товарних ринках, при послідовній і системній державній політиці розвитку та модернізації промисловості та підтримки національних товаровиробників, можна запропонувати ряд заходів:

1. Проведення техніко-економічного аудиту підприємств з подальшою технологічною модернізацією існуючих потужностей (за підтримки державної інвестиційної політики створення фундаменту модернізації промисловості);

2. Активне впровадження на вітчизняних підприємствах міжнародних стандартів якості (ISO 9001-ISO 9006) з обов'язковою оцінкою відповідності вимогам технічних регламентів.

3. Для ефективного функціонування підприємств електротехнічної галузі та зокрема електророзподільній та контрольній апаратури у конкурентному середовищі необхідно трансформувати його у конкурентне-кооперативне середовище, тобто активно використовувати інтеграційну взаємодію з іншими вітчизняними та іноземними підприємствами, яка є ефективною формою організації та управління бізнес-процесів на підприємствах. Це обумовлене необхідністю протидії іншим сильним іноземним інтегрованим структурам та виробництва конкурентної продукції у конкурентний термін часу.

4. Для досягнення та підтримки високого рівня конкурентоспроможності підприємствам особливо необхідно формувати та підтримувати такі конкурентні переваги нетехнічного характеру як: ефективна системи управління конкурентоспроможністю; бренд; розробка різних сценаріїв експлуатації обладнання з урахуванням запитів і специфіки замовників проектів; повний комплекс сервісних послуг та післягарантійне обслуговування; регулярне підвищення рівня кваліфікації робітників підприємства з урахуванням вимог ринку.

Список літератури

1. Амоша А.И. Неоиндустриализация и новая промышленная политика Украины / А. И. Амоша, В. П. Вишневыский, Л. А. Збарзская // *Економіка промисловості*. – 2012. – № 1 – 2 (57 – 58). – С. 3 – 36. – Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/41254/st_57_01.pdf.
2. Пігуль Н.Г., Пігуль Є.І. Сучасний стан та перспективи розвитку машинобудівного комплексу України. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15 С. 444-449.
3. Дикань В.Л. Комплексний підхід до управління стійким розвитком підприємств машинобудування / В.Л. Дикань // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. № 49. С. 11–18.
4. Кривоконь М.О. Машинобудування України: стан, динаміка та перспективи розвитку з використанням ефективних концепцій антикризового управління / М.О. Кривоконь // *Інтелект XXI*. 2016. № 5. С. 182–186.
5. Оптимізація управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах високоризикового середовища / І. М. Посохов [та ін.] // *Стратегія інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEС 2017) : зб. пр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 16-20 травня 2017 р.* – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – С. 75-78.
6. Посохов І. М. *Теоретичні та практичні аспекти управління ризиками корпорацій : монографія* / І. М. Посохов. – Харків : ПВПП "СЛОВО", 2014. – 499 с.
7. Данилишин Б.М. *Економіка України: криза розвитку та перспективи модернізації*. Київ, 2010. 414 с.
8. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. *Дослідження ринку підприємств електротехнічної промисловості 2017*
9. Лободзинська Т. П. Стан і проблеми виробництва інноваційної продукції підприємств електротехнічної галузі / Т. П. Лободзинська // *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. – 2013 – № 10 – С. 151-160. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/evntukpi_2013_10_27.pdf
10. *Державна служба статистики України [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
11. Modern condition and efficiency of the activities of engineering enterprises of Ukraine. Monograph. Posokhov I.M., Chepizhko E.V.
12. Офіційний сайт аналітичної компанії «YouControl»: <https://youcontrol.com.ua/>
1. Amosha A.I. Neoindustrializatsiya i novaya promyshlennaya politika Ukrainy [Neo-industrialization and the new industrial policy of Ukraine] / A. I. Amosha, V. P. Vishnevskiy, L. A. Zbarazskaya // *Економіка промисловості* [Industrial economics]. – 2012. – no 1-2 (57 - 58). – pp. 3-36. – Rezhim dostupa: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/41254/st_57_01.pdf.
2. Pihul' N.H., Pihul' YE.I. Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku mashynobudivnoho kompleksu Ukrayiny [Current state and prospects of development of the machine-building complex of Ukraine]. *Економіка і суспільство* [Economy and society]. 2018. no 15 pp. 444-449.
3. Dykan' V.L. Kompleksnyy pidkhid do upravlinnya stiykym rozvytkom pidpryyemstv mashynobuduvannya [An integrated approach to the management of sustainable development of mechanical engineering enterprises] *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti* [Bulletin of Transport Economics and Industry]. 2015. no 49. pp. 11–18.
4. Kryvokon' M.O. Mashynobuduvannya Ukrayiny: stan, dynamika ta perspektyvy rozvytku z vykorystanniam efektyvnykh kontseptsiy antykrizovoho upravlinnya [Mechanical engineering of Ukraine: state, dynamics and prospects of development with the use of effective concepts of crisis management] // *Інтелект XXI* [Intelligence XXI]. 2016. no 5. pp. 182–186.
5. Optymizatsiya upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstva v umovakh vysokoryzykovoho seredovyscha [Optimization of enterprise competitiveness management in a high-risk environment] / I. M. Posokhov [ta in.] // *Stratehiya innovatsiynoho rozvytku ekonomiky: biznes, nauka, osvita (SIDEС 2017) : zb. pr. 8-yi Mizhnar. nauk.-prakt. conf., 16-20 travnya 2017r.* [Strategy of innovative development of economy: business, science, education (SIDEС 2017): coll. 8th International Ave. scientific-practical Conf., May 16-20, 2017] – Kharkiv : NTU "KHPI", 2017. – pp. 75-78.
6. Posokhov I. M. *Teoretychni ta praktychni aspekty upravlinnya ryzykamy korporatsiy : monohrafiya* [Theoretical and practical aspects of corporation risk management: a monograph]. – Kharkiv : PVPP "SLOVO", 2014. – 499 p.
7. Danylyshyn B.M. *Економіка України: kryza rozvytku ta perspektyvy modernizatsiyi* [Economy of Ukraine: development crisis and prospects of modernization]. Kiev, 2010. 414 p.
8. Kobleva T.O., Pererva P.H. *Doslidzhennya rynku pidpryyemstv elektrotekhnichnoyi promyslovosti 2017* [Market research of enterprises of the electrical industry 2017]
9. Lobodzyn'ska T. P. Stan i problemy vyrobnytstva innovatsiyanoi produktiyi pidpryyemstv elektrotekhnichnoyi haluzi [The state and problems of production of innovative products of enterprises of the electrical industry] *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»* [Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"]. – 2013 – no 10 – pp. 151-160. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/evntukpi_2013_10_27.pdf
10. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs]* [State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
11. Modern condition and efficiency of the activities of engineering enterprises of Ukraine. Monograph. Posokhov I.M., Chepizhko E.V.
12. Ofitsiyyny sayt analitychnoyi kompaniyi «YouControl»: <https://youcontrol.com.ua/>

References (transliterated)

Надійшла (received) 19.02.2021

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Чепижко Олена Володимирівна (Чепижко Елена Владимировна, Chepizhko Olena Volodymyrivna) – інженер-програміст 1 категорії ННІ МІТ, НТУ «ХПІ»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2538-9959>; e-mail: chepizko.elena@gmail.com

ЗМІСТ

Владислав Бабенко, Світлана Клепікова АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПАТ «КОМПЛЕКСНИЙ БЕЗЛЮДІВСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»	3
Олена Кітченко, Ірина Коваль ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	8
Світлана Сударкіна ЛОКАЛІЗАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ФАКТОР ВІДРОДЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ	13
Ольга Синіговець, Ганна Коншина ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ І ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	18
Наталія Єршова, Олена Линник ІНФОРМАЦІЙНО-ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ БІЗНЕС-СТРУКТУР ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ІНДУСТРІЇ 4.0	25
Ірина Новік, Марина Курочкіна, Андреа Елізабет Передрій, Наталія Дьякова СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	32
Марина Кармінська-Бєлоброва, Наталія Шматько РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ, ЯК АСПЕКТ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	36
Наталія Волоснікова ДОСЛІДЖЕННЯ СТІЙКОСТІ ЗАГАЛЬНОЇ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УБЕЗПЕЧЕННЯ	41
Тетяна Коляда, Микола Горбунов, Олена Лінькова УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ РЕСУРСАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	48
Петро Перерва, Ольга Маслак, Тетяна Кобєлева, Володимир Кучинський, Сергій Ілляшенко ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	53
Оксана Ходирєва КОНТРОЛІНГ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КАТЕГОРІЇ	59
Леся Марчук МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ СТОСОВНО ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	65
Тетяна Гусаковська, Леся Рибалко-Рак УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ОЦІНЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	69

Ірина Шуба, Олена Чайкова, Ольга Сидоренко, Ірина Тарасенко ОСОБЛИВОСТІ ІНЖИНІРИНГУ ЯК ВИДУ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ СТВОРЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	73
Станіслав Назаренко, Петро Перерва ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	78
Марина Ткаченко ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	87
Петро Перерва, Тетяна Кобєлева, Андрій Косенко, Олександра Косенко, Надія Ткачова СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ	91
Олена Чепіжко ОЦІНКА РИНКОВОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРОСПОДІЛЬНОЇ ТА КОНТРОЛЬНОЇ АПАРАТУРИ	98

CONTENT

<i>Vladyslav Babenko, Svitlana Klepikova</i>	
ANALYSIS AND EVALUATION OF RECEIVABLES PJSC "COMPLEX BEZLYUDOVSKY MEAT-PACKING PLANT"	3
<i>Olena Kitchenko, Iryna Koval</i>	
INTERNET MARKETING AS A MODERN TOOL OF MARKETING COMMUNICATION POLICY OF THE ENTERPRISE	8
<i>Svitlana Sudarkina</i>	
LOCALIZATION OF INDDUSTRIAL PRODUCTION AS A FACTOR OF INDASTRY REVIVAL OF UKRAINE	13
<i>Olga Sunigovets, Hanna Konshyna</i>	
FRANCHISING AS AN EFFECTIVE MODEL OF DOING INTERNATIONAL BUSINESS AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE	18
<i>Natalia Iershova, Olena Lynnyk</i>	
INFORMATION AND ACCOUNTING SUPPORT FOR INVESTMENT ANALYSIS OF BUSINESSFOR MANAGEMENT DECISION MAKING IN INDUSTRY 4.0.....	25
<i>Iryna Novik, Maryna Kurochkina, Andrea Elizabeth Peredrii, Nataliya Dyakova</i>	
ESSENCE OF THE INNOVATION ECOSYSTEM IN MODERN CONDITIONS	32
<i>Maryna Karminska-Bielobrova, Nataliia Shmatko</i>	
RISK-MANAGEMENT AS AN ASPECT OF OPERATIONAL MANAGEMENT	36
<i>Nataliia Volosnikova</i>	
RESEARCH OF SUSTAINABILITY OF THE GENERAL CORPORATE SECURITY SYSTEM .	41
<i>Tetiana Koliada, Mykola Horbunov, Olena Linkova</i>	
MANAGEMENT OF TECHNOLOGICAL RESOURCES AS AN ELEMENT OF ENTERPRISE DEVELOPMENT	48
<i>Petro Pererva, Olga Maslak, Tetiana Kobielieva, Vladimir Kuchynskyi, Sergii Illiashenko</i>	
EFFICIENCY OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE	53
<i>Oksana Khodyrieva</i>	
CONTROLLING: ECONOMIC ESSENCE AND CATEGORIES	59
<i>Lesia Marchuk</i>	
METHODOLOGICAL RECOMMENDATIONS REGARDING THE ORGANIZATION OF THE INTELLECTUAL POTENTIAL MANAGEMENT SYSTEM OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE	65
<i>Tetiana Husakovska, Lesia Rybalko-Rak</i>	
MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY AND INTELLECTUAL CAPACITY ASSESSMENT PROCESSES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES	69

<i>Iryna Shuba, Olena Chaikova, Olha Sydorenko, Iryna Tarasenko</i> FEATURES OF ENGINEERING AS A TYPE OF PROFESSIONAL ACTIVITY IN CREATING AN INNOVATIVE PRODUCT	73
<i>Stanislav Nazarenko, Petro Pererva</i> ECONOMIC ESSENCE OF INFORMATION TECHNOLOGY OUTSOURCING.....	78
<i>Maryna Tkachenk</i> THEORETICAL BASIS FOR THE ESTABLISHMENT OF A TAX AND FEE BUDGET IN AN ENTERPRISE	87
<i>Petro Pererva, Tetiana Kobieliava, Andriy Kosenko, Oleksandra Kosenko, Nadezhda Tkacheva</i> LOGISTICS SERVICES MARKETING STRATEGY IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: PRICING AND DISTRIBUTION POLICY	91
<i>Olena Chepizhko</i> EVALUATION OF THE MARKET ENVIRONMENT AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF ENTERPRISES FOR THE PRODUCTION OF ELECTRIC DISTRIBUTION AND CONTROL EQUIPMENT	98

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК

**НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

(економічні науки)

Збірник наукових праць

№ 1 '2021

Наукові редактори

д-р екон. наук, проф. П.Г. Перерва,

к-д. екон. наук, проф. М.І. Погорєлов

Науково-технічний редактор

к-д. екон. наук, проф. С.М. Погорєлов

Відповідальний за випуск

к-д. техн. наук В.П. Шайда

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ ТА ВИДАВЦЯ:

*Кафедра: «Менеджмент інноваційного підприємництва
та міжнародних економічних відносин»,
НТУ «ХПІ», вул. Кирпичова 2, Харків 61002, Україна.
Тел. (057) 707-62-53, (057) 707-65-07,
e-mail: trper_bulletin@ukr.net*

*Друк-ФОП Шейніна О.В.,
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 15.09.2007 р.
вул. Славянская, 3 оф.5, Харків, 61052, Україна.*

*Підп. до друку 26.02.2021 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.
Ум.друк.арк. 7,8. Обл.-вид. арк. 9,6. Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.*