

# ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ: ЕКОНОМІКА, ФІНАНСИ, ПРАВО



**Науковий журнал**

*Виходить 6 разів на рік*

*Заснований у січні 2010 р.*

*Журнал визнано ДАК МОН України*

*як фахове видання з економічних наук*

**№ 1 (96)  
2018**

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

*Головний редактор*

**МАЗАРАКІ Анатолій Антонович**, д. е. н., професор, КНТЕУ

*Заступник головного редактора*

**ПРИТУЛЬСЬКА Наталія Володимирівна**, д. т. н., професор, КНТЕУ

*Відповідальний секретар*

**МЕЛЬНИЧЕНКО Світлана Володимирівна**, д. е. н., професор, КНТЕУ

*Члени редакційної колегії*

*з економічних наук:*

**БЛАНК Ігор Олександрович**, д. е. н., професор, професор кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ.

**БЄЛОСТЕЧНИК Григорій Леонович**, д. е. н., професор, ректор Молдавської економічної академії.

**БОЙКО Аліна Василівна**, д. е. н., доцент, професор кафедри економічної теорії та конкурентної політики КНТЕУ.

**ВОЛОСОВИЧ Світлана Василівна**, д. е. н., професор, професор кафедри фінансів КНТЕУ.

**ГЕСЦЬ Валерій Михайлович**, д. е. н., професор, директор Інституту економіки та прогнозування НАН України.

**ГОСПОДАРОВІЧ Анджей**, д. е. н., професор, ректор Вроцлавського економічного університету (Польща).

**ДОБІЯ Мечислав**, д. е. н., професор Краківського університету економіки (Польща).

**ДУБОВИК Тетяна Віталівна**, д. е. н., доцент, професор кафедри маркетингу та реклами КНТЕУ.

**КАЛЮЖНА Наталія Геннадівна**, д. е. н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ.

**КВАЧ Ярослав Петрович**, д. е. н., професор, директор Одеського інституту фінансів КНТЕУ.

**ЛАЦЕ Наталя**, д. е. н., професор Ризького технічного університету (Латвія).

**МЕЛЬНИК Тетяна Миколаївна**, д. е. н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ.

**ОНИЩЕНКО Володимир Пилипович**, д. е. н., професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ.

**ПАНКОВ Дмитро Олександрович**, д. е. н., професор, завідувач кафедри Білоруського державного економічного університету (Мінськ).

**ПЕДЬ Ірина Валерівна**, д. е. н., доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ.

**САЙ Валерій Миколайович**, к. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків КНТЕУ.

**ФЕДУН Ігор Леонідович**, д. е. н., доцент, професор кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ.

**ЦИГАНОВ Сергій Андрійович**, д. е. н., професор, завідувач кафедри міжнародних фінансів Інституту міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.

**ШЛЮСАРЧИК Богуслав**, д. е. н., професор Жешувського університету (Польща).

**ЯЦЕНКО Ольга Миколаївна**, д. е. н., професор кафедри міжнародної торгівлі Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана.

*з юридичних наук:*

**АНЦЕЛЕВИЧ Герольд Олександрович**, к. ю. н., професор, професор кафедри міжнародного публічного права КНТЕУ.

**БАКАЛІНСЬКА Ольга Олегівна**, д. ю. н., доцент, завідувач кафедри міжнародного приватного, комерційного та цивільного права КНТЕУ.

**БЕРЗІН Павло Сергійович**, д. ю. н., професор, заступник декана з наукової роботи Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.

**БЕРЛАЧ Анатолій Іванович**, д. ю. н., професор, професор кафедри адміністративного права Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.

**БРЕДІ Річард**, директор Британського центру сприяння розвитку права, координатор проекту «Британське законодавство XXI сторіччя» (Велика Британія, м. Лондон).

**ГУРЖІЙ Тарас Олександрович**, д. ю. н., професор, завідувач кафедри адміністративного, фінансового та інформаційного права КНТЕУ.

**ДЕНИСОВ Володимир Наумович**, д. ю. н., професор, завідувач відділу міжнародного права та порівняльного правознавства Інституту держави і права ім. В.М. Корецького НАН України.

**КАЛЮЖНИЙ Ростислав Андрійович**, д. ю. н., професор, заступник директора з наукової роботи Юридичного інституту Національного авіаційного університету.

**КОШИЛЕНКО Олександр Любимович**, д. ю. н., професор, директор Інституту законодавства Верховної Ради України.

**ОСИКА Сергій Григорович**, к. ю. н., професор кафедри міжнародних економічних відносин КНТЕУ.

**ОЛІЙНИК Олег Вікторович**, д. ю. н., професор кафедри загальноправових дисциплін КНТЕУ.

**ПРИМАК Володимир Дмитрович**, д. ю. н., професор кафедри міжнародного приватного, комерційного та цивільного права КНТЕУ.

**ЯЦУК Ева**, д. філософії, доцент, проректор Вищої школи торгівлі, економіки і права в Радомі (Польща).

Засновник, редакція,  
видавець і виготовлювач

**КИЇВСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

Завідувач редакції

І. В. Кривицька

Редактори

В. М. Дудник, Т. Д. Обламська

Художньо-технічний редактор

А. А. Савчук

Підписано до друку 16.02.2018.

Тираж 200 пр. Зам. 120.

Адреса редакції, видавця,  
виготовлювача:

вул. Чигоріна, 57, м. Київ,

Україна, 01601

Телефон редакції: 529-30-61

E-mail: [zt@knteu.kiev.ua](mailto:zt@knteu.kiev.ua)

Свідчення про державну  
реєстрацію  
серія KB № 22092-119921P  
від 16.05.2016

Індекс журналу в Каталогі  
видань України на 2018 рік –  
09641

Надруковано на обладнанні КНТЕУ

Свідчення суб'єкта видавничої  
справи серія ДК № 4620  
від 03.10.2013

Видається за рекомендацією  
Вченої ради КНТЕУ  
(протокол засідання № 7  
від 25.01.2018)

Передрук і переклади  
матеріалів, опублікованих  
у журналі, дозволяються лише  
зі згоди автора та редакції



Журнал представлено в міжнародних і національних наукометричних базах: індекс Копернікус (Index Copernicus); реферативній базі даних «Україніка наукова», а також у пошуковій системі Академії Google (Google Scholar)

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2018

## ЗМІСТ

---

### СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

---

<b>ФЕДУЛОВА Л.</b>	Вплив світових технологічних трендів на формування «розумного» рітейлу	5
<b>П'ЯТНИЦЬКА Г., НАЙДЮК В.</b>	Мультиваріативність стратегій інноваційного розвитку	22
<b>КАСЬЯНОВА А.</b>	Реорганізація корпорацій: міжнародний досвід	37
<b>КВАЧ Я., КОВАЛЬ В., ГРИМАЛЮК А.</b>	Економічні перспективи світової інвестиційної системи	49
<b>КОВАЛЕНКО М., ОНИКІЄНКО Н.</b>	Міжнародна фінансова підтримка підприємств агропромислового бізнесу	61
<b>ТКАЧУК Т.</b>	Віртуальні франчайзингові туристичні мережі світу	72
<b>ГЛУШКО В.</b>	Просування туристичних послуг	86

---

### ФІНАНСИ, ОПОДАТКУВАННЯ, АУДИТ

---

<b>ВОЛОСОВИЧ С.</b>	Державне регулювання ринку криптовалют: зарубіжний досвід	97
<b>БАРАБАШ Н., РІПА Т.</b>	Аудиторська оцінка конкурентоспроможності підприємств торгівлі	111
<b>КОСОВА Т., ШЕВЧЕНКО В.</b>	Вищий державний фінансовий контроль в умовах євроінтеграції України	121
<b>БАЛА Р., СРІМАННАРАЯНА Г., МЕХТА Т.</b>	Сприйняття населенням Хайдарабада страхування життя	130
<b>ОРУДЖЕВ В.</b>	Удосконалення фінансової звітності бюджетних організацій Азербайджану	141
<b>БАРАНЮК Ю.</b>	Інституціоналізація державного фінансового контролю	150

## C O N T E N T

---

### WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL TRADE

---

<b>FEDULOVA L.</b>	The influence of world technological trends on the formation of a «smart» retail	5
<b>PIATNYTSKA G., NAIDIUK V.</b>	Multivariability of innovation development strategies	22
<b>KASIANOVA A.</b>	Corporate reorganizations: international experience	37
<b>KVACH Ya., KOVAL V., GRIMALYUK A.</b>	Economic prospects of the world investment system	49
<b>KOVALENKO M., ONIKIYENKO N.</b>	International financial support for agribusiness enterprises	61
<b>TKACHUK T.</b>	Virtual franchising tourism networks of the world	72
<b>HLUSHKO V.</b>	Promotion of travel services	86

---

### FINANCES, TAXATION, AUDIT

---

<b>VOLOSOVYCH S.</b>	State regulation of cryptocurrency market: foreign experience	97
<b>BARABASH N., RIPA T.</b>	Audit assessment of the competitiveness of trade enterprises	111
<b>KOSOVA T., SHEVCHENKO V.</b>	Supreme state financial control in the conditions of European integration of Ukraine	121
<b>BALA R., SRIMANNARAYANA G., MEHTA T.</b>	The perception of life insurance by the population of Hyderabad	130
<b>ORUCOV V.</b>	Improving the financial reporting of budgetary organizations of Azerbaijan	141
<b>BARANIUK Yu.</b>	Institutionalization of public financial control	150

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

---

<b>ФЕДУЛОВА Л</b>	Влияние мировых технологических трендов на формирование «умного» ритейла	5
<b>ПЯТНИЦКАЯ Г., НАЙДЮК В.</b>	Мильтивариативность стратегий инновационного развития	22
<b>КАСЬЯНОВА А.</b>	Реорганизация корпораций: международный опыт	37
<b>КВАЧ Я., КОВАЛЬ В., ГРИМАЛЮК А.</b>	Экономические перспективы мировой инвестиционной системы	49
<b>КОВАЛЕНКО Н., ОНИКИЕНКО Н.</b>	Международная финансовая поддержка предприятий агропромышленного бизнеса	61
<b>ТКАЧУК Т.</b>	Виртуальные франчайзинговые туристические сети мира	72
<b>ГЛУШКО В.</b>	Продвижение туристических услуг	86

---

### ФИНАНСЫ, НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, АУДИТ

---

<b>ВОЛОСОВИЧ С.</b>	Государственное регулирование криптовалют: зарубежный опыт	97
<b>БАРАБАШ Н., РИПА Т.</b>	Аудиторская оценка конкурентоспособности предприятий торговли	111
<b>КОСОВА Т., ШЕВЧЕНКО В.</b>	Высший государственный финансовый контроль в условиях евроинтеграции Украины	121
<b>БАЛА Р., СРИМАННАРАЯНА Г., МЕХТА Т.</b>	Восприятие населением Хайдерабада страхования жизни	130
<b>ОРУДЖЕВ В.</b>	Совершенствование финансовой отчетности бюджетных организаций Азербайджана	141
<b>БАРАНИЮК Ю.</b>	Институционализация государственного финансового контроля	150

---

---

# СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

---

---

УДК 339.5

**ФЕДУЛОВА Любов,**

д. е. н., професор кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету

## ВПЛИВ СВІТОВИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ НА ФОРМУВАННЯ «РОЗУМНОГО» РІТЕЙЛУ

*Визначено та обґрунтовано світові технологічні тренди й особливості соціально-економічного розвитку на сучасному етапі науково-технологічної революції. Виявлено світові тенденції впливу цифровізації на діяльність торговельних підприємств та його особливості в Україні. Розроблено пропозиції щодо забезпечення технологічного рівня торговельних підприємств з урахуванням глобальних викликів і перспектив залучення інтелектуального потенціалу при формуванні інноваційної політики розбудови «розумного ритейлу».*

*Ключові слова:* «індустрія 4.0», новітні технології, «розумний ритейл», інтернет речей, нетехнологічні інновації.

*Федулова Л. Влияние мировых технологических трендов на формирование «умного» ритейла. Определены и обоснованы мировые технологические тренды и особенности социально-экономического развития на современном этапе научно-технологической революции. Выявлены мировые тенденции влияния цифровизации на деятельность торговых предприятий та его особенности в Украине. Разработаны предложения относительно обеспечения технологического уровня торговых предприятий с учетом глобальных вызовов и перспектив привлечения интеллектуального потенциала при формировании инновационной политики создания «умного ритейла».*

*Ключевые слова:* «индустрия 4.0», новейшие технологии, «умный ритейл», интернет вещей, нетехнологические инновации.

**Постановка проблеми.** Особливості розвитку сучасного глобального світу обумовлені процесами, що проявилися на зламі тисячоліть

---

© Федулова Л., 2018

ISSN 1028-7507. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1

5

і набули широкого поступу на початку XXI-го століття – це перехід до економіки знань та інформаційного суспільства і посилення цифровізації, що визначають економічний та соціальний тип розвитку міжнародної й національної економіки, регіонів та окремих міст. Неоіндустріалізація (реіндустріалізація), інформатизація, поява нових технологій та мобільних автоматизованих високотехнологічних виробництв – все це спричинило радикальні зміни, які продовжують формувати економіку розвинених країн і здійснюють суттєвий вплив на сферу торгівлі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Посилення конкуренції в сучасному ритейлі, обумовлене швидкими темпами науково-технологічного розвитку, появою сучасних управлінських практик та інтеграційних механізмів змушують науковців та практиків приділяти більше уваги методам залучення та утримання клієнтів [1–4].

Проте, в умовах швидкого поширення новітнього технологічного укладу в розвинутих економіках світу суттєво змінюється не лише формат та методи торгівлі, а й базові механізми та інструменти роботи з покупцями, що вимагає проведення більш детальних досліджень.

**Метою** дослідження є визначення та обґрунтування світових трендів технологічного розвитку, який відбувається під впливом новітнього етапу науково-технологічної революції, а також характеристика особливостей дії процесів цифровізації на створення «розумного ритейлу» та формування його в Україні.

**Матеріали та методи.** Методологічною основою наукової статті є підходи до дослідження сучасних економічних відносин згідно теорій постіндустріальної (мережевої) економіки, суспільного сектора, що дозволяє визначити особливості впливу результатів четвертої промислової революції на торговельну діяльність підприємств, ступінь готовності до використання нових технологій, обґрунтувати вибір напрямів їх використання, встановити характер впливу та основні фактори, що визначають ефективність формування «розумного ритейлу».

На основі системного підходу з використанням програмних матеріалів міжнародних організацій та експертних агентств здійснено аналіз сучасного стану та існуючі передбачення соціально-економічного розвитку та вплив новітніх технологій на формування сфери торгівлі у світі та в Україні. Методами структурування та синтезу визначено тренди та виклики й розроблено пропозиції щодо формування «розумного ритейлу» та забезпечення інноваційності торговельних підприємств.

**Результати дослідження.** Розвиток сфери торгівлі України в умовах ключових світових технологічних трендів продукує серйозні виклики і вимагає негайних змін у напрямі сучасного поступу та потребує формування відповідної інноваційної політики.

Відбувається посилений вплив четвертої хвилі промислової революції. Вважається, що вперше концепцію четвертої промислової

революції («індустрії 4.0» в європейському тлумаченні, «*Advanced Manufacturing*» – в американському) сформулювали на виставці в Ганновері в 2011 р., визначивши її як впровадження «кіберфізичних систем» у виробничі процеси. Такі системи здатні об'єднуватися в одну мережу, зв'язуватися одна з одною в режимі реального часу, самоналаштовуватися й обирати нові моделі поведінки. Зокрема, такі мережі зможуть вибудовувати виробництво з меншою кількістю помилок, впливати на характеристики (властивості) товарів, що виробляються, і при необхідності адаптуватися під нові потреби споживачів. Наприклад, виріб у процесі випуску зможе сам визначити устаткування, здатне виробити його. І все це в повністю автономному режимі без участі людини. Загалом, четверта промислова революція є інтеграцією високотехнологічного устаткування (апаратного комплексу), програмного забезпечення, а також людського знання і досвіду, що зумовлює радикальні зміни в галузі виробничих технологій, управлінні виробництвом і трудовими ресурсами.

З позицій технологічного розвитку при такому підході діє не одна виробнича технологія, а їх пакет, започаткований на повномасштабній цифровізації всіх етапів життєвого циклу і всіх стадій переділу, в основі якої лежать інтернет речей (*Internet of Things, IoT*), великі дані (*Big Data*) і кіберфізичні системи (*Cyber-Physical Systems, CPSs*). Саме синергія цих трьох вказаних компонентів спроможна забезпечити децентралізоване автономне ресурсозберігаюче виробництво з широким використанням робототехніки, аддитивних технологій, штучного інтелекту і когнітивних технологій, перспективних матеріалів, доповненої реальності і т. і. Це дозволить у майбутньому адаптуватися до швидкозмінних вимог замовника (споживача) і забезпечити достатню рентабельність виробництва при мінімальних обсягах замовлення.

Поширення інтернету речей відкриває можливості щодо реалізації так званих «циркулярних інновацій». Зниження вартості сенсорних технологій і поширення їх мереж дозволяють підключити кожен компонент, що поступає у виробничий процес. Дані, які збираються через такі підключення, дають можливість розпізнати місце походження продукту, спосіб виробництва і кількість енергії, витраченої на його виробництво, лежать в основі циркулярної економіки. Отримана на їх основі інформація дає підприємствам, містам і цілим країнам можливість ефективніше відновлювати, створювати і переформатовувати ці ресурси [5]. Отже, настає етап інноваційного розвитку, коли передові технології радикально змінюють цілі галузі економіки швидкими темпами (хмарні технології, розвиток способів збору і аналізу *Big Data*, краудсорсинг, біотехнології, безпілотні автомобілі, медицина, заснована на 3D-друку, криптовалюти *Bitcoin* і технології *Blockchain* та ін.). За даними *McKinsey Global Institute*, на сьогодні 1,7 трлн дол. США світового ВВП має відношення до інтернет-технологій, існує 1 трлн пристроїв, які можуть бути приєднані до промислового інтернету (*M2M*).

У 2025 р. вплив технологій *M2M* на світову економіку в середньому складе 6 трлн дол. США [6].

Нові технології змінюють пропозицію і попит. Кінцевий споживач товарів все більше впливає на роботу компаній, змушуючи їх підлаштовуватися під його потреби у всіх категоріях – від дизайну і ринку збуту до способів доставки. У своїй статті для *Foreign Affairs* Клаус Шваб [7] виділяє чотири основні ефекти, які четверта промислова революція може здійснювати на бізнес. Це зростання очікувань замовника, поліпшення якості продуктів, спільні інновації та нові форми організації. Всі ці інновації скоро повністю змінять спосіб життя людей, а також впливатимуть на свідомість (тобто, поступово змінюватимуть саму природу людини). У людей вивільниться час не тільки через роботизацію, але й через спосіб купівлі та доставки товарів. Можна буде замовляти індивідуальний дизайн та комплектацію продуктів і послуг, вони будуть миттєво оплачуватись, а дрони доставлятимуть товар прямо до місцезнаходження покупця. Багато ринків будуть працювати напряму, оминаючи різні посередницькі структури: брокерів та дилерів. Поступово відпаде необхідність у дешевій некваліфікованій робочій силі. Люди стануть жити довше завдяки повній автоматизації процесів лікування та піклування за здоров'ям [8].

Наразі здійснюється трансформація виробничих ланцюжків з акцентом на цифрові технології перш за все за допомогою промислового інтернету речей. Поглиблюється спеціалізація постачальників, диверсифікація у розрізі сегментів і розширюються постачання по всьому світу за рахунок входження в ланцюжки створення вартості транснаціональних компаній (ТНК) та великих регіональних виробників. При цьому ТНК зацікавлені в наявності екосистеми місцевих постачальників та їхньої якості. Переваги застосування інтернету речей поширюються по всьому ланцюжку створення вартості в логістиці, у тому числі на складські операції, вантажні перевезення і кінцеві доставки. Також вони впливають на такі сфери як операційна ефективність, безпека, якість обслуговування клієнтів і нові бізнес-моделі. У логістиці інтернет речей може сполучати різні активи по ланцюжку постачань, а потім аналізувати отримані дані для генерування нових ідей. Поступаючи таким чином, інтернет речей дозволяє логістичним послугам досягти вищих рівнів ефективності, створюючи індивідуальні, динамічні й автоматизовані послуги для своїх клієнтів. Вже сьогодні падіння цін на компоненти пристроїв (датчики, виконавчі пристрої і напівпровідникові прилади), збільшення швидкості бездротових мереж, а також розширення можливостей щодо добування даних лише підвищують переваги для бізнесу, таким чином гарантуючи, що інтернет речей знаменує собою суттєві зміни в логістичній сфері, які відбудуться протягом наступного десятиліття.

Продовжується збільшення частки і значущості послуг та зростання креативних індустрій в економічній системі. Питома вага



оброблювальної промисловості більше не є показником диверсифікації й економічного зростання, оскільки глобальним трендом стало випереджаюче зростання сектора послуг. Із зростом технологічної складності продукції та переходом до модульних конструкцій у секторах сучасного виробництва все більшу роль відіграють послуги. Економічна активність зміщується з виробництва в сферу послуг, найбільш ємну з точки зору людського капіталу.

Для прикладу, коли в 2016 р. технологічний гігант *Samsung* відкрив свій новий магазин на Манхеттені, він також встановив новий формат того, як повинен виглядати торговельний простір. *Samsung 837* – це магазин, який спеціально не містить яких-небудь товарів і не орієнтований на продажі. Замість цього простір площею 40 000 квадратних футів став «захоплюючим» центром культури, що дозволяє відвідувачам випробувати продукти компанії. *Samsung 837* – це флагман майбутнього, культурний центр, що повністю захоплює відвідувача, демонструє можливості програмування, започатковане на прагненні людей до мистецтва, музики, розваг, спорту, велнесу, кулінарії, технологій і моди [9]. Отже, культура реального досвіду стає все більш поширеною, ритейл намагається зробити свої магазини більш захоплюючими на тій підставі, що чим більше часу клієнт витрачає на компанію, тим більш ймовірно, що він що-небудь купить. А спеціальні заходи в кулінарних просторах також забезпечують постійний потік потенційних покупців. «У ці магазини приходять у вихідні дні провести свій вільний час на черговому майстер-класі від знаменитого шеф-кухаря, а вирушають додому, купуючи холодильник або ванну» [9].

В Україні потенціал ринку креативних індустрій величезний. Всі вони мають ресурси для створення і просування креативного продукту, власну інфраструктуру збуту, зростаючий потенціал ринку, а отже – мають помітний вплив на розвиток креативної економіки. Задіяні у сферах креативної економіки 470 тис. чол. (2,8 % працездатного населення країни) приносять 105 млрд грн доходу, що складає 4,4 % ВВП [10]. Слід враховувати, що ефект при цьому вимірюється не лише прямим або опосередкованим вкладом того чи іншого виду діяльності креативних індустрій в економіку, але й суттєвими соціальними змінами: якістю життя, формуванням культурної ідентичності, розвитком толерантної атмосфери в суспільстві та ін.

Відбуваються зміни у формуванні інфраструктури бізнесу: створення нового середовища, що проявляється на трьох взаємопов'язаних рівнях: на макроекономічному – у вигляді регіоналізації і локалізації кооперативних зв'язків (бізнес-кластери); на мікроекономічному рівні – у вигляді концентрації зусиль на ефекті масштабу, ощадливого виробництва, управління життєвим циклом продукції та її кастомізації (адаптації під індивідуальні потреби споживача); на технологічному рівні – у вигляді автоматизації і роботизації вироб-

ництва, використання перспективних матеріалів і т. ін. Прогнозується, що в період до 2020 р. буде розгорнута базова інфраструктура: наскрізна цифровізація, включаючи тривимірне проектування; нові матеріали, включаючи «інтелектуальні» (матеріали з унікальними властивостями); мікропроцесорні системи управління, активно-адаптивні мережі, самонавчальні промислові роботи і коботи, гнучкі виробничі системи. Отже, «м'яка інфраструктура» буде складати більшість в екосистемі підприємств. Слід також зазначити, що перехід до фінансування «м'якої інфраструктури» – новий порядок денний інвестиційної політики на міжнародному рівні. В центрі уваги – співвідношення інвестицій у «видимі» цілі (у т. ч. капітальні вкладення) та інвестицій, «заснованих на знаннях» (*knowledge based capital*) або «м'яких» інвестицій, що включають три типи інвестицій: комп'ютеризована інформація (ПЗ й бази даних), інтелектуальна власність (патенти, авторське право, дизайн, товарні знаки), економічні компетенції (у т. ч. бренд, спеціалізований людський капітал, мережі людей та інститутів, організаційні ноу-хау).

Сьогодні екологічний імператив охоплює всі сфери управління, здійснюючи безпосередній вплив на формування нової економічної моделі. На думку відомого американського економіста і еколога Джеремі Ріфкіна [11], ідеї якого відображають в офіційній доктрині ЄС, економічній політиці Китаю, підтримуються ООН і трактуються як положення третьої промислової революції, світ переживає зміни, в основі яких лежать п'ять стовпів:

- перехід на поновлювані джерела енергії;
- перетворення всіх будівель на кожному континенті в міні-електростанції, що виробляють електроенергію в місці її споживання;
- використання водневої та інших технологій для акумуляції енергії, що періодично генерується, в будівлях;
- використання інтернет-технологій для перетворення енергосистеми кожного континенту на інтелектуальну електромережу, що забезпечує розподіл енергії подібно розподілу інформації в інтернеті (мільйони будівель, що генерують невелику кількість енергії, можуть віддавати надлишки в електромережу і таким чином ділитися ними з іншими континентальними споживачами);
- переведення автомобільного парку на електромобілі із заряджанням від мережі або автомобілі на паливних елементах, які можуть отримувати енергію від інтелектуальної континентальної електромережі і туди ж віддавати надлишки. Звичайно, все це вимагає включення екологічної політики в програми сталого розвитку підприємств сфери торгівлі й упровадження сучасних технологій.

Таким чином, ідеї й положення третьої та четвертої промислових революцій сьогодні інтегруються й доповнюють одна одну, характеризуючи швидкий темп змін глобального світу. На перший план виходить соціальний контекст інноваційного розвитку й, відповідно,

актуалізуються майбутнє сфери торгівлі, яка покликана виконувати окрім економічної, й соціальну функцію, тим реалізуючи концепцію соціалізації технологій. Аналітики відзначають, що інноваційні технології зовсім скоро серйозним чином змінять споживчий сектор і, відповідно, сектор роздрібної торгівлі та комерції. Вже сьогодні відомі бренди експериментують зі створенням більшої кількості контенту, розробленого виключно для соціальних мереж. При цьому з посиленням інтеграції великої кількості соціальних платформ стратегії в електронній комерції стають усе більш витонченими. Отже, процес формування інноваційних моделей «розумного» (*smart*) ритейлу стає стратегічним завданням для власників та менеджерів торговельних і комерційних підприємств, які прагнуть бути конкурентоспроможними й з випередженням відповідати на глобальні виклики, спричинені світовими технологічними процесами.

Зазначене постійно аналізується міжнародними аналітичними агентствами та слугує орієнтиром для обрання стратегічного курсу розвитку. У черговому звіті *Deloitte Global Powers of Retailing 2017* розглянуто глобальні процеси та визначено 5 глобальних тенденцій розвитку ритейлу, які перекликаються із зазначеними чи формуються під їхнім впливом:

- споживачі все більше цінують вплив покупок на їх життя і отриманий споживчий досвід, а не кількість речей;
- відбувається так звана «економіка соціальних мереж», коли на вибір покупки впливає створений людиною у мережах образ, тобто «особистий бренд»;
- спостерігається зміна форматів культури загального споживання, яка приводить до того, що при виборі товарів покупець звертає особливу увагу на думку інших людей та ключові тенденції у світі;
- компаніям сфери роздрібної торгівлі доводиться підлаштовуватися під вимоги клієнтів і намагатися оперативно формувати та виконувати замовлення відповідно до запитів покупців (*fast shopping*), оскільки вони прагнуть отримати максимум сервісу за мінімальний час;
- все більшого розмаху набуває стиль «життя по експоненті» на базі експоненціальних технологій, таких як штучний інтелект, роботи [12].

Висока конкуренція змушує компанії розробляти нові стратегії для покращання взаємодії із замовниками, у тому числі із залученням «технологічних» ресурсів. Технологічні застосування, що використовуються компанією *Wal-Mart* (США), розробляються двома групами, одна з яких знаходиться в Бентовіллі, орієнтується переважно на мережу магазинів; інша – в Кремнієвій долині, на глобальну корпоративну систему електронної комерції [13].

Сьогодні найбільш новітніми в роздрібній торгівлі є наступні види технологій [14]: омніканальність, роздрібна торгівля в інтернеті (*e-tailing*), мобільна комерція (*m-commerce*), комерція у мережі фейсбук (*f-commerce*), хмарні обчислення, доповнена реальність, дрони,

інтернет речей. Перспективи їхнього застосування в роздрібному секторі безмежні. До числа тих, що вже сьогодні знаходять своє впровадження, відносяться автоматичний підрахунок вартості покупок на виході з торговельного залу, оптимізація викладки товарів, започаткована на всесторонньому аналізі поведінки відвідувачів в магазині, або акції, що персоналізуються в режимі реального часу. Зокрема, *omnichannel* для покупця – це сервіс і можливість вибору найбільш зручного каналу продажу. Зараз більшість покупців здійснюють покупки згідно так званому *ROPO*-ефекту: вивчають товар онлайн, а купують офлайн. *ROPO*-ефект – це процес пошуку в інтернеті необхідної інформації про товар перед покупкою не в традиційній торговельній мережі. Згідно досліджень компанії *Google*, на території Євросоюзу частка покупок в офлайн-магазинах після попереднього пошуку в інтернеті складає 37 % від загального числа. У Німеччині офлайн-продажі складають 61 %, у Великобританії – 36 %, у Нідерландах – 8 %. У Великобританії *ROPO*-бізнес приносить близько 36 млрд фунтів на рік в таких категоріях як споживчі товари, розваги та фінансовий сектор [15].

Усе більш важливим інструментом виживання роздрібних торговельних компаній на висококонкурентному ринку стають коаліційні програми лояльності. Лідери ринку ритейлу вже давно збагнули, якою міцною сполучною ланкою між покупцем і магазином може бути карта лояльності. Отримавши при її оформленні контактні дані покупця, роздрібний торговець починає пізнавати його звички, а покупець має право розраховувати на персональне відношення. Ще один напрям, який поширюється на практиці – роздрібні торговці створюють нові альянси з неконкуруючими компаніями, що належать до різних ринкових сегментів. Задовільний ефект дають альянси, коли в одному форматі задіяні авіакомпанія, готельна мережа, турагентство, екскурсійне бюро, страхова компанія, мережа АЗС, автосервіс, магазин автозапчастин.

Впровадження передових технологій з акцентом на зміни в поведінці покупця відкривають нові можливості для створення індивідуальних пропозицій. В умовах різноманіття цифрових рішень аналіз ефективності та рентабельності інвестицій матиме вирішальне значення. Вже сьогодні прогресивні технології на ринках Західної Європи формують очікуваний попит споживачів та стимулюють представників споживчого бізнесу збільшувати інвестиції в цифрові рішення. Технології, що з'явилися протягом останнього десятиліття, допомагають знайти джерела підвищення ефективності та можливості додаткової монетизації бізнесу. Зокрема, аналітик компанії *Forrester* З. Мулпуру зазначає, що магазини майбутнього орієнтуватимуться на сервіси: догляд за дітьми, ветеринарне обслуговування тварин або підтримка хорошої зовнішності. Ці послуги з'являться на додаток до служб, які сполучають онлайнвий і офлайнвий шопінг. Вони здійснюватимуть вибір та доставку товарів замість користувача. А якщо він особисто

ходитиме за покупками (одяг, взуття) – досить вказати в смартфоні свої параметри та бажані моделі і речі будуть чекати в примірочній [16].

Загалом, масштаби застосування інформаційних технологій в ритейлі дуже широкі: це трекінг продуктового асортименту, інтерактивна взаємодія з покупцями, аналітика покупок, мобільні платежі, управління товарними запасами й активами. Одне з головних завдань, яке дозволяє вирішувати в торгівлі використання інформаційних технологій, це вирішення питання якості обслуговування клієнтів на принципово іншому рівні. І саме технології великих даних та інтернету речей дозволяють підвищити рівень взаємодії з клієнтом, що дійсно персоналізується, враховуючи його поточні потреби і попередні покупки. При цьому маркетинг на базі інформаційних технологій носить динамічніший характер: клієнтам пропонуються адресні повідомлення, що персоналізуються, на основі даних про покупців, які має ритейлер. Це можуть бути цифрові купони на отримання знижок. Зрозуміло, що для повноцінної аналітики та роботи з усіма перерахованими даними, окрім безпосередньо пристроїв, потрібні спеціалізовані бек-офісні системи. Компанія *Disney* випустила на ринок свої нові браслети *Magic Band*, призначені для відвідувачів тематичних парків атракціонів «Діснейленд». Ці браслети оснащені *RFID*-мітками, з їх допомогою відвідувачі отримують доступ в готелі на території парків, а також можуть здійснювати платежі без кредитних карт. При цьому браслети виглядають досить технологічно та привабливо і несуть не лише утилітарну функцію, але й є яскравим аксесуаром [17].

Згідно недавньої доповіді про інтерактивні кіоски і автоматизацію ритейлу, проведеного південнокорейським «Інститутом інформації і комунікаційних технологій», майже сім з десяти споживачів вважали б за краще обслуговуватися за допомогою кіосків самообслуговування, а не обслуговуючого персоналу. У доповіді також наголошується, що перевага у виборі інтерактивних кіосків найбільш виражена в молодих респондентів. Скорочення часу очікування називаються серед основних переваг у виборі обслуговування через сенсорні кіоски. Інша причина – бажання уникнути контакту з людиною. 62 % опитаних респондентів вважають, що розширення сфер використання кіосків самообслуговування вже не зупинити, і лише 13 % хотіли б, аби уряд втрутився і обмежив кількість інтерактивних кіосків. За прогнозами «*Allied Market Research*» обсяг світового ринку інтерактивних кіосків через п'ять років перевищить 31 млрд дол. США. [18].

Отже, зростання онлайн-покупок і підвищення прозорості цін; збільшення об'єму даних для проведення аналітичних досліджень впливають на можливість підвищити конкурентоспроможність через сервіс і персоналізацію, оскільки застосовуються адаптаційні бізнес-рішення. У цьому контексті впровадження на рівні торговельних підприємств сучасного механізму інноваційного розвитку, адекватного умовам розбудови інтеграційного інноваційного простору, суттєво

вплине на менеджмент підприємства, який з метою формування інтелектуальної організації сприятиме перетворенню технологічного знання в завершений продукт з високою споживчою вартістю. Створюване при цьому інтерактивне інформаційно-технологічне середовище дозволить підвищити креативну здатність генерації нових знань, що потрапляють в корпоративну пам'ять організацій для подальшого використання. Вдосконалення процесу трансферу знань та побудова організаційної структури, адекватної принципам самонавчання, підвищить ступінь охоплення повноважень за функціями менеджменту і знизить коефіцієнт дублювання управлінських робіт та коефіцієнт концентрації зазначених робіт у межах функцій управління, збільшить результативність роботи та швидкість прийняття рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств. Дослідження показують, що технологічні інновації рідко виявляються успішними, якщо вони не підкріплені організаційними нововведеннями. У багатьох випадках життєво необхідні нетехнологічні інновації (маркетингові й організаційні), які посилюють ефект від технологічних розробок. Оскільки в результаті радикальних інновацій часто виникають нові ринки, такі інновації за визначенням відносяться до категорії ринкових.

Для українського ритейлу в даний час властиві наступні тенденції, що визначають глобальний інноваційний вектор розвитку: *по-перше*, все більшого значення набуває поширення терміну «ритейлізація»: актуалізується нова роль «роздрібного торговця» і чим він займається, ідентифікуються його сучасні функції, компанії перерозподіляють активи для створення інноваційних платформ електронної комерції, нових цифрових контентів, а також для пошуку нових партнерів; реалізація споживачами підходу «краще менше – та краще» відбувається перемикання від нестримного споживання до помірному; *по-друге*, зміна переваг – споживачі шукають рекламовані в соціальних мережах продукти, які відображають їх особисті переваги; поведінка споживачів змінюється залежно від інноваційних технологій, що застосовуються ритейлерами. Наприклад, значний вплив надає вживання при самообслуговуванні інструментів штучного інтелекту і робототехніки (здобуття інформації про ціни та продукти в режимі реального часу, визначення наявності в магазині товарів, що знаходяться в запасі і т. і.); зміна форматів доставки товарів при онлайн роздрібній торгівлі – виконання доставки на вимогу. Дана послуга все більше переходить із сегментів «одяг і аксесуари» і «побутова техніка, товари для дому» на сегменти: «продовольчий», «автомобільний» і «сфера послуг». *По-третє*, відбувається зміна форматів очікувань: ступінь задоволеності споживачів визначається здатністю ритейлерів задовольняти менталітет (образ думок, світогляд) на вимогу сучасного клієнта. Сьогодні роздрібні бренди шукають нові методи презентації своїх історій успіху, так як серед покупців все більше стає мілленіалів, для яких звичним та ефективним стає сприйняття відеоконтенту. На перше місце виходять такі

поняття ділової репутації як прозорість, аутентичність та корпоративна соціальна відповідальність.

У цьому контексті інтеграція *digital*-технологій в офлайн-канали роздрібною торгівлі і пропозиція принципово нового рівня сервісу починає відіграти все більш важливу роль в бізнесі ритейлу. Головним завданням ритейлера стає утримання уваги споживача. Для цього важливо навчитися використовувати сигнали від споживачів і трансформувати їх в корисну для них інформацію. Сьогодні інтернет і нові технології дають можливість споживачам робити самостійніший вибір, ґрунтуючись, наприклад, на відгуках в соціальних медіа або спеціальних сервісах ранжування товару за ціною або місцерозташуванням. Відвертість і доступність будь-якої інформації говорить про переорієнтацію ритейлу від цінової конкуренції до боротьби за якісніший сервіс. За таких умов посилюється завдання продавців інвестувати в розвиток персонального зв'язку з кожним покупцем, що слугуватиме основою успішного бізнесу в нових реаліях.

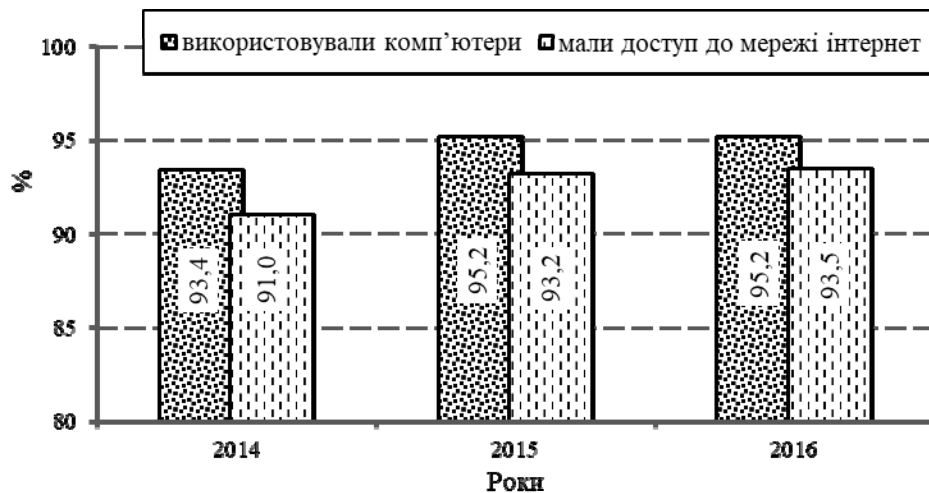
Ритейлери, щоб одержати додаткові конкурентні переваги, шукають можливості за межами свого основного бізнесу. Для цього вони використовують найсучасніші онлайн-технології, що дозволяє усунути розрив між традиційними та онлайн-покупками, стратегічно підходити до аналізу інформації про продажі, щоб найкраще відповідати потребам і бажанням споживачів. Компаніям доводиться будувати інфраструктуру для підтримки міжособистісних (*P2P*), міжкомп'ютерних (*M2M*) зв'язків і зв'язків комп'ютер–людина (*M2P*) за допомогою інтернету й хмарної технології та використовувати передові аналітичні технології для одержання значимої інформації з даних інтегрованих систем.

Таким чином, в умовах України продовжиться зміна пріоритетів діяльності ТРЦ, посиляться напрям відкриття шоу-румів, а також з'являться нові програми з акцентом на інноваційні технології у вигляді 3D-друку, доповненої реальності т.і. Електронна комерція розвиватиметься, але звична модель покупок в реальних магазинах також не здасть свої позиції. Великі гравці ритейлу мають шанси отримати зарубіжні інвестиції (яскравий приклад – операція між *Horizon Capital* і *Rozetka.ua*). Дискаунтери (торговельні мережі, що надають знижки на свої товари) будуть мати можливість розвитку, зважаючи на спрямованість покупців на економію. Торговельні мережі все більше роблять ставку на виробництво власних торговельних марок, що дозволить значно скоротити ціни, привернути увагу покупців і підвищити лояльність.

Для того, щоб своєчасно відповідати на глобальні виклики і «бути в тренді», торговельні підприємства повинні зміцнити свою сучасну технологічну базу. Згідно з статистичними даними, у 2014–2016 роках переважна більшість українських підприємств у своїй роботі використовували комп'ютери і мали доступ до мережі інтернет (рис. 1).

Найвищий рівень комп'ютеризації у 2016 р. показали підприємства, що здійснювали діяльність у сфері інформації та телекомунікацій –

98,3 % (у 2015 р. – 98,2 %). Найменший спостерігався у підприємств у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – 89,1 % (у 2015 р. – 89,2 %). В секції «оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» показник складав 96,25 %. Із загальної кількості підприємств, що мали доступ до мережі інтернет, використовували соціальні мережі – 24,7 % (у 2015 р. – 17,9 %), засоби обміну знаннями – 12,7 % (у 2015 р. – 19,1 %), веб-сайт з мультимедійним вмістом – 12,6 % (у 2015 р. – 11,1 %), блоги та мікроблоги підприємства – 6,9 % (у 2015 р. – 5,2 %) [19].



**Рис. 1. Частка підприємств України, які використовували інформаційно-комунікаційні технології, % [19]**

Однією із сучасних тенденцій розвитку сучасної торгівлі є вивчення, аналіз і прогнозування «подорожі покупця» (*Customer Journey*) та побудова «карти подорожі покупця» (*Customer Journey Map*). Поняття *Customer Journey* в 2013–2014 рр. стало використовуватися в офлайн. Сьогодні це – один із головних інструментів моделювання поведінки людини. Спрогнозувати дорогу споживача можна лише на основі глибокого аналізу великого обсягу даних про його поведінку. Сучасні компанії ритейлу зберігають і обробляють гігантські об'єми різномірної інформації: чеки, транзакції, логістичні та складські операції, записи дзвінків в *call*-центр, публікації в соціальних мережах, електронні листи і т. і. Але для того, щоб вилучати з цих даних цінну інформацію, їх потрібно аналізувати, безперервно доповнювати і зіставляти з інформацією, отриманою із зовнішніх джерел. Це стало можливим завдяки використанню в торгівлі технології *Big Data*, що допомагає вирішити конкретні проблеми і забезпечити максимальну прозорість процесів, дозволяючи спрогнозувати *Customer Journey* [19]. Згідно даних офіційної статистики про українські підприємства у розрізі видів економічної діяльності, питома вага тих із них, що проводили аналіз «великих даних», була найбільшою в сфері торгівлі (так, в частині



отриманих даних свого підприємства, зі смарт-пристроїв або датчиків ця частка складала 25,4 %, геолокаційних даних, отриманих із портативних пристроїв – 25,5 %, даних, сформованих із соціальних медіа – 25,3 %) [20].

Саме здатність рітейлерів всебічно аналізувати бізнес і використовувати отримані дані для підвищення продуктивності та подальшого корегування бізнес-моделей – це те, що дозволяє їм бути лідерами на ринку. В майбутньому особливо успішними стануть торговельні підприємства, які будуть застосовувати омніканальну аналітику (аналіз торговельної зони в онлайн- і офлайн-форматах, аналіз поведінки, рухів покупців, а також загальну картину по кожному продукту), тобто брати дані з різних каналів і складати їх у загальну систему для успішного проведення, перш за все стратегічного контролінгу економічної діяльності.

Однак, як показують дослідження, маючи чимало прикладів наявності новітніх технологій в торгівлі України, цей процес ще далекий від сучасного рівня, характерного для світового рітейлу. Існуючі технології вже адекватні сучасним вимогам, готові до впровадження і можуть приносити користь бізнесу. Та проблема, як завжди, в людському факторі і системі ухвалення рішень. На рівні топ-менеджменту торговельних мереж немає узгодженості щодо розуміння необхідності інвестицій в «розумний» рітейл, виконання всього комплексу дій, обумовленими технічними й експлуатаційними регламентами. На рівні ж середньої ланки менеджменту спостерігається спротив будь-яким новинкам, які роблять його роботу прозорою. Головна проблема інтернету речей полягає в тому, що для України він залишається такою ж абстрактною річчю, як і «великі дані». Багато хто чув про ці технології, але не всі розуміють, як їх застосовувати на практиці. Слід також констатувати, що багато хто розуміє інтернет речей як е-комерцію. А оскільки конкуренції на цьому ринку немає, то ціна впровадження велика. Менеджери вітчизняного рітейлу вважають, що найближчі роки це питання не сприятиме суттєвим технологічним змінам. Однак, досвід передових компаній показує, що нинішній етап науково-технологічних змін є вкрай швидким і всеохоплюючим. В умовах посилення міжнародних інтеграційних процесів вже сьогодні потрібно не лише експериментувати з новітніми пристроями, а розробляти інноваційні стратегії випереджального характеру та шукати шляхи й механізми їх упровадження, в тому числі й за допомогою розробки інноваційних бізнес-моделей «розумного рітейлу».

Таким чином, Україна має значні інтелектуальні ресурси, в тому числі й у напрямі нарощування потенціалу сфери торгівлі, що дозволяє їй наслідувати тренди глобального ринку мережевої економіки, який розвивається досить стрімко та мобільно. Зазначене вимагає від

рітейлерів застосування адаптаційних стратегій та відповідних здібностей, щоб відповідати світовим тенденціям.

**Висновки.** Сьогодні виклики глобального соціально-економічного розвитку обумовлені зростаючими темпами створення нових технологій, що підвищують продуктивність праці, здешевлюють виробництво та посилюють його кастомізацію; прискорюють процес інтелектуалізації та роботизації підприємств, посилюють тенденції скорочення часу на впровадження нових виробів на основі концепції відкритих інновацій.

У сфері рітейлу найбільш цінними прикладами використання технологій (як для продавців, так і для споживачів) є ті, що підвищують ефективність в торговельному досвіді. В перспективі інтернет речей стимулюватиме ефективність діяльності за рахунок підвищення доступності, поліпшення властивостей й оптимізації асортименту товарів, мобільним платежам, запобігання втратам, і т. і. Зазначене кардинально змінить практику клієнта щодо взаємодії з торговельним підприємством: позитивний досвід здійснення покупок і використання технологій – ключові чинники, що визначають лояльність покупців до нього.

Впровадження «розумних» рішень і максимальне застосування конкурентних переваг вимагає масштабної перебудови існуючих операційних і управлінських процесів. Вони неможливі без ефективної співпраці між компаніями в ланцюжку створення вартості (посилення мережевого ефекту), інакше їм буде складно запроваджувати передові технології через відсутність цілісного бачення позитивних ефектів від інтелектуальних розробок. «Розумний» рітейл забезпечить оптимізацію ресурсів, підвищить якість послуг за рахунок умілого управління попитом та пропозицією, посилить інвестиційну активність.

І хоч «індустрія 4.0» вважається індустрією майбутнього, активна реалізація її результатів здійснюється вже сьогодні. Тому вітчизняному рітейлу потрібно активно включатися в світові процеси, які пов'язані з новим трендом розвитку економіки, щоб зайняти гідне місце серед розвинутих країн світу. Такі зміни стосуються, насамперед, сфери торгівлі та логістики. Потреба у кваліфікованих працівниках зумовлює відповідні зміни в освіті та науці щодо підготовки спеціалістів, на що й повинні бути спрямовані подальші дослідження.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Verhoef P., Lemon K., Parasuraman A., Roggeveen A., Tsiros M., Schlesinger L. Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. *Journal of Retailing*. 2009. Vol. 85. P. 31–41.
2. Bustos-Reyes C. A., González-Benito Ó. Papel del formato comercial en la lealtad al establecimiento minorista. *Información Comercial Española*. ICE : Revista de economía. 2006. Vol. 828. P. 269–288.
3. Давимука С. А., Федулова Л. І., Попадинець Н. І. та ін. Інноваційний розвиток підприємств сфери: торгівлі: світові тенденції та практика в Україні ; за заг. ред.

- С. А. Давимуки ; ДУ «Ін-т регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2016. 432 с.
4. Будущее розничной торговли доступно уже сегодня. Обзор решения Microsoft Dynamics for Retail. URL : [http://download.microsoft.com/documents/rus/dynamics/pdffiles/retail/Dynamics\\_for\\_Retail\\_Whitepaper\\_RU.pdf](http://download.microsoft.com/documents/rus/dynamics/pdffiles/retail/Dynamics_for_Retail_Whitepaper_RU.pdf).
  5. Шваб К. Четвертая промышленная революция». М. : Эксмо, 2016. 230 с.
  6. The internet of things: mapping the value beyond the hype. URL : <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/The%20Internet%20of%20Things%20The%20va>.
  7. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. What It Means and How to Respond. URL : <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>.
  8. Четверта індустріальна революція і освіта. URL : <http://open.knbs.ua/ua/articles/op-manage/19593/chetverta-industrialna-revoluciya-i-osvita>.
  9. Samsung відкрив у Нью-Йорку магазин, який нічого не продає. URL : <http://loft36.de/ukraina/258608-samsung-vidkriv-u-nyu-jorku-magazin-yakij-nichogo-ne-prodaye.html>.
  10. Скільки українців займаються креативними індустріями. URL : [http://www.the-village.com.ua/village/business/number\\_of\\_the\\_day/257505-skilki-ukrayintsiv-zaumayutsya-kreativnimi-industriyami](http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505-skilki-ukrayintsiv-zaumayutsya-kreativnimi-industriyami).
  11. Рифкин Д. Третья промышленная революция. Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом : пер. с англ. М. : Альпина нон-фикшн, 2014. 410 с.
  12. Global Powers of Retailing 2017. The art and science of customers. URL : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/consumer-industrial-products/gx-cip-2017-global-powers-of-retailing.pdf>.
  13. Miller M. How Walmart uses technology to connect online. 2014. URL : <http://http://uk.pcmag.com/walmart/33111/opinion/how-walmart-uses-technology-to-connect-online-retail>.
  14. Rodriguez M., Paredes F., Yi G. Towards Future Customer Experience: Trends and Innovation in Retail. Foresight and STI Governance. 2016. Vol. 10. № 3. P. 18–28.
  15. Manyika J., Chui M., Bisson P., Woetzel J., Dobbs R., Bughin J., Aharon D. The Internet of Things : Mapping the Value beyond the Hype. McKinsey Global Institute. 2015. URL : [https://www.mckinsey.de/sites/mck\\_files/files/unlocking\\_the\\_potential\\_of\\_the\\_internet\\_of\\_things\\_full\\_report.pdf](https://www.mckinsey.de/sites/mck_files/files/unlocking_the_potential_of_the_internet_of_things_full_report.pdf).
  16. Шопинг будущего. URL : <https://marieclaire.ua/fashion/shopping-budushhego-kakimi-budut-magazinyi-v-2026-godu>.
  17. «Умный» ритейл: как будут выглядеть магазины будущего. URL : [https://iot.ru/riteyl/umnyj\\_ritejl\\_kak\\_budut\\_vyglyadets\\_magaziny\\_buduschego](https://iot.ru/riteyl/umnyj_ritejl_kak_budut_vyglyadets_magaziny_buduschego).
  18. Технологии самообслуживания улучшают сферу обслуживания. URL : <http://kiosksoft.ru/news/2017/04/19/tehnologii-samoobslyuzhivaniya-uluchshat-sferu-obsluzhivaniya-70692>.
  19. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах у 2016 році. URL: [http://csrv2.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publinform\\_u.htm](http://csrv2.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publinform_u.htm).
  20. Customer Journey. URL : <http://www.blastam.com/customer-journey>.

Стаття надійшла до редакції 25.01.2018.

**Fedulova L. The influence of world technological trends on the formation of a «smart» retail.**

**Background.** The peculiarities of development of the modern global world due to the processes of neoindustrialization, informatization, the emergence of new technologies and mobile automated high-tech industries, lead to radical changes that shape the modern type of economy of developed countries and have a significant impact on the trade.

The **aim** of the article is to define and justify the world trends of socio-economic development under the influence of the latest stage of the scientific and technological revolution, as well as to identify the peculiarities of the influence of digitalization on the formation of «smart» retail and the characteristics of this process in Ukraine.

**Results.** The world technological trends and peculiarities of socio-economic development under the influence of «industry 4.0» were determined and grounded. The world tendencies of the influence of digitalization on the formation of «smart» retail and peculiarities of this process in Ukraine are revealed. Proposals for ensuring the technological level of trading enterprises in Ukraine are developed taking into account the global challenges and prospects of attracting intellectual potential in the formation of their innovation policy.

**Conclusions.** It is substantiated that today the challenges of global socio-economic development, due to increasing rate of new technologies creation, increase productivity and reduce production costs, increase its customization (adaptation of the mass product to the needs of a particular consumer); accelerates the process of intellectualization and robotics of enterprises, actualizing the tendencies of reducing the time for the introduction of new products based on the concept of open innovation.

In the field of retail, the most valuable examples of technology use (both for sellers and for consumers) are those that increase the efficiency in trading experience. «Smart» retail will provide optimization of resources in future will increase the quality of services due to the skillful management of demand and supply, will increase investment activity. And although «industry 4.0» is considered an industry of the future, active realization of its results is carried out today. In order to take a worthy place among the developed countries of the world, domestic retailers need to be actively involved in world processes that are associated with a new trend of economic development. For this there is a need for highly skilled workers, which determines the relevant changes in education and science in relation to the models of training of the relevant specialists, what should be further research.

**Keywords:** «industry 4.0», the newest technologies, «smart retail», internet things, non-technological innovations.

## REFERENCES

1. Verhoef P., Lemon K., Parasuraman A., Roggeveen A., Tsiros M., Schlesinger L. Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. *Journal of Retailing*. 2009. Vol. 85. P. 31–41.
2. Bustos-Reyes C. A., González-Benito Ó. Papel del formato comercial en la lealtad al establecimiento minorista. *Información Comercial Española*. ICE : Revista de economía. 2006. Vol. 828. P. 269–288.
3. Davymuka S. A., Fedulova L. I., Popadyne' N. Y. ta in. Innovacijnyj rozvytok pidpryjemstv sfery: torgivli: svitovi tendencii' ta praktyka v Ukrai'ni ; za zag. red. S. A. Davymuky ; DU «In-t regional'nyh doslidzhen' imeni M. I. Dolishn'ogo NAN Ukrai'ny». L'viv, 2016. 432 s.
4. Budushhee roznichnoj torgovli dostupno uzhe segodnja. Obzor reshenija Microsoft Dynamics for Retail. URL : [http://download.microsoft.com/documents/rus/dynamics/pdf/files/retail/Dynamics\\_for\\_Retail\\_Whitepaper\\_RU.pdf](http://download.microsoft.com/documents/rus/dynamics/pdf/files/retail/Dynamics_for_Retail_Whitepaper_RU.pdf).
5. Schwab K. Chetvertaja promyshlennaja revoljucija». M. : Jeksmo, 2016. 230 s.
6. The internet of things: mapping the value beyond the hype. URL : <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/The%20Internet%20of%20Things%20The%20va>.
7. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. What It Means and How to Respond. URL : <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>.

8. Chetverta industrial'na revoljucija i osvita. URL : <http://open.kmbs.ua/ua/articles/op-manage/19593/chetverta-industrialna-revoljucija-i-osvita>.
9. Samsung vidkryv u N'ju-Jorku magazin, jakyj nichogo ne prodaje. URL : <http://loft36.de/ukraina/258608-samsung-vidkryv-u-nyu-jorku-magazin-yakij-nichogo-ne-prodaye.html>.
10. Skil'ky ukrai'nciv zajmajut'sja kreatyvnymy industrijami. URL : [http://www.the-village.com.ua/village/business/number\\_of\\_the\\_day/257505-skilki-ukrayintsiv-zaymayutsya-kreativnimi-industrijami](http://www.the-village.com.ua/village/business/number_of_the_day/257505-skilki-ukrayintsiv-zaymayutsya-kreativnimi-industrijami).
11. Rifkin D. Tret'ja promyshlennaja revoljucija. Kak gorizontal'nye vzaimodejstvija menjajut jenergetiku, jekonomiku i mir v celom : per. s angl. M. : Al'pina non-fikshn, 2014. 410 s.
12. Global Powers of Retailing 2017. The art and science of customers. URL : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/consumer-industrial-products/gx-cip-2017-global-powers-of-retailing.pdf>.
13. Miller M. How Walmart uses technology to connect online. 2014. URL : <http://http://uk.pcmag.com/walmart/33111/opinion/how-walmart-uses-technology-to-connect-online-retail>.
14. Rodriguez M., Paredes F., Yi G. Towards Future Customer Experience: Trends and Innovation in Retail. Foresight and STI Governance. 2016. Vol. 10. № 3. P. 18–28.
15. Manyika J., Chui M., Bisson P., Woetzel J., Dobbs R., Bughin J., Aharon D. The Internet of Things : Mapping the Value beyond the Hype. McKinsey Global Institute. 2015. URL : [https://www.mckinsey.de/sites/mck\\_files/files/unlocking\\_the\\_potential\\_of\\_the\\_internet\\_of\\_things\\_full\\_report.pdf](https://www.mckinsey.de/sites/mck_files/files/unlocking_the_potential_of_the_internet_of_things_full_report.pdf).
16. Shoping budushhego. URL : <https://marieclaire.ua/fashion/shoping-budushhego-kakimi-budut-magazinyi-v-2026-godu>.
17. «Umnyj» ritejl: kak budut vygljadet' magaziny budushhego. URL : [https://iot.ru/ritejl/umnyj\\_ritejl\\_kak\\_budut\\_vyglyadets\\_magaziny\\_budushego](https://iot.ru/ritejl/umnyj_ritejl_kak_budut_vyglyadets_magaziny_budushego).
18. Tehnologii samoobsluzhivaniya uluchshajut sferu obsluzhivaniya. URL : <http://kiosksoft.ru/news/2017/04/19/tehnologii-samoobsluzhivaniya-uluchshat-sferu-obsluzhivaniya-70692>.
19. Vykorystannja informacijno-komunikacijnyh tehnologij na pidpryjemstvah u 2016 roci. URL: [http://csrv2.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publinform\\_u.htm](http://csrv2.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publinform_u.htm).
20. Customer Journey. URL : <http://www.blastam.com/customer-journey>.

УДК 005.591.6

**П'ЯТНИЦЬКА Галина,**

д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту  
Київського національного торговельно-економічного університету;

**НАЙДЮК Віталій,**

генеральний директор ПрАТ «Компанія «Київенергохолдинг»

## МУЛЬТИВАРІАТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

*Обґрунтовано відмінності між стратегією інноваційного розвитку, технологічною та інноваційними стратегіями підприємства й охарактеризовано взаємозв'язки між ними. Систематизовано наукові підходи до класифікації стратегій інноваційного розвитку з визначенням їх мультिवаріативності відповідно до різних класифікаційних ознак. Уточнено класифікацію стратегій інноваційного розвитку та запропоновано додатково поділяти їх за ступенем новизни та видом домінуючих інноваційних змін у процесі розвитку підприємства.*

*Ключові слова:* стратегія інноваційного розвитку, технологічна стратегія, інноваційні стратегії, стратегічне управління, ІТ-технології.

*Пятницкая Г., Найдюк В. Мультивариативность стратегий инновационного развития. Обоснованы различия между стратегией инновационного развития, технологической и инновационными стратегиями предприятия и охарактеризованы взаимосвязи между ними. Систематизированы научные подходы к классификации стратегий инновационного развития с определением их мультивариативности в соответствии с различными классификационными признаками. Уточнена классификация стратегий инновационного развития и предложено дополнительно разделять их по степени новизны и виду доминирующих инновационных изменений в процессе развития предприятия.*

*Ключевые слова:* стратегия инновационного развития, технологическая стратегия, инновационные стратегии, стратегическое управление, IT-технологии.

**Постановка проблеми.** Починаючи з кінця другої половини ХХ ст. і дотепер, багато країн (у т. ч. Україна) наголошують на пріоритетності їх стратегічного курсу інноваційного розвитку економіки. Про це свідчать такі факти і документи: Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (від 26.11.2015 № 848-VIII); приєднання у 2015 р. України у статусі асоційованого члена до Рамкової програми Європейського Союзу з досліджень та інновацій «Горизонт 2020»; постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017–2021 роки» (від 28.12.2016 № 1056) та ін.

---

© П'ятницька Г., Найдюк В., 2018

Невід’ємною складовою інноваційного розвитку економіки будь-якої країни, передусім, є інноваційний розвиток її підприємств, ефективність якого залежить від того, наскільки управління таким розвитком синтезовано зі стратегічним менеджментом [1]. Останнє актуалізує проблематику визначення сутності та мультиваріативності стратегій інноваційного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика інноваційної активності підприємств, у т. ч. питання стратегічного управління їх інноваційним розвитком останнім часом були предметом досліджень іноземних і вітчизняних науковців. М. Хоо акцентував увагу на визначенні складових екосистеми знань підприємства, що сприяє інноваційному розвитку [2]. Дж. Хорнг запропонував синтетичну модель оцінки інноваційних ресторанів, що можна використовувати у процесі їх розвитку [3]. Л. Гуеррас-Мартінта та деякі інші науковці розглянули еволюцію досліджень зі стратегічного управління, у т. ч. присвячених інноваційному розвитку підприємств, та виявили так звані «маятники» цієї еволюції [4]. Було встановлено, що такими «маяниками» є прояви напруги між: фокусом на внутрішні фактори підприємства та атрибутами його зовнішнього середовища; концентрацією уваги на аналізі підприємства та його зовнішнього оточення, з одного боку, та міжособистісними стосунками та працівниками всередині самого підприємства – з іншого. Всебічно дослідили аспекти фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємствами В. Зянько та І. Єпіфанова [5]. Розробили концептуальну модель управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі та розглянули можливості й передумови її застосування в українських реаліях А. Мазаракі та Л. Федулова [6]. В. Жуковська визначила клієнтоорієнтовані інновації, що є детермінантами соціоцінісного розвитку підприємств торгівлі та на яких має акцентуватися увага у процесі стратегічного управління розвитком усіх підприємств сфери послуг [7]. Міжнародні тренди інноваційного розвитку у сфері ресторанного господарства, у межах вивчення яких була розроблена модель сил – драйверів інноваційного розвитку, були предметом і наших нещодавніх досліджень [8]. Проте досі в наукових публікаціях простежується певна неоднозначність у визначенні суті поняття «стратегія інноваційного розвитку».

Зважаючи на мультиваріативність інноваційних змін у процесі управління розвитком підприємства та появу нових і нових інновацій, цілком обґрунтовано стає актуальним удосконалення наукових підходів до класифікації стратегій інноваційного розвитку.

**Метою** дослідження є уточнення сутності та класифікації стратегій інноваційного розвитку. Відповідно до поставленої мети були сформульовані такі завдання: провести критичний аналіз наявних дефініцій поняття «стратегія інноваційного розвитку»; визначити взаємозв’язки між стратегією інноваційного розвитку, технологічною та інноваційними стратегіями підприємства; систематизувати наукові підходи

до класифікації стратегій інноваційного розвитку, визначивши їх мультिवаріативність.

**Матеріали та методи.** В ході дослідження використані методи системного аналізу, морфологічного аналізу, методу порівнянь, анкетного опитування. Інформаційною базою стали наукові праці іноземних та вітчизняних науковців з проблематики стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств, а також дані опитування менеджерів діючих в Україні підприємств.

**Результати дослідження.** Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства прямо пов'язано з розробкою стратегії інноваційного розвитку та її реалізацією на підприємстві. Проте для розроблення чогось треба чітко усвідомлювати, що саме має отримати підприємство в результаті цієї розробки. Як показав проведений аналіз численних наукових публікацій з проблематики стратегічного управління інноваційним розвитком [1; 4; 9–15], наразі науковці достатньо порізному визначають поняття «стратегія інноваційного розвитку» (табл. 1). Останнє, з одного боку, відображає, а з іншого – ускладнює процес усвідомлення суті цієї стратегії менеджерами-практиками.

Як свідчать представлені дефініції поняття «стратегія інноваційного розвитку», деякі науковці [5; 10] вважають, що це стратегія, орієнтована на стимулювання попиту на науково-технічні розробки; інші – ототожнюють її з інструментом розвитку продукції [12]; треті – з інструментом для досягнення цілей підприємства, що відрізняється від інших інструментів своєю новизною [13]. Вважаємо, що зазначені трактування не зовсім (або неповною мірою) відповідають суті інноваційного розвитку підприємства та стратегічного управління ним. Оскільки у першому та другому випадках науковці певним чином поєднують стратегію інноваційного розвитку з елементами маркетингової стратегії – продукцією та її просуванням на ринку. А в третьому випадку фактично йдеться про інноваційність самої стратегії.

Достатньо вдалим вважаємо визначення, запропоноване В. Орловою [9]. Хоч у її дефініції не знайшло чіткого відображення те, що сучасна наукова думка, як правило, розглядає стратегію або як модель, або як генеральний план дій з досягнення стратегічних цілей. Крім того, у визначенні варто було також акцентувати увагу на тому, що ця стратегія орієнтована на перехід підприємства не просто у новий стан, а передбачає його якісні зміни, що відкриють можливості для подальшого зростання.

Дещо заплутано та занадто затеоретизовано виглядає дефініція, яку запропонували А. Дрогобицький, В. Галкін та А. Кубанков (див. табл. 1). Проте перевагою її перед іншими вважаємо те, що в ній згадуються інтелектуальні вимоги та джерела знань, які апріорі необхідні у процесі стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства.



Таблиця 1

**Порівняння дефіційних понять  
«стратегія інноваційного розвитку підприємства»**

Автор(и)/джерело(а)	Зміст	Відмітні характеристики
В. Зянько [5]; Т. Куценко [10, с. 311]	Стратегія, орієнтована для стимулювання попиту на науково-технічні розробки з боку споживачів інноваційної продукції, насамперед підприємницького сектора	Стратегія, орієнтована на стимулювання попиту на науково-технічні розробки
Р. Кулер, С. Едгетт [12, с. 34]	Важливий <i>інструмент</i> розвитку продукції, який може навіть у скрутні часи забезпечити підприємству зростання	Інструмент розвитку продукції
А. Дробобицький, В. Галкін, А. Кубанков [11]	<i>Підхід</i> підприємства до узгодження своїх ресурсів та здатностей з інтелектуальними вимогами стратегії, що може бути описаний у двох вимірах залежно від ступеня його агресивності: ступеня, якого організація потребує для зростання своїх знань та розміщення первинного джерела знань поза або всередині організації	Підхід до узгодження ресурсів та здатностей підприємства з інтелектуальними вимогами стратегії
В. Орлова [9, с. 82]	<i>Комплекс дій</i> щодо переходу підприємства в новий стан за новими характеристиками шляхом впровадження інновацій різного спрямування (технологічних, продуктових, управлінських, організаційних тощо), що стає основою формування їх конкурентних переваг та позиціонування на конкурентних товарних ринках	Комплекс дій щодо переходу підприємства в новий стан шляхом впровадження інновацій
Л. Шафієва [13, с. 123]	Один із <i>засобів</i> досягнення цілей підприємства, який відрізняється від інших інструментів своєю новизною, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому. Взаємопов'язаний <i>комплекс дій</i> , спрямований на зміцнення життєздатності та конкурентоспроможності суб'єктів	Засіб досягнення цілей, що відрізняється від інших своєю новизною або взаємопов'язаний комплекс дій щодо зміцнення життєздатності та конкурентоспроможності
К. Вергал [14, с. 27]	<i>Стратегія</i> , що враховує основні базисні процеси в організації та в її зовнішньому середовищі, можливості зростання інноваційного потенціалу організації, та в якій мають бути стратегічні управлінські рішення, такі як орієнтовані на майбутнє, на постійні зміни середовища та пов'язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу	Стратегія, що враховує можливості зростання інноваційного потенціалу та базується на стратегічних рішеннях, орієнтованих на постійні зміни

Джерело: розроблено авторами.

Цілком слушно К. Вергал спробував відобразити у визначенні наявність певного взаємозв'язку між можливостями зростання інноваційного потенціалу та використанням інтелектуального капіталу [14]. Проте у трактуванні цього науковця є слабкі місця. Інноваційний розвиток підприємства та його стратегія не завжди вимагає залучення значних матеріальних ресурсів і деякі інноваційні зміни взагалі можуть бути спрямовані на зниження рівня витрат цих ресурсів. А тому наголошувати на значних обсягах їх використання у дефініції поняття «стратегія інноваційного розвитку підприємства», як це зробив К. Вергал, не зовсім доречно.

Враховуючи наведені результати критичного аналізу різних дефініцій, пропонуємо уточнити зміст поняття «*стратегія інноваційного розвитку підприємства*» та визначати його у вузькому сенсі, як генеральний план або модель дій підприємства на ринку, реалізація якої(ого) спрямована на досягнення стратегічних цілей інноваційного розвитку підприємства. В широкому сенсі пропонуємо стратегію інноваційного розвитку розглядати як генеральний план або модель дій, що дозволить у стратегічній перспективі змінити стан підприємства та його конкурентну позицію завдяки інноваціям та досягненню стратегічних цілей інноваційного розвитку, визначення та реалізація яких має відбуватися на науково обґрунтованій основі з урахуванням ринкових можливостей та загроз і наявності передумов для інноваційного розвитку підприємства (у т. ч. пов'язаними з рівнем його інноваційного потенціалу та наявним інтелектуальним капіталом).

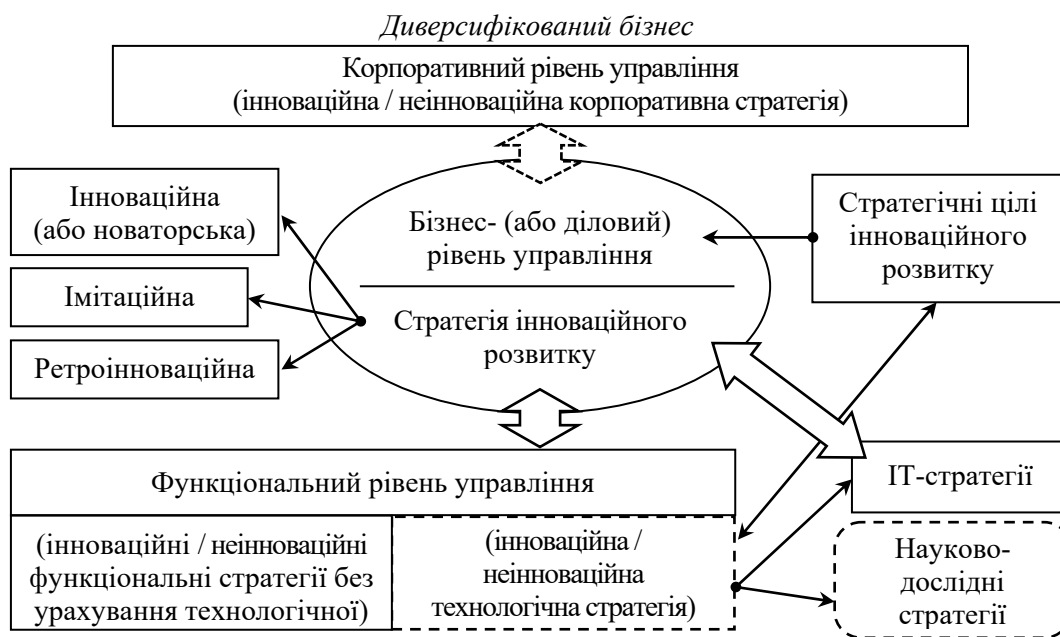
Водночас у цілому будь-які стратегічні кроки потенційно мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше часто ґрунтуються на рішеннях щодо нововведень в економічній, виробничій, збутовій, управлінській сферах діяльності підприємства. Фактично на практиці формування стратегії інноваційного розвитку, як слушно зауважив С. Ілляшенко [16], передбачає безупинний пошук і використання нових способів і сфер реалізації інноваційного потенціалу підприємства у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятної мотивації діяльності, що пов'язаний або з виходом на нові ринки збуту чи з продуктовими нововведеннями тощо.

Наразі є різні класифікації стратегій інноваційного розвитку. При цьому іноді науковці ототожнюють поняття «стратегія інноваційного розвитку» з такими поняттями, як «інноваційна стратегія» та «технологічна стратегія» (або стратегія НДДКР – науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт чи НДПКР – науково-дослідних, проектно-конструкторських робіт). Це є некоректним і обумовлює певну плутанину у класифікації стратегій.

Інноваційною (або новаторською) може бути названа будь-яка абсолютно нова для певного підприємства чи компанії стратегія незалежно від того, на якому рівні управління вона розробляється та реалізується. Тоді як стратегія інноваційного розвитку є стратегією бізнесу (або ділового) рівня управління. Технологічна стратегія є стра-

тегією функціонального рівня управління, вибір та реалізація якої розгортається через «...визначення позицій підприємства у сфері досліджень та розробок нових технологій і товарів, визначення та посилення конкурентних переваг за рахунок патентів, ноу-хау, особливостей у роботі з ліцензіями при їх купівлі та продажі» [15, с. 256]. Інакше кажучи, технологічна стратегія – це стратегія, пов’язана з побудовою, підтримкою та експлуатацією технологічних активів підприємства [17]. В іноземних компаніях технологічна стратегія традиційно виражається в документі, що пояснює, яким чином технології доцільно використовувати як частину загальної корпоративної стратегії організації та кожної бізнес-стратегії [4; 17; 18].

Не дивлячись на те, що за своєю суттю поняття «стратегія інноваційного розвитку» (в англійських публікаціях «*an innovation strategy*») або «*strategy of innovation development*»), «інноваційна стратегія» (в англійських публікаціях «*innovative strategy*») та «технологічна стратегія» (в англійських публікаціях «*technology strategy*») або «*technology-based strategy*») не збігаються, між ними на практиці є тісний взаємозв’язок (рис. 1).



[---] Пунктирна лінія свідчить про ймовірнісний характер взаємозв’язку (наприклад, коли йдеться про недиверсифікований або вузькоспеціалізований бізнес – такий взаємозв’язок відсутній) чи необов’язковість розробки стратегії (наприклад, за умови відсутності на підприємстві власного науково-дослідного підрозділу).

**Рис. 1. Взаємозв’язки між стратегією інноваційного розвитку, технологічною та інноваційними стратегіями підприємства**

*Джерело: розроблено авторами.*

Технологічна стратегія (або стратегія НДДКР чи НДПКР), що розробляється на підприємстві на функціональному рівні у випадку наявності спеціального науково-дослідного підрозділу та/ або ІТ-відділу, прямо впливає як на визначення загальних стратегічних цілей іннова-

ційного розвитку підприємства, так і на стратегічні плани щодо їх досягнення (тобто реалізацію самої стратегії інноваційного розвитку підприємства). Стратегічні цілі інноваційного розвитку часто обумовлюють низку стратегічних завдань для науково-дослідного підрозділу та/ або ІТ-відділу підприємства, впливаючи на змістове наповнення технологічної стратегії.

Спираючись на результати низки досліджень [4; 15; 19–20], цілком обґрунтованим вважаємо поділ технологічних стратегій (або стратегій НДДКР чи НДПКР) на такі види, як:

- наступальну, що передбачає розробку нових технологічних рішень з метою забезпечення зростання через інтенсифікацію та/ або диверсифікацію;
- захисну, що передбачає прийняття таких технологічних рішень, які дозволять підтримувати життєвий цикл товарної пропозиції підприємства;
- наступально-захисну, що передбачає значну капіталомісткість фундаментальних і прикладних науково-дослідних розробок, та, як правило, придбання ліцензій на застосування новітніх технологій;
- проникнення, що застосовується, коли нова технологія та нова наукова розробка є найкращим способом проникнення на ринок;
- реакції, що застосовуються, коли ймовірний так званий «технологічний прорив» з боку конкурентів. Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку стратегія НДДКР окремого підприємства, як слушно наголошують Б. Бачевський, І. Заблодська, О. Решетняк [20], повинна враховувати дані науково-технічного прогнозування та формуватися на основі існуючих і перспективних наукових та технологічних досягнень вітчизняного та світового рівня.

В умовах розвитку інформаційного суспільства науковці [4; 19] все частіше, визначаючи технологічну стратегію, мають на увазі стратегію інформаційних технологій (або ІТ-стратегію). В ІТ-стратегіях, у першу чергу, акцентується увага на самих ІТ-технологіях та в деяких випадках на тих, хто безпосередньо керує ними. М. Еванс [19] визначив технологічні стратегії, пов'язані з ІТ, які можуть покращити результати діяльності підприємства на ринку в сучасних умовах господарювання та, на наш погляд, сприятимуть його інноваційному розвитку. Це стратегії:

- використання соціальних мереж для розширення обсягів своїх продажів, що передбачає визначення інтернет-платформ та спільнот, де потенційні клієнти підприємства, як правило, проводять час та розробку заходів щодо взаємодії з ними на підґрунті їх інтересів та зацікавлення інформацією, яку вони не можуть отримати в іншому місці (тобто не від самого підприємства);
- впровадження нових технологій для оптимізації бізнесу (наприклад, застосування сучасних фінансових систем (зокрема, *Oracle*, *QuickBooks*); створення зручних веб-сайтів, онлайн-каталогів та центрів обробки викликів/ замовлень і т. п.; спрощення системи управління запасами шляхом її автоматизації тощо. Варто наголосити, що практично кожного року з'являються нові технології, що спершу

починають використовувати великі за розміром підприємства, але які досить швидко адаптуються і до потреб малого бізнесу. Прикладами таких адаптацій є: відео в режимі реального часу за запитом (особливо на планшетах), що нині широко використовують різні за розміром підприємства у маркетингових цілях, передусім, з метою просування продукції та послуг; технологія управління взаємозв'язками з клієнтами (CRM) в інтернеті, що у т.ч. передбачає персоналізацію клієнтів, накопичення інформації про досвід взаємозв'язків з підприємством; технологія миттєвих відповідей на запитання клієнтів за допомогою планшетів і т. п. і т. д.;

- розміщення бізнесу у «хмарі» (так звана стратегія хмарних технологій), що передбачає постачання апаратних та програмних послуг через мережу;

- створення мобільного додатку, переваги якого пов'язані з тим, що сьогодні мобільні додатки на смартфонах можуть робити більше, ніж завантажувати музику чи маршрути – ними можна користуватися, займаючись бізнесом.

Генерування стратегії інноваційного розвитку, як свідчать дані (див. *рис. 1*), може вимагати інноваційних змін як на корпоративному (у випадку диверсифікованого бізнесу), так і на функціональному рівнях управління, коли один-два або навіть усі функціональні підрозділи підприємства стають перед необхідністю розробки нових (інноваційних для підприємства) стратегій (виробничої, маркетингу, управління персоналом і т. п., у т. ч. технологічної за наявності науково-дослідного підрозділу).

Оскільки характеристика «інноваційна» може застосовуватися до будь-якої стратегії, якщо вона абсолютно нова, то стратегія інноваційного розвитку не може бути тут винятком. Єдина відмінність від інших стратегій, які отримують характеристику «інноваційна», на наш погляд, має полягати у тому, що коли йдеться про інноваційну стратегію інноваційного розвитку, то це означає новизну на рівні галузевого ринку. Іншими словами, така стратегія за своїм змістовим наповненням є абсолютно новою для галузі та передбачає унікальні зміни. Поряд з цим, пропонуємо виділяти ще два різновиди стратегій інноваційного розвитку за ступенем їх новизни для галузевого ринку, на якому функціонує та розвивається підприємство, та самого підприємства:

- імітаційну, тобто таку, коли підприємство повністю чи частково у своєму розвитку імітує інноваційні зміни, що реалізували інші підприємства на галузевому ринку;

- ретроінноваційну, тобто таку, коли підприємство, зорієнтоване на інноваційні зміни у розвитку, але вони не є абсолютно новими для підприємства.

Повертаючись до класифікації стратегій інноваційного розвитку, що були запропоновані іншими науковцями, констатуємо, що, незважаючи на їх неоднорідність, всі вони так чи інакше пов'язані з інноваціями чи інноваційною діяльністю підприємства (*табл. 2*).

## Наукові підходи до класифікації стратегій інноваційного розвитку

Автор(и) / джерело(а)	Критерій (класифікації)	Мультиваріативність стратегії
Б. Санто [21]	Рівень Характер Предмет змісту на підприємстві	Інституційні (на рівні підприємства) та центральні (на рівні держави, галузі, ринку) Стратегії плановиків; стратегії реалізаторів
О. Ковтун [22]	Спрямування на господарські одиниці бізнесу у диверсифікованих компаніях	Стратегії в галузі досліджень і розробок; стратегії продуктової структури та ринкової орієнтації Корпоративні (або для підприємств в цілому); інноваційні стратегії бізнес-одиниць; інноваційні стратегії окремих бізнес-процесів; конкретних господарських операцій інноваційного змісту на рівні окремих підрозділів
Б. Фішман [23]	Тип інноваційних змін	Стратегії: самостійного виробництва інновацій; «швидкого другого»; «відставання з мінімальними витратами»; «заповнення пробілів»
Р. Фатхутдінов [24]	Інновації залежні від розміру підприємства	Віолентна (або силова); комутантна (або пристосування); патіентна (або нішова); експлерентна (або піонерська)
Г. Пізано [25]	Технологічна інновація та інвестування в інновації бізнес-моделей	Руйнівна (вимагає нової бізнес-моделі при використанні наявних технічних компетенцій); рутинна (використання наявних бізнес-моделей та технічних компетенцій); архітектурна (вимагає нової бізнес-моделі та нових технічних компетенцій); радикальна (використання наявної бізнес-моделі при потребі у нових технічних компетенціях)
А. Гришук, Н. Данилевич, З. Юринець та ін. [26]	Стадія інноваційного розвитку підприємства, типом інновації та ступенем її оригінальності	30 різновидів стратегій залежно від комбінації трьох параметрів: стадії інноваційного розвитку (5 альтернатив – інноваційний розвиток, що ґрунтується на: творчості, компетенції, делегуванні, координатції, співпраці); тип інновації (продукт, процес, бізнес-модель); ступінь оригінальності інновації (інновації лідера/першопрохідця, інновації реакції на дії лідера)
В. Янаш [27], З. Юринець [28]	Спосіб впровадження інновацій за ступенем їх оригінальності	Стратегії: інноваційного лідерства та реакції на дії інноваційного лідера, що може приймати форми творчої імітації, використання досвіду новатора і його нових продуктів для виходу на ринок із власними продуктами і програмами тощо
М. Доджсон, Д. Ганн, А. Салтер [29]	Активність дій	Проактивна, що передбачає значні витрати на інноваційні дослідження; активна (або наступальна) – включає в себе захист існуючих технологій і ринків, але з готовністю швидко реагувати на швидкі зміни зовнішнього середовища; реактивна, що передбачає забезпечення низького ризику впровадження інновацій за рахунок застосування тактики послдовників; пасивна (або захисна), що реалізується лише у відповідь на чіткі вимоги споживачів продукції та/або послуг
С. Радинський [30]	Поведінка підприємства у ринковому середовищі	Три типи стратегій: наступальна, оборонна, комбінована; 16 підтипів стратегій: активна наступальна, помірна наступальна, проактивна, реактивна, лідерства, продуктова, «кидання виклику», «партизанської війни», імітаційна, захисна, доповнююча, «за нагодою», залежна, очікування, злиття та придбання, оперативного реагування

Джерело: розроблено авторами.

Варто зауважити, що деякі науковці, проводячи класифікацію стратегій інноваційного розвитку, певним чином намагаються ототожнювати їх з відомими різновидами стратегій конкуренції (наприклад, як це робить Р. Фатхутдінов) або змішувати декілька класифікаційних ознак в одну без визначення альтернатив при їх поєднанні чи виділенні таких, що не зовсім відповідають задекларованій класифікаційній ознаці (наприклад, у випадку виділення С. Радинським продуктової стратегії інноваційного розвитку за поведінкою підприємства у ринковому середовищі).

У цілому підтримуючи думку І. Федулової, що основними чинниками, які визначають побудову сучасної системи класифікації стратегій інноваційного розвитку підприємства, мають бути «...цілі інноваційної діяльності і вибір засобів їх досягнення, напрями інноваційного розвитку, тип конкурентної стратегічної технологічної поведінки, тип конкурентної ринкової поведінки, джерела отримання ресурсів, тип використовуваного інноваційного процесу» [31, с. 128], дотримуємося точки зору щодо недоцільності проведення занадто складної і важкої для розуміння та сприйняття практиками класифікації цих стратегій. Особливо це стосується практики управління розвитком підприємств малого бізнесу. На практиці найбільш зручною у використанні, як показало проведене нами у 2017 р. опитування менеджерів підприємств (у сферах енергетичної промисловості, торгівлі, ресторанного господарства), є проста класифікація стратегій. До такої майже 87 % з 45 респондентів віднесли запропонований нами поділ стратегій інноваційного розвитку за ступенем їх новизни для галузевого ринку та самого підприємства, відповідно до чого можна розрізняти новаторську, імітаційну та ретроінноваційну стратегії інноваційного розвитку, а також запропонований М. Доджсоном, Д. Ганном, А. Салтером поділ за активністю дій, відповідно до якого стратегія інноваційного розвитку на підприємстві може бути проактивною, активною (або наступальною), реактивною та пасивною (або захисною). Поряд з цим, менеджери-респонденти наголосили, що цілком доречно було б розрізняти стратегії залежно від виду інновацій, що є домінуючими у інноваційному розвитку підприємства. У зв'язку з зазначеним, пропонуємо доповнити наявну класифікацію стратегій інноваційного розвитку та за видом домінуючих інноваційних змін розрізняти стратегії:

- продуктоорієнтованого інноваційного розвитку;
- процесоорієнтованого інноваційного розвитку;
- маркетинговоорієнтованого інноваційного розвитку;
- організаційноорієнтованого інноваційного розвитку;
- інноваційного розвитку з комбінованою орієнтацією, що передбачає впровадження у процесі розвитку від двох до чотирьох видів інновацій (без домінування якогось одного виду).

**Висновки.** Виявлено, що нині є певна плутанина у визначенні понять «стратегія інноваційного розвитку», «інноваційна стратегія» та «технологічна стратегія», що ускладнює систему комунікаційної вза-

емодії у процесі стратегічного управління розвитком підприємств. Обґрунтована нетотожність цих понять, незважаючи на те, що між ними було визначено чіткі прямі та опосередковані взаємозв'язки у процесі стратегічного управління підприємством. Запропоновано доповнити наявну класифікацію стратегій інноваційного розвитку за такими ознаками як ступінь новизни та вид домінуючих інноваційних змін, що сприятиме вдосконаленню процесу вибору стратегій інноваційного розвитку на практиці.

Отримані дані можуть бути у подальшому використані для проведення досліджень з проблематики стратегічного управління розвитком підприємств різних сфер економічної діяльності, вдосконаленню інструментарію вибору стратегій.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сухоруков А. В. Система стратегического управления инновационным развитием мебельного предприятия. Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14. Вып. 2. Ч. 2. С. 420–426.
2. Huo M. The Study of Knowledge Innovation Based on Enterprise Knowledge Ecosystem. Business and Management Research. 2013. Vol. 2, Issue 1. P. 69–73.
3. Horng J. S., Chou S. F., Liu C. H., Tsai C. Y. Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. Tourism Management. 2013. Vol. 36. P. 15–25.
4. Guerras-Martín L.A., Madhok A., Montoro-Sánchez Á. The evolution of strategic management research: Recent trends and current directions. Business Research Quarterly. April–June, 2014. Vol. 17. Issue 2. P. 69–76.
5. Зянько В. В., Єпіфанова І. Ю., Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України. Вінниця : ВНТУ, 2015. 172 с.
6. Мазаракі А. А., Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі. Підприємництво і торгівля : зб. наук. пр. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2017. Вип. 21. С. 20–25.
7. Жуковська В. М. Клієнтоорієнтовані інновації як детермінанта соціоціннісного розвитку підприємств торгівлі. International Scientific-Practical Conference from Baltic to Black Sea: National Models of Economic Systems: Conference Proceedings, (March 25, 2016, Riga). Riga : BaltijaPublishing, 2016. Part 1. P. 144–147.
8. П'ятницька Г. Т., Григоренко О. М., Найдюк В. С. Інновації у розвитку підприємств ресторанного господарства: міжнародні тренди та українські реалії в умовах домінування ринкових загроз. Підприємництво і торгівля : зб. наук. пр. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2017. Вип. 21. С. 119–128.
9. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Екон. новелів. вісн. 2015. № 1 (8). С. 79–85.
10. Куценко Т. М. Теоретичні основи формування стратегії інноваційного розвитку в контексті інтенсифікації інноваційних процесів. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 4. С. 308–317.
11. Дрогобыцкий А. И., Галкин В. Е., Кубанков А. Н. Общая характеристика стратегий инновационного развития предприятий. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/obschaya-harakteristika-strategiy-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatij>.
12. Cooper R. G., Edgett S. J. Developing a Product Innovation and Technology Strategy for Your Business. Research-Technology Management. May–June, 2010. Vol. 53. P. 33–40.



13. Шафієва Л. Г. Особливості формування стратегії інноваційного розвитку підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Наук. вісн. Міжнарод. гуманітар. ун-ту. Серія : Економіка і менеджмент. 2015. № 13. С. 123–126.
14. Вергал К. Ю. Теоретико-методологічні основи розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства. Управління розвитком. 2008. № 19. С. 27–28.
15. П'ятницька Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму. Київ : Логос, 2006. 568 с.
16. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи. Суми : ВТД «Унів. кн.», 2003. 278 с.
17. Floyd S. W., Wolf C. Technology Strategy ; Narayanan V. K., O'Connor G. C. Encyclopedia of technology and innovation management. West Sussex : Wiley, 2010. P. 125–128.
18. Kotelnikov V. Developing Your Technology Strategy: Building, Maintaining and Exploiting our Company's Technological Assets. URL : //www.1000ventures.com/business\_guide/im\_tech\_strategy.html.
19. Evans M. 5 Technology-Based Strategies To Supercharge Your Business. Oct., 2013. URL : <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2013/10/22/5-technology-based-strategies-to-supercharge-your-business/#74e237714c4b>.
20. Бачевський Б. Є., Заблудська І. В., Решетняк О. О. Потенціал і розвиток підприємства. Київ : Центр учб. л-ри, 2009. 400 с.
21. Санто Б. Сила інноваційного саморозвиття. Інновації. 2004. № 2. С. 5–15.
22. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади. Економіка України. 2013. № 4 (6170). С. 44–56.
23. Инновационный менеджмент: концепции, многоуровневая стратегия и механизмы инновационного развития ; ред. В. М. Аньшин; 3-е изд., перераб. и доп. М. : Дело, 2007. 584 с.
24. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. СПб. : Питер, 2011. 448 с.
25. Pisano G. P. You Need an Innovation Strategy. June. 2015. URL : <https://hbr.org/2015/06/you-need-an-innovation-strategy>.
26. Гришук А., Данилевич Н., Макара О., Урба С., Юринець З. Конкурентоспроможність національної економіки: тенденції, перспективи, соціальні орієнтири. Луцьк : Вежа-Друк, 2012. 292 с.
27. Janasz W. Strategie organizacji innowacyjnych. Studia i prace wydziału nauk ekonomicznych i zarządzania. 2010. № 21. S. 45–58.
28. Юринець З. В. Формування інноваційних стратегій: теорія, методологія, практика. Львів : СПОЛОМ, 2016. 412 с.
29. Dodgson M., D. Gann, A. Salter The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice ; 2<sup>nd</sup> ed. Oxford University Press, 2008. 408 p.
30. Радинський С. Класифікація інноваційних стратегій підприємства. Соціально-економічні проблеми і держава. 2013. Вип. 2 (9). С. 277–285.
31. Федулова І. В. Класифікація інноваційних стратегій. Теорії мікро- та макро-економіки: зб. наук. пр. Акад. муніцип. госп. 2010. № 35. С. 122–130.

*Стаття надійшла до редакції 08.02.2018.*

***Piatnytska G., Naidiuk V. Multivariability of innovation development strategies.***

***Background.*** At present, many countries (including Ukraine) emphasize the priority of their strategic course for innovation development of the economy.

*An integral part of the economy innovation development is the innovation development of its enterprises, which efficiency depends on synthesis between Management of Innovation Development and Strategic Management. Therefore, clarification of the essence and multivariability of innovation development strategies are relevant problems.*

**Analysis of recent research and publications.** Problems of enterprises innovation activity (incl. the issues of strategic management of their innovation development) have been researched in the scientific papers of foreign and domestic scholars.

The **aim** of the study is to clarify the nature and classification of innovation development strategies. In accordance with the aim, the following objectives were formulated: to carry out a critical analysis of the existing definitions of the concept of «strategy of innovation development»; to determine the interrelations between the strategy of innovation development, technology-based and innovative strategies of the enterprise; to systematize scientific approaches to the classification of innovation development strategies, defining their multivariability.

**Materials and methods.** The information base of the research was the scientific publications of foreign and domestic scientists on the issue of the strategic management of enterprises innovation development, and data collected during the survey of managers of Ukrainian enterprises. To achieve the aim and objectives there were used the following methods: system analysis, morphological analysis, comparison method, questionnaire survey.

**The results of the research.** According to the results of the critical analysis of various definitions of the concept of «strategy of the enterprise innovation development», its content is specified. It is proposed in the narrow sense to define the strategy of the enterprise innovation development as a general plan or model of the company's activities on the market, the realization of which is aimed at achieving the strategic goals of the enterprise innovation development. In the broad sense, a strategy of innovation development has been defined as a general plan or a model of action that will allow to change the state of the enterprise and its competitive position in the strategic perspective through innovations and achievement of strategic goals of its innovation development, setting and realization of which should take place on a scientifically grounded basis that taking into account market opportunities and threats, as well as the existing preconditions for the enterprise innovation development (including the level of its innovation potential and the available intellect capital).

The differences and interrelations between the strategy of innovation development, technology-based strategy and innovative strategies of the enterprise are determined.

It is proved that innovative can be called any completely new strategy for a particular company or enterprise, regardless of the level of management where it is developed and implemented. It is established that the strategy of innovation development is a strategy of business level of management. It is also substantiated that the technology-based strategy is developed at the functional level of management in the case of the presence of a special research unit at the enterprise.

It is proposed to improve the classification of innovation development strategies and to supplement it with such classification features as the degree of novelty and the type of dominant innovation changes. According to the first classification feature, it is proposed to allocate innovative, simulation and retro-innovative strategies of innovation development. According to the type of dominant innovation changes, the following multivariability strategies are proposed: product-oriented innovation development; process-oriented innovation development; marketing-oriented innovation development; organizationally oriented innovation development and innovation development with a combined orientation, which involves the introduction from two to four types of innovations in the development process (without the dominance of any one type).

**Conclusions.** It is revealed some confusion in modern defining the concepts of «strategy of innovation development» (or «an innovation strategy»), «innovative strategy» and «technology-based strategy», which complicates the system of communication interaction in the strategic management of enterprise development. The non-identity of these concepts is substantiated, despite the fact that between them were determined clear direct and indirect interconnections in the process of enterprise strategic management. It is proposed to supplement the existing classification of innovation development

*strategies, which will help to improve the process of choosing innovation development strategies in practice.*

*The results of the study may be further used to improve the tools for choosing innovation development strategies and to solve other problems of strategic management of enterprises development.*

*Keywords:* strategy of innovation development, enterprise, technology-based strategy, innovative strategies, classification, strategic management, innovation, IT-technologies.

## REFERENCES

1. Suhorukov A. V. Sistema strategicheskogo upravlenija innovacionnym razvitiem mebel'nogo predpriyatija. *Izv. Sarat. un-ta. Nov. ser. Serija: Jekonomika. Upravlenie. Pravo.* 2014. T. 14. Vyp. 2. Ch. 2. S. 420–426.
2. Huo M. The Study of Knowledge Innovation Based on Enterprise Knowledge Ecosystem. *Business and Management Research.* 2013. Vol. 2, Issue 1. P. 69–73.
3. Horng J. S., Chou S. F., Liu C. H., Tsai C. Y. Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. *Tourism Management.* 2013. Vol. 36. P. 15–25.
4. Guerras-Martín L.A., Madhok A., Montoro-Sánchez Á. The evolution of strategic management research: Recent trends and current directions. *Business Research Quarterly.* April–June, 2014. Vol. 17. Issue 2. P. 69–76.
5. Zjan'ko V. V., Jepifanova I. Ju., Zjan'ko V. V. Innovacijna dij'al'nist' pidpryjemstv ta i'i' finansove zabezpečennja v umovah transformacijnyh zmin ekonomiky Ukrainy. *Vinnycja : VNTU,* 2015. 172 s.
6. Mazaraki A. A., Fedulova L. I. Konceptual'ni zasady upravlinnja innovacijnym rozvytkom pidpryjemstv sfery torgivli. *Pidpryjemnyctvo i torgivlja : zb. nauk. pr. L'viv : Vyd-vo L'viv. torg.-ekon. un-tu,* 2017. Vyp. 21. S. 20–25.
7. Zhukovs'ka V. M. Klijentoorijentovani innovacii' jak determinanta sociocinnisnogo rozvytku pidpryjemstv torgivli. *International Scientific-Practical Conference from Baltic to Black Sea: National Models of Economic Systems: Conference Proceedings, (March 25, 2016, Riga). Riga : BaltijaPublishing,* 2016. Part 1. R. 144–147.
8. P'jatnyč'ka G. T., Grygorenko O. M., Najdjuk V. S. Innovacii' u rozvytku pidpryjemstv restorannogo gospodarstva: mizhnarodni trendy ta ukrai'ns'ki realii' v umovah dominuvannja rynkovykh zagroz. *Pidpryjemnyctvo i torgivlja : zb. nauk. pr. L'viv : Vyd-vo L'viv. torg.-ekon. un-tu,* 2017. Vyp. 21. S. 119–128.
9. Orlova V. M. Strategija innovacijnogo rozvytku pidpryjemstva. *Ekon. nobeliv. visn.* 2015. № 1 (8). S. 79–85.
10. Kucenko T. M. Teoretychni osnovy formuvannja strategii' innovacijnogo rozvytku v konteksti intenyfikacii' innovacijnyh procesiv. *Marketynig i menedzhment innovacij.* 2012. № 4. S. 308–317.
11. Drogobyckij A. I., Galkin V. E., Kubankov A. N. Obshhaja harakteristika strategij innovacionnogo razvitija predpriyatij. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/obschaya-harakteristika-strategiy-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatij>.
12. Cooper R. G., Edgett S. J. Developing a Product Innovation and Technology Strategy for Your Business. *Research-Technology Management.* May–June, 2010. Vol. 53. P. 33–40.
13. Shafijeva L. G. Osoblyvosti formuvannja strategii' innovacijnogo rozvytku pidpryjemstva v umovah nevyznachenosti zovnishn'ogo seredovyshha. *Nauk. visn. Mizhnarod. gumanitar. un-tu. Serija : Ekonomika i menedzhment.* 2015. № 13. S. 123–126.
14. Vergal K. Ju. Teoretyko-metodologichni osnovy rozrobky strategii' innovacijnogo rozvytku pidpryjemstva. *Upravlinnja rozvytkom.* 2008. № 19. S. 27–28.

15. P'jatnyc'ka G. T. Upravlinnja pidpryjemstvom v epohu globalizmu. Kyi'v : Logos, 2006. 568 s.
16. Illjashenko S. M. Upravlinnja innovacijnym rozvytkom: problemy, koncepcii', metody. Sumy : VTD «Univ. kn.», 2003. 278 s.
17. Floyd S. W., Wolf C. Technology Strategy ; Narayanan V. K., O'Connor G. C. Encyclopedia of technology and innovation management. West Sussex : Wiley, 2010. P. 125–128.
18. Kotelnikov V. Developing Your Technology Strategy: Building, Maintaining and Exploiting our Company's Technological Assets. URL : [//www.1000ventures.com/business\\_guide/im\\_tech\\_strategy.html](http://www.1000ventures.com/business_guide/im_tech_strategy.html).
19. Evans M. 5 Technology-Based Strategies To Supercharge Your Business. Oct., 2013. URL : <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2013/10/22/5-technology-based-strategies-to-supercharge-your-business/#74e237714c4b>.
20. Bachevs'kyj B. Je., Zablods'ka I. V., Reshetnjak O. O. Potencial i rozvytok pidpryjemstva. Kyi'v : Centr uchb. l-ry, 2009. 400 s.
21. Santo B. Sila innovacionnogo samorazvitija. Innovacii. 2004. № 2. S. 5–15.
22. Kovtun O. I. Innovacijni strategii' pidpryjemstv: teoretyko-metodologichni zasady. Ekonomika Ukrainy. 2013. № 4 (6170). C. 44–56.
23. Innovacionnyj menedzhment: koncepcii, mnogourovnevaja strategija i mehanizmy innovacionnogo razvitija ; red. V. M. An'shin; 3-e izd., pererab. i dop. M. : Delo, 2007. 584 s.
24. Fathutdinov R. A. Innovacionnyj menedzhment. SPb. : Piter, 2011. 448 s.
25. Pisano G. P. You Need an Innovation Strategy. June. 2015. URL : <https://hbr.org/2015/06/you-need-an-innovation-strategy>.
26. Gryshhuk A., Danylevych N., Makara O., Urba S., Jury nec' Z. Konkurento-spromozhnist' nacional'noi' ekonomiky: tendencii', perspektyvy, social'ni orijentyry. Luc'k : Vezha-Druk, 2012. 292 s.
27. Janasz W. Strategie organizacji innowacyjnych. Studia i prace wydziału nauk ekonomicznych i zarządzania. 2010. № 21. S. 45–58.
28. Jury nec' Z. V. Formuvannja innovacijnyh strategij: teorija, metodologija, praktyka. L'viv : SPOLOM, 2016. 412 s.
29. Dodgson M., D. Gann, A. Salter The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice ; 2<sup>nd</sup> ed. Oxford University Press, 2008. 408 p.
30. Radyns'kyj S. Klasyfikacija innovacijnyh strategij pidpryjemstva. Social'no-ekonomichni problemy i derzhava. 2013. Vyp. 2 (9). S. 277–285.
31. Fedulova I. V. Klasyfikacija innovacijnyh strategij. Teorii' mikro- ta makro-ekonomiky: zb. nauk. pr. Akad. municyp. gosp. 2010. № 35. S. 122–130.

UDC 005.591.4:334.7

**KASIANOVA Anastasiia,**

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economics  
and Finance of an Enterprise, Kyiv National University of Trade and Economics

## **CORPORATE REORGANIZATIONS: INTERNATIONAL EXPERIENCE**

*The article is devoted to the issues of corporate reorganizations in Ukraine and abroad. The ideas of the author relate to comparison of legal support by choosing certain types of corporate reorganizations, their difference between the countries and between each other. The author indicates the peculiarities of each type of reorganizations abroad, their advantages and disadvantages. Recommendations as to solving a problem of lack of corporate reorganization types in terms of managing them in the national legislation have been given. Mergers and acquisitions are considered by the author as the most popular reorganization types, so its scope and significance for Ukrainian economy are presented in figures.*

*Keywords:* corporate reorganization, merger, division, taxation, types of reorganization.

*Касьянова А. Реорганизация корпораций: международный опыт. Статья посвящена вопросам реорганизации предприятий в Украине и странах за ее пределами. Идеи автора обращены к сравнению юридического подспорья при выборе определенных видов реорганизации, к их разнице в исследуемых странах и между собой. Автор описывает особенности каждого вида реорганизации, их достоинства и недостатки. Даны рекомендации по решению проблемы недостатка выбора видов корпоративной реорганизации управления ними в национальном юридическом контексте. Слияния и поглощения признаны автором самым популярным видом реорганизации, следовательно, их масштаб и значимость для украинской экономики представлены в цифрах.*

*Ключевые слова:* реорганизация предприятий, слияние, разделение, налогообложение, типы реорганизаций.

**Background.** In the modern economy, reorganization of corporations, irrespective of their scope and kind of activity, appears to be a perennial problem while achieving multidirectional goals: starting from the period when a company gets from the ground, is on the rocks, gets rid of the dead wood in managerial system or, on the contrary, wants to bear fruits or branch out into new markets. In connection with this, companies plough money into planning such cooperative strategies as mergers, amalgamations, divestitures and restructuring. In the media we often hear or read about acquisitions and mergers among large companies in Ukraine and abroad, some of them are really much spoken of.

---

© Kasianova A., 2018

While structuring the purchase and sale of a corporate business in the USA or in the EU, an important decision must be made, namely whether to cast the transaction in the form of taxable purchase (stock or assets) or tax-free reorganization.

**Analysis of the recent researches and publications.** The questions concerning the research of the problems of corporate reorganizations were considered in the works of Y. M. Palyga, V. J. Pavlov, G. T. Pyatnytska, V. M. Grynova, V. A. Yevtushevskiy, D. V. Zadukhaylo, I. A. Ignatyeva, J. M. Umantsiv [1–8]. Reorganization issues are the object of discussion in American university reviews and are the object of application in big corporations all over the world.

The **aim** of the article is to describe and compare at least some basic corporate reorganization issues, explaining the difference between the terms «restructuring» and «reorganization», studying advantages and disadvantages of each type of reorganization according to legislation of different countries and listing the most significant M&A deals in Ukraine recently.

**Material and methods.** In the article, the author reviews milestone points of a company reorganization, its directions and types in order to, using a comparative method of a research, analyze main principles of reorganizing companies in different countries and, using interdisciplinary method of research, understand the influence of law principles and rules on the process of reorganization in economics. In the article, there were collected, classified and analyzed information and data of the US Revenue Code, the EU Council Directive, Ukrainian Civil Code, M&A Ukraine Database.

**Results.** Corporations reorganize and restructure themselves for various reasons and in numerous ways. Companies reorganize themselves to increase profits and improve efficiency. The reorganization of a company typically addresses the efficiency component in an attempt to increase profits. Corporate reorganization normally occurs following new acquisitions, buyouts, takeovers, other forms of new ownership, or even the threat of filing for bankruptcy [9]. A reorganization is only feasible where, as an economic matter, the shareholders of the acquired company are willing to continue to own an equity interest in the combined entity.

Further in this article, we will consider the types of reorganizations which deal with the purposes of taxation and are supported by legislation of the USA [10] and the EU-countries [11]. In tax-free reorganization, the tax attributes of the acquired company will be inherited by the buyer, either directly (in the case of an asset reorganization) or because they are retained by the acquired company itself (where that company remains in existence and its stock is acquired). Similar treatment is available in the case of a taxable stock purchase, but not a taxable asset purchase. In any event, substantial limitations may affect the ability of the buyer to take advantage of loss carryovers and other favorable tax attributes.

Countries typically have specific rules for tax-free reorganization in their tax laws. In the USA, the objective of these rules is not to grant a tax

exemption to the companies or shareholders involved, but to «neutralize» the tax consequences of business reorganization, so that the reorganization involves neither a tax advantage nor a tax disadvantage. The term «tax-free» is a misnomer because the tax is not eliminated, but will be realized when a later taxable transaction occurs [9]. In other words, reorganization refers to the sale or merger of a company that involves a change in ownership, legal and management level changes, as well as a change in stocks. It is a court-supervised formal process that restructures a company's finances after it faces bankruptcy. Though one of the aims of reorganization is to restructure company's operations, finances or management, there is a slight difference between the terms «restructuring» and «reorganization». In common words, restructuring tends to be used in the context of a troubled company or turnaround situation, while reorganization, though it might very well be a part of that, but more generally it refers to a more «elective decision» by management to change structure in order to improve efficiency, to achieve a desired strategic objective, etc. The above cases are not universal, but are widespread indeed.

In addition to meeting the continuity of interest requirement, reorganization must meet various technical requirements under the U.S. Revenue Code, Part III, Paragraph 368 [10]. The precise requirements vary with the particular form of reorganization used. The Code presupposes seven types of reorganizations which are legislatively declared and collated in four categories.

In a typical A reorganization, the target corporation's assets and liabilities become assets and liabilities of the acquiring corporation and the target corporation ceases to exist. Type B reorganization is an acquisition of stock of the target corporation in exchange solely for voting stock of the acquiring corporation, provided that the acquiring corporation has «control» (generally 80 % ownership) of the target corporation immediately after the transaction while type C reorganization is an acquisition of «substantially all» the assets of the target corporation in exchange for voting stock of the acquiring corporation followed by a liquidation of the target [9]. Some peculiarities of transaction created a close to type C reorganization where there takes place the transfer of «substantially all» of the target corporation's assets to an acquiring corporation, provided that the target corporation or its stockholders (or a combination of the two) has «control» (generally 80 % ownership) of the acquiring corporation immediately after the transfer. In this case, we are talking about acquisitive D reorganization. A recapitalization (type E reorganization) is a reshuffling of an existing corporation's capital structure. A recapitalization transaction involves the exchange of stocks and securities for new stocks, securities or both by a corporation's shareholders. The move concerns just one company and the reconfiguration of the company's capital structure. Possible scenarios include a stock-for-stock recapitalization plan, a bonds-for-bonds move and a stocks-for-bonds transaction. Type F reorganization rules generally apply

to a corporation that changes its name, the state where it does business or when it makes changes in the company's corporate charter, in which case a transfer is deemed to occur from the prior corporation to the new company. Type G reorganization involves bankruptcy by permitting the transfer of all or some of a failing company's assets to a new corporation. One caveat is that the stock and securities of the controlled corporation are distributed to the previous company's shareholders under Type D (transfer reorganization) rules for distribution [12].

Before making decision which type of reorganization to choose, a company should understand the goals of reorganization, decide whether to reorganize in the form of taxable purchase (stock or assets) or a tax-free reorganization, assess the legal consequences of the decision made and estimate the resources which the company possesses, as well as it should talk to counteragents and potential partners of reorganization. All these factors determine the advantages and disadvantages of different types of reorganization for each company individually. They are presented in *table 1*.

Business restructurings and reorganizations have become common for multinational corporations, being a normal reaction of the market needs and forming adequate competitive edges. The impact of the EU law on aspects of corporate reorganizations is resulted in the so-called Merger Directive [11]. The term «corporate reorganization» is used in a generic way, encompassing the types of transactions covered under the Merger Directive, transfers of seat and internal transfers of assets. The Merger Directive introduces tax rules aimed at ensuring that cross-border restructuring operations would not be at a disadvantage compared to similar domestic operations. Such operations may be necessary in order to create in the Union conditions analogous to those of an internal market and to ensure the effective functioning of such an internal market. Therefore, corporate reorganizations ought not to be hampered by restrictions, disadvantages or distortions arising in particular from member state tax provisions. The Directive contains specific rules on how to attain this objective [13].

Only certain types of transactions are protected by Merger Directive (*table 2*).

As to Ukrainian legislation, the term «reorganization» has several interpretations in law depending on the purposes of legal regulation of certain confidential relations.

The Civil Code of Ukraine [14] practically does not regulate relations of reorganization (this term is mentioned in the Code only once), addressing them as the issues of termination of activity of one legal entity and creation or transformation of another one. According to the Article 104 of the Civil Code of Ukraine, termination of a legal entity occurs as a result of transfer of its property, responsibilities and rights to another legal entity or several succession-seekers in one of the following ways: division, split, transformation, merger, takeover. These are types of reorganization.



Table 1

**A comparative study of advantages and disadvantages of different types of corporate reorganizations in the USA\***

Category	Type	Advantages	Disadvantages
Acquisitive	A	First, type A is flexible. Second, money or other property can be transferred without disqualifying the transaction as long as continuity of interest is met	First, money or other property transferred is indemnification, so some gain may be required to be recognized. Second, shareholders of either entity may be dissent so that their shares should be redeemed. Third, acquiring entity must assume all liabilities of a target entity
	B	Although the acquiring entity can only transfer a voting stock, the target entity can transfer any kind of stock, though the stock-only-transactions are quite simple. In addition, target shareholders act individually, meaning that the target company's and the acquiring company's shareholders are not directly involved	First, in this stock-only-transaction, solely voting stock must be transferred from the acquirer. Second, reimbursement cannot be transferred, and as a result, no gain recognition is available. Third, minority interest problems may emerge if 100 % control hasn't been established
	C	First, this type has considerable freedom in the consideration given as opposed to Type B. Moreover, unlike Type A, only the target liabilities of which were negotiated will be assumed. Second, buyers can purchase only selected assets of the business and not liabilities to minimize the risk. Third, an asset purchase allows buyers to allocate the purchase price among the assets to reflect their fair market value. This results in a step-up of tax basis, allows higher depreciation and amortization deductions, and results in future tax savings	First, it is difficult to define which assets the purchaser wants to acquire. Usually, businesses sell a subsidiary or a division with their assets. Second, an asset sale typically requires numerous third party consents, approvals. The third parties view the transaction in order to renegotiate their contracts, that delays the deal and adds to the transaction costs. Third, if there are any liabilities that the buyer is not including in the purchase, parties have to make sure that the purchase is not being made for less than the fair value of the assets and following the sale the company will still be sufficiently capitalized to pay its liabilities. Otherwise, the transaction may violate fraudulent conveyance laws. Parties would need to obtain a solvency opinion, which add to the transaction costs
Divisive	D	For the divisive type: permits corporate division without tax consequences if no indemnification is involved. For the acquisitive type: allows smaller target corporation to retain its existence	Control requirements of 50 % for an acquisitive reorganization and 80 % for a divisive reorganization

\* Made by the author using the sources [10, 15–19].

End of the table 1

Category	Type	Advantages	Disadvantages
Corporate restructuring reorganization	E	<p>This type allows for major changes in corporate equity structure. It becomes easy to raise capital through the sale of common stocks instead of taking a debt. However, an owner will be giving up partial ownership of his company once the stocks are sold. An owner will retain control of his business under recapitalization. There will be created two classes of stocks- common and preferred stocks. An owner will be keeping the preferred stock that will allow him to run the company and keep the common stock available for purchase</p>	<p>First, this process can be expensive as well as complex for business. Companies need to hire attorneys, valuation experts and tax advisors for structuring and documenting a recapitalization. Second, there can be adverse tax consequences if preferred stocks are distributed through recapitalization. The company's needed cash might get drained by preferred stock dividends</p>
	F	<p>First, survivor is treated like the same entity as predecessor, thus, tax attributes of predecessor are retained. Second, a change in the name of a corporation could be qualified as a type F reorganization. Third, the taxable year of the transferor does not end on the date of transfer merely because of the transfer. Such is not the case of other types</p>	<p>First, there must be ensured only one operating company is involved. In other case, a type A, C or D reorganization may be used. Second, the new corporation must continue at least one significant line of the business of the old corporation or must employ a significant portion of the old business assets. Third, continuity of ownership should be maintained throughout the transaction. Even a temporary change of ownership during the transaction could taint the entire transaction, and F status may be disallowed</p>
Bankruptcy	G	<p>First, discharge from bankruptcy clears most debts or creditors can exchange debts for stock tax-free. Second, once a debtor is declared bankrupt, most unsecured creditors are unable to pursue further legal action. Third, the requirement of debt repayment will stop once a company enters bankruptcy. All further communications regarding the debts should take place between the creditors and the bankrupt's trustee in bankruptcy</p>	<p>First, the ability to access credit will be difficult to obtain for a period of time after bankruptcy. Moreover, bankrupts will lose most of their valuable property. Second, if a bankrupt does not cooperate with the trustee and fulfill certain duties, he or she may be dealt with by the courts. Third, trustees are able to investigate bankrupt's past dealings and in some instances will recover property that the trustee has transferred before the date of the bankruptcy</p>

Table 2

## Types of tax-facilitated transactions in the EU-countries\*

Type of a reorganization	Definition	Cash payment to the transferring company or companies	State of the company after reorganization
Merger	an operation whereby one or more companies transfer all their assets and liabilities to another existing company in exchange for the issue to their shareholders of securities representing the capital of that other company; or: two or more companies transfer all their assets and liabilities to a company that they form, in exchange for the issue to their shareholders of securities representing the capital of that new company	cash payment not exceeding 10 % of the value of the issued securities may be additionally made	a company may be dissolved without going into liquidation
Upstream merger	an operation whereby a company, on being dissolved without going into liquidation, transfers all its assets and liabilities to the company holding all the securities representing its capital		a company may be dissolved without going into liquidation
Division	an operation whereby a company transfers all its assets and liabilities to two or more existing or new companies, in exchange for the pro rata issue to its shareholders of securities representing the capital of the companies receiving the assets and liabilities		a company may be dissolved without going into liquidation
Partial division	an operation whereby a company transfers one or more branches of activity to one or more existing or new companies, leaving at least one branch of activity in the transferring company, in exchange for the pro-rata issue to its shareholders of securities representing the capital of the companies receiving the assets and liabilities	cash payment not exceeding 10 % of the value of the issued securities may be additionally made	a company is not dissolved
Transfer of assets	an operation whereby a company transfers all or one or more branches of its activity to another company in exchange for the transfer of securities representing the capital of the company receiving the transfer	no cash payment is allowed	a company is not dissolved
Exchange of shares	an operation whereby a company acquires a holding in the capital of another company such that it obtains a majority of the voting rights in that company, or, holding such a majority, acquires a further holding, in exchange for the issue to the shareholders of the latter company, in exchange for their securities, of securities representing the capital of the former company	cash payment not exceeding 10 % of the value of the issued securities may be additionally made	the target company becomes a subsidiary of the acquiring company
Transfer of the registered office of a SE or SCE**	an operation whereby an SE or an SCE transfers its registered office from one Member State to another Member State	a company is not wound up and no new legal person is created but the resident of the first member state ceases to be its resident and becomes resident in another member state	

\* Made by the author using the sources [11, 13].

\*\* Societas Europaea or Societas Cooperativa Europaea.

The Article 109 describes split-off as along-standing type. Moreover, in Ukraine there are no legislatively secured provisions concerning reorganizations. In some countries, the absence of provisions relating to reorganization can be explained by the fact that capital gains are not subject to tax.

However, not every reorganization of an enterprise can be connected with termination of activity because a reorganized enterprise often continues to exist after a new company has split off from it. Such an enterprise needs to make appropriate changes to the statutory documents or to re-register.

Reorganization of an enterprise which misuse its monopoly position at the market may also be carried out through its compulsory division in the manner prescribed by law.

In a broader sense, reorganization is a complete or partial replacement of the owners of corporate rights of an enterprise, is a change in the organizational and legal form of business organization, is elimination of certain structural units or creation of some new ones on the basis an old enterprise, the consequence of which would be a transfer or taking possession of its property, funds, rights and responsibilities by a successor.

The form of the future reorganization of an enterprise is determined, first of all, by the reasons and motives which encourage the owners and management of an enterprise to make reorganization. There are the following directions of reorganization in Ukrainian legislation:

- integration of a going-concern enterprise. Is carried out by way of merger, consolidation, takeover;
- division of a going-concern enterprise. Is carried out by dividing or splitting of an enterprise;
- transformation of an enterprise. In this case, changes in size of an enterprise are not stipulated.

In spite of the variety of possibilities to reorganize a company, in Ukraine and abroad the first place is taken by the agreements concerning the market of mergers and acquisitions. According to the statistics that is shown in the AEQUO merger market report [20], the number of M&A deals in Ukraine in 2015 amounted 140, the most significant among them were those which will be presented further in the *table 2*.

One can state about flurry of activity on the M&A market in Ukraine which could be observed in 2016 as well. The number of deals 2,5 times increased compared with 2015. According to the M&A Ukraine Database [21], the highest number of such transactions is in banking (25 deals), in construction (9 deals) and in agricultural sector (8 deals).

*Table 3* represents the most significant M&A deals in Ukraine during the last two years indicating the Target firms, the Buyers, as well as the total amount of transactions.

In order to portray the whole situation on the Ukraine's M&A market we cite the analytical center Ukrainian Institute For the Future [14] which outlines 12 countries which are the biggest investors in this sphere: Cyprus (7,2 % in the total M&A bulk), Russian Federation (6,0 %), Canada (3,6 %),

China, Kazakhstan, the United States, Great Britain, France, Estonia, UAE, Oman, Belize – 2,4%.

Table 3

## Eleven most significant M&amp;A deals in Ukraine in 2015–2016\*

Target Company	Buyer	Buying Country	Amount of Transactions, m. EUR
2015			
Lukoil Ukraine	AMIC Energy Management GmbH	Austria	300
Lookery Inc.	Snapchat Inc.	The United States	132
«Inter» TV Channel	Group DF Limited	Ukraine	100
Astelit (Lifecell)	Turkcell	Turkey	90
Arena Enter-tainment	Primespot Securities Ltd.	Great Britain	40
BaDM LLC	Imara Trust Company Limited	Mauritius	27
«Barvinok» retail	Evrotek Group	Ukraine	10,6
Borshahivs-kiy Chemical and Pharmaceutical Plant	Pharma-ceutical Firm «Darnitsa»	Ukraine	7,7
Omega Bank PJSC	Ukrainian Business Group Corporation	Ukraine	6,9
Ilyichevsk Shiprepair Yard	Waysell Holdings Limited	Cyprus	6,3
2016			
Medisvit	Into-Sana	The United States	N/A
3 Mob	Vodafone	Russian Federation	3 billion UAH
Oil-extraction plant «Ellada»	Kernel	Ukraine	96 m. \$
Ukrainian Bank of Reconstruction and Development	Bohai Commodity Exchange	China	83 m. UAH
PrivatBank	Ministry of Finance of Ukraine	Ukraine	148 billion UAH**
Parus Business Centre	Vaqif Aliyev, proprietor	Azerbaijan	50 m. \$
Myhiivsk hydroelectric station	EMSA LLC	Ukraine	52 m. UAH
AEGON	TAC	Ukraine	N/A
Data Group	Horizon Capital	Cyprus	N/A
NORD	Duoput	Russian Federation	N/A
Consolidated Minerals	China Tian Yuan Manganese Ltd.	China	N/A

\* Made by the author using the sources [14, 20–22].

\*\* Additional capitalization.

Still, there is not elaborated any legislative code or directive in Ukraine which presupposes division of reorganizations by their types depending on tax purposes. It means that tax motives to reorganize companies in Ukraine.

**Conclusion.** In corporate finance theory the maximization of shareholder value is considered to be the main striving of any organizational and financial transformation which a company survives, that is why it is important that any of the chosen reorganization types should meet the requirements the company sets. The legal aspect of reorganization is also important as it is tightly connected with legislation, its forms and requirements in each single country. Unlike the USA or the EU, in Ukraine the tax system does not provide for transactions described in this article. The types of reorganization presented above reveal their peculiarities, which help understand their specification and possibility (as well as impossibility) to choose one of them while reorganizing a company. The variety of divisive, acquisitive and corporate reorganization alternatives, which are proposed by foreign legislation systems, which were considered in this article, is also widely applied in corporate management at different foreign enterprises. Extension of national legislation in this aspect would also enable to apply corporate reorganizations in our country on a broader scale, the most popular of which still are mergers and acquisitions, which refer to the Type A of reorganizations in American corporate finance legislation. That is why we considered it important to describe and compare basic corporate reorganization issues, explaining the difference between the terms «restructuring» and «reorganization», studying advantages and disadvantages of each type of reorganization according to legislation of different countries.

When the top priority is to make existing business viable by reorganizing it through merger or division, it is necessary to think about Ukrainian rules in civil or commercial law that would make mergers, acquisitions or divisions more transparent, as well as to think about their tax implications. The above problem is an object of development in our country and of our future investigation.

## REFERENCES

1. Palyga Je. M. Korporatyvne upravlinnja. L'viv : Vyd-vo Ukr. akad. drukarstva, 2013. 422 s.
2. Pavlov V. U., Myshko O. A. Korporatyvne upravlinnja v akcionernyh tovarystvah. Rivne: HUVHP, 2006. S. 180.
3. P'jatnyc'ka G. T., Lukashova L. V., Raksha N. V. Strategichne upravlinnja. Kyi'v : KNTEU, 2013. 408 s.
4. Gryn'ova V. M. Organizacijno-ekonomichni osnovy formuvannja systemy korporatyvnogo upravlinnja v Ukrai'ni. Harkiv : HDEU, 2003. 324 s.
5. Jevtushevs'kyj V. A. Korporatyvne upravlinnja. Kyi'v : Znannja, 2006. 406 s.
6. Zadyhajlo D. V. Korporatyvne upravlinnja. Harkiv : Espada, 2003. 688 s.
7. Ignat'jeva I. A. Korporatyvne upravlinnja. Kyi'v : Centr uchb. l-ry, 2013. 600 s.
8. Umanciv Ju. M. Formuvannja ukrai'ns'koi' modeli korporatyvnogo upravlinnja. Ekonomika. Finansy. Pravo. 2010. № 3. S. 10–13.
9. How Mergers and Acquisitions Can Affect A Company. URL : <http://www.investopedia.com/articles/investing/102914/how-mergers-and-acquisitions-can-affect-company.asp#ixzz41817a7Zk>.

10. Definitions Relating to Corporate Reorganizations : U.S. Code, Title 26, Internal Revenue Code, Subtitle A – Income Taxes, Section 368. Legal Information Institute. URL : <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/26/368>.
11. Council Directive 2009/133/EC/. Official Journal of the European Union L310/34. 2009. URL : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex:32009L0133>.
12. Kibilko J. Seven Types of Corporate Reorganization. Hearst Newspapers. 2017. URL : <http://smallbusiness.chron.com/7-types-corporate-reorganization-17885.html>.
13. Panayi C. HJI. European Union Corporate Tax Law. Cambridge University Press : Cambridge Tax Law Series. 2013. 414 p.
14. Cyvil'nyj kodeks Ukraïny. Vidomosti Verhovnoi' Rady Ukraïny. 2003. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page2>.
15. Trippeer D. R. Corporations : Reorganizations. Business, Economy & Finance. 2012. URL : <https://www.slideshare.net/dphil002/corporation-reorganization>.
16. Shulga A. When Buying a Business : Asset Purchase vs. Stock Purchase? LexisNexis Legal Newsroom Corporate. 2011. URL : <https://www.lexisnexis.com/legalnewsroom/corporate/b/business/archive/2011/12/01/when-buying-a-business-asset-purchase-vs-stock-purchase.aspx?Redirected=true>.
17. Pigott S. E. Corporate Reorganizations : «F» Reorganization – change in state of organization - merger agreement. Rabkin & Johnson Current Legal Forms with Tax Analysis. 2015. 7 p.
18. Advantages and Disadvantages of Bankruptcy. Hobart Community Legal Service Inc. 2013. URL : <http://www.hobartlegal.org.au/tasmanian-law-handbook/consumers-money-and-debts/bankruptcy/advantages-and-disadvantages-bankruptcy>.
19. Colburn S. C. Type F Reorganizations and the Impact of the «Jobco Manufacturing Company» decision (Cover Story). CPA Journal Online, New York State Society, 1994. URL : [archives.cpajournal.com/old/15203120.htm](http://archives.cpajournal.com/old/15203120.htm).
20. Lysenko D., Babych A. Rising to the Challenge : M&A in Ukraine. AEQUO Mergermarket report. Robert Imonikhe Publisher. 2017. 24 p.
21. M&A Ukraine Database. URL : <https://mergers.com.ua/en>.
22. Ukraïns'kyj Instytut Majbutn'ogo. URL : <https://uifuture.org>.

*Articles submitted to editor office 18.01.2018.*

***Касьянова А. Реорганізація корпорацій: міжнародний досвід.***

***Постановка проблеми.*** В сучасній економіці реорганізація корпорацій, незалежно від їх масштабу та виду діяльності, представляється постійною проблемою при досягненні різноспрямованих цілей: починаючи з періоду, коли компанія починає свій розвиток або знаходиться у кризовій ситуації, або реорганізує управлінську систему, або ж навпаки, є процвітаючою і прагне завойовувати нові ринки. У зв'язку з цим компанії вкладають гроші у планування та зміну корпоративних стратегій, таких як злиття, приєднання, виділення, поділ та інші види реструктуризації. Структуруючи купівлю та продаж корпоративного бізнесу в США або в ЄС, необхідно прийняти важливе рішення щодо того, чи здійснювати трансакцію у вигляді оподаткованої купівлі (акцій чи активів) або реорганізації без оподаткування.

***Аналіз останніх досліджень і публікацій.*** Дослідження проблем корпоративних реорганізацій були розглянуті в працях Є. М. Палиги, В. У. Павлова, Г. Т. П'ятницької, В. М. Гриньової, В. А. Євтушевського, Д. В. Задихайла, І. А. Ігнат'євої, Ю. М. Уманціва. Питання реорганізації – предмет обговорення в огляді американських університетів і об'єкт застосування у великих корпораціях у всьому світі.

***Мета статті*** – описати та порівняти деякі основні проблеми корпоративної реорганізації, пояснити різницю між термінами «реструктуризація» та

«реорганізація», вивчити переваги та недоліки кожного типу реорганізації відповідно до законодавства різних країн та окреслити найважливіші угоди M&A в Україні протягом останніх років.

**Матеріали та методи.** У статті автор розглядає найважливіші етапи реорганізації компанії, її напрями та типи для того, щоб, використовуючи порівняльний метод дослідження, проаналізувати основні принципи реорганізації компаній у різних країнах та, використовуючи міждисциплінарний метод дослідження, зрозуміти вплив правових принципів і правил на процес реорганізації в економіці.

**Результати дослідження.** Корпорації реорганізуються з різних причин і численними способами. Причиною, як правило, є збільшення прибутку та підвищення ефективності. З організаційно-економічної точки зору реорганізація можлива лише тоді, коли акціонери придбаної або реорганізованої компанії готові продовжувати володіти часткою власного капіталу на об'єднаному або знову створеному підприємстві. Від цього також залежить тип реорганізації, який обирається. У цій статті розглядаються типи реорганізації, які стосуються цілей оподаткування та підтримуються законодавством США, країн ЄС та України.

**Висновки.** У теорії корпоративних фінансів максимізація акціонерної вартості вважається основним прагненням будь-яких організаційно-фінансових перетворень, які компанія переживає, тому важливо, щоб будь-який із обраних типів реорганізації відповідав вимогам компанії. Різні альтернативні варіанти корпоративної реорганізації, запропоновані іноземними законодавчими системами, які були розглянуті в цій статті, широко використовуються в корпоративному управлінні на різних іноземних підприємствах. Розширення національного законодавства у цьому аспекті також дозволило б застосувати корпоративні реорганізації в нашій країні у більш широкому масштабі. Тому ми вважаємо важливим описати та порівняти основні питання корпоративної реорганізації, вивчаючи переваги та недоліки кожного типу реорганізації відповідно до законодавства різних країн.

Коли головним пріоритетом є життєздатність існуючого бізнесу, яка досягається шляхом реорганізації, злиття або поділу, необхідно подумати про українські норми в цивільному та господарському праві, які зроблять злиття, придбання чи поділ більш транспарентними і забезпечать відповідні податкові умови таких перетворень.

**Ключові слова:** реорганізація підприємств, злиття, поділ, оподаткування, типи реорганізацій.



УДК 339.727.22/.24

**КВАЧ Ярослав,**

д. е. н., доцент, директор Одеського торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету

**КОВАЛЬ Віктор,**

д. е. н., доцент, завідувач кафедри прикладної економіки  
Одеського торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету

**ГРИМАЛЮК Андрій,**

к. е. н., доцент, завідувач кафедри економічних теорій  
Одеського торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету

## ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ СВІТОВОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

*Розглянуто перспективи технологічної модернізації вітчизняної економіки в контексті проблеми глобального дисбалансу заощаджень та інвестицій. Запропоновано модель глобальної інвестиційної системи та економічний механізм її використання для вирішення цих проблем.*

*Ключові слова:* макроекономічна рівновага, сукупні заощадження та інвестиції, глобальне лідерство, постіндустріальне суспільство, реіндустріалізація української економіки, глобальна інвестиційна система.

*Квач Я., Коваль В., Грималюк А. Экономические перспективы мировой инвестиционной системы. Рассмотрено перспективы технологической модернизации отечественной экономики в контексте проблемы глобального дисбаланса сбережений и инвестиций. Предложена модель глобальной инвестиционной системы и экономический механизм ее использования для решения этих проблем.*

*Ключевые слова:* макроекономическое равновесие, совокупные сбережения и инвестиции, глобальное лидерство, постиндустриальное общество, реиндустриализация украинской экономики, глобальная инвестиционная система.

**Постановка проблеми.** Посилення макроекономічної нестабільності стимулює пошук нових підходів до аналізу та вирішення проблем глобального розвитку. Один із таких підходів може бути пов'язаний з розробкою економічного механізму глобальної інвестиційної системи, що відкриває нові можливості регулювання процесів міжнародного розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В економічній літературі не припиняється дискусія між прихильниками і противниками

державного регулювання національної економіки, в якій прихильники регулювання зазвичай вказують на те, що без активної ролі держави неможливі структурна перебудова, технологічна модернізація економіки та її рух шляхом реіндустріалізації [1, с. 9–12; 2, с. 51–59; 3, с. 8–15; 4, с. 16–18]. Найважливішим аргументом на користь такої точки зору виступає очевидна нездатність вітчизняного бізнесу самостійно здійснити такі складні трансформаційні процеси без активної підтримки та регулювання з боку держави.

У той же час неоліберальні опоненти цієї позиції виходять з того, що пострадянська держава через свою неефективність та інституційну незрілість об'єктивно не здатна виконувати таку економічну роль. Вони звертають увагу на загальновідому обставину, що активізація державного втручання в цих умовах призводить лише до посилення корупції, оскільки виділені державою кошти можуть бути використані не за призначенням. З цим аргументом важко сперечатися. Тож не дивно, що переможцями в цій дискусії частіше виявляються ліберальні економісти, і переважає в цілому неоліберальна тенденція до дерегулювання економіки.

Таким чином, з одного боку, прихильники державного регулювання виходять з того очевидного факту, що бізнес сам по собі не здатний забезпечити реальну модернізацію економіки. А з іншого – прихильники ліберального дерегулювання доводять, що інституційно незріла пострадянська держава не в змозі виконувати роль «драйвера» зростання. І в результаті виявляється, що ні приватний бізнес, ні держава не можуть стати тією рушійною силою, яка необхідна для технологічної модернізації національної економіки відповідно до вимог, що пред'являються міжнародною конкуренцією і процесом євроінтеграції України.

Найважливіша проблема для розвитку національної економіки залишається по суті невирішеною. Такі діаметрально протилежні ідейні позиції по суті лише різнобічно відображають одну і ту ж вкрай несприятливу для України соціально-економічну ситуацію, яка фактично ставить під сумнів наявність всередині країни суб'єктів і рушійних сил процесу реальної модернізації країни. І ця невизначеність внутрішніх «драйверів» зростання проявляється в її сильнішому економічному відставанні від інших європейських держав. Але якщо внутрішні сили не здатні вивести її з кризового стану, то залишається єдиний вихід – спробувати «зачепитися» за один із трендів глобального економічного розвитку і використати його в якості зовнішнього «драйвера» структурної трансформації економіки. Невипадково тема «плану Маршалла для України» стає все більш популярною, а у вітчизняній літературі починають з'являтися досить прозорі натяки на те, що рушійні сили економічного розвитку України треба шукати, перш за все, на глобальному рівні [5, с. 76; 6, с. 59–63].

Тим часом у вітчизняній і зарубіжній літературі протягом багатьох років обговорюється перспектива часткового перенесення регулювання економічного розвитку з національного на глобальний, наднаціональний рівень [4, с. 78–112; 5–9; 10, р. 237–249; 11, р. 175–188]. Такий глобальний підхід до регулювання економічного розвитку дозволяє розробити економічні механізми, призначені як для прискорення глобального зростання, так і для виходу України з кризового стану, в якому вона сьогодні знаходиться.

**Метою** статті є обґрунтування глобального підходу для розробки принципів функціонування економічного механізму світової інвестиційної системи, який дозволяє з'ясувати одну із проблем гальмування зростання світової економіки, тобто розриву між глобальними заощадженнями та інвестиціями.

**Методи та матеріали.** Положення статті базуються на сучасній методології макроекономічного аналізу емпіричного матеріалу щодо глобальної рівноваги та її сучасного порушення в процесі нагромадження капіталу та створення глобального надлишку заощаджень. У методології дослідження проблем світової інвестиційної системи важливе місце займає принцип конкретного історизму, згідно з яким економічні відносини, інститути та методи регулювання є специфічними для кожної історичної епохи.

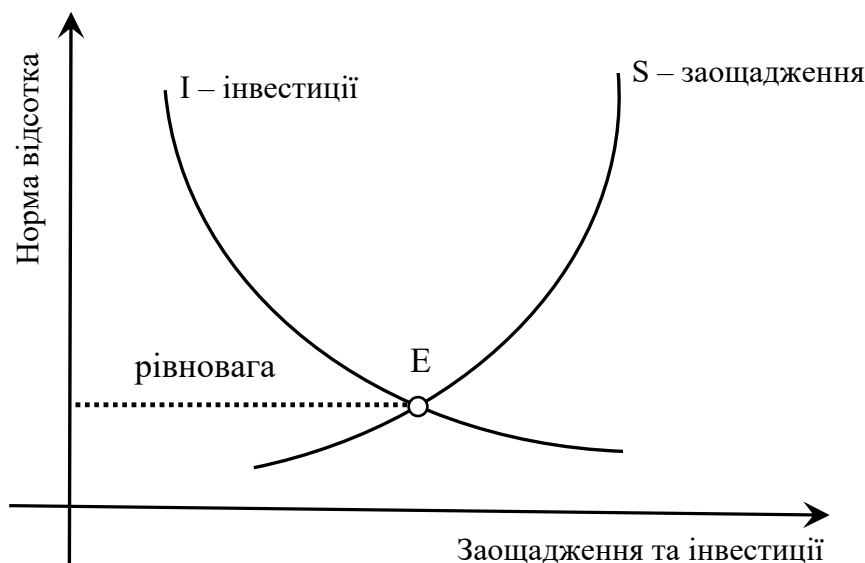
**Результати дослідження.** Як відомо, рівність сукупних заощаджень і інвестицій створює ключову умову макроекономічної рівноваги, яка передбачає рівність сукупного попиту та пропозиції. Справа в тому, що заощадження означають відрахування з сукупної величини споживчого попиту. Але сукупний попит не зводиться до споживання: поряд із споживчим попитом він включає інвестиційний попит, тобто попит на засоби виробництва. Інвестиційний попит в принципі може компенсувати ті відрахування зі споживчого попиту, якими є сукупні заощадження. Завдяки такій компенсації встановлюється макроекономічна рівновага, і сукупний попит відповідає сукупній пропозиції. Але для цього необхідно, щоб сукупні інвестиції точно відповідали сукупним заощадженням.

Однак в сучасній світовій економіці ця ключова умова глобальної макроекономічної рівноваги порушена через існування глобального надлишку заощаджень по відношенню до інвестицій [12]. Звідси – північна в XXI ст. тенденція до посилення нестабільності світової економіки.

Класична школа розглядає заощадження та інвестиції в їх безпосередній єдності. У класичній моделі ця єдність підтримується ринком капіталу завдяки утворенню на ньому рівноважної ставки відсотка (*рисунок*).

Така відсоткова ставка є рівноважною, оскільки вона врівноважує обсяги сукупних заощаджень та інвестицій. Тим самим ринкова система автоматично підтримує їх рівновагу. Їх сукупні величини не можуть істотно відриватися один від одного, оскільки

ринкова ставка відсотка не може істотно та надовго відхилятися від рівноважного рівня.



**Класична модель рівноваги інвестицій та заощаджень**

В кінці XIX ст. видатний український економіст М. І. Туган-Барановський звернув увагу на можливість істотної розбіжності заощаджень та інвестицій у процесі нагромадження капіталу. Аналізуючи економічний розвиток Англії в XIX ст., він показав, що в основі промислового циклу і криз лежить конфлікт між заощадженнями та інвестиціями [13, с. 123–127]. Цим він започаткував дослідження внутрішнього конфлікту процесу накопичення капіталу, який стає надзвичайно актуальним наразі, коли ці розбіжності виявляють себе на глобальному рівні, сповільнюючи глобальне економічне зростання та загострюючи нестійкість світової економіки.

Очевидно, що характерний для сучасної світової економіки факт тривалого існування глобального надлишку заощаджень по відношенню до реальних інвестицій не вкладається в рамки класичної моделі, яка передбачає автоматично діючий механізм максимально швидкого «розчищення» ринку капіталу від надлишкових заощаджень. Їх тривалий надлишок – це нонсенс з точки зору класичної теорії, і вона виявляється нездатною пояснити та вказати шляхи до його усунення.

Що стосується кейнсіанства, то воно пропонує зазвичай два стандартних шляхи регулювання цих процесів. Один з них пов'язаний з грошово-кредитною політикою, орієнтованою на управління процентною ставкою. У випадку перевищення заощаджень над інвестиціями грошово-кредитна політика повинна бути спрямована на зниження ставки відсотка для стимулювання інвестицій. Якщо це не допомагає, кейнсіанство рекомендує компенсувати брак приватних інвестицій розширенням державних витрат, що фінансуються за рахунок бюджетного дефіциту. В цьому випадку грошово-кредитна політика

поєднується з фіскальним регулюванням, здійснюваним на основі дефіцитного фінансування.

Однак у сучасних умовах жоден із варіантів регулювання використовувати на глобальному рівні практично неможливо. Сучасна ситуація на світових фінансових ринках все більше нагадує так звану «ліквідну пастку», коли ставка відсотка падає до такого рівня, що інвестиції перестають реагувати на неї. Відсоткові ставки наближаються до нуля, а іноді й переходять цю межу, заглиблюючись в область негативних значень. У таких випадках кейнсіанська школа рекомендує використовувати бюджетний дефіцит [7, с. 218; 14, с. 128–131]. Але на глобальному рівні це неможливо, бо не існує світового уряду з єдиним бюджетом. Таким чином, на глобальному рівні традиційні грошові і фінансові канали стимулювання не працюють.

Залишається тільки «реальний» канал, пов'язаний з безпосереднім впливом на інвестиції, який Кейнс розглядав як запасний варіант регулювання ринкової економіки [15, с. 289]. Але чи можна такий канал налагодити на глобальному рівні? Відповісти негативно на це питання набагато легше, ніж знайти позитивну відповідь. І все-таки видається, що позитивна відповідь в принципі можлива. Вона може бути пов'язаною зі створенням глобальної інвестиційної системи, побудованої по дворівневому принципу.

Нижній рівень такої дворівневої моделі утворюють приватні інвестиції, а на верхньому рівні передбачається інститут розвитку, який фактично виконує роль світового інвестиційного банку. Він не видає кредити, а купує контрольний пакет акцій підприємства ще до того, як воно почне створюватися, фактично цим фінансуючи придбання машин, обладнання, будівництво будинків, споруд і весь процес створення нових підприємств, а потім, коли підприємство почне працювати, продає контрольний пакет акцій у приватні руки. Надалі ці підприємства можуть функціонувати на приватно-корпоративній основі та конкурувати на ринку з іншими. В такій системі центральний інвестиційний банк бере на себе «левову частку» невизначеності та звільняє від цього тягаря приватних інвесторів.

Гроші, отримані від продажу створеного підприємства, знову вкладаються в формування нових і нових підприємств. У результаті складається замкнутий цикл кругового руху капіталу. Така інвестиційна система здатна забезпечити енергійну модернізацію економіки на основі багаторазового використання одного й того ж вихідного капіталу. Завдяки такому замкнутому циклу кругообігу інвестиційних ресурсів різко зменшується необхідність додаткових фінансових вливань, що забезпечує суттєву економію капіталу.

Застосування цієї моделі на національному рівні погіршено так званими «провалами держави», внаслідок яких державні інвестиції в створення нових підприємств можуть виявитися менш ефективними, ніж приватні інвестиції. Особливо велика ймовірність їх неефектив-

ності в умовах пострадянської економіки, що відрізняється недосконалою інституціональною структурою, системною корупцією і т. д. Однак те, що утруднено всередині країни, може виявитися цілком можливим на глобальному рівні в разі, якщо це в принципі відповідає стратегічним інтересам США та інших високорозвинених країн.

Ще в кінці XIX ст. М. І. Туган-Барановський обґрунтував принципovu можливість компенсувати брак споживчого попиту, що виникає в процесі індустріального розвитку, за рахунок розширення попиту на засоби виробництва. Ці ідеї видатного українського економіста можуть бути успішно використані в XXI ст. для створення світової інвестиційної системи.

Однак тут дуже важливе одне застереження. М. І. Туган-Барановський розглядав винятково стихійну форму промислового розвитку, що не передбачала його свідомого регулювання. В даному випадку мова йде про можливість планомірного розширення інвестиційного попиту в процесі регулювання глобального промислового зростання, свідомо здійснюваного високорозвиненими країнами на чолі з США.

При розгляді такого варіанту глобального регулювання треба виходити з того, що протягом XX ст. структура промислового виробництва високорозвинених країн не залишалася незмінною. В ній постійно росла частка машинобудування та металообробки. Причому, найбільш високу частку машинобудування в структурі промислового виробництва досягли саме високорозвинені країни, які вступили в постіндустріальну епоху. В цих країнах в середньому частка машинобудування і металообробки склала в 2000 р. 45,3 % порівняно з 22,4 % в 1950 р. і 9,2 % в 1900 р. Лідирують за цим показником США (46,7 %), тоді як в середньому по Західній Європі – 36,7 %. Японія впритул наблизилася до Сполучених Штатів (43,7 % машинобудування і металообробки в загальному обсязі промислового виробництва). В даний час на США припадає майже 30 % вартості світової машинобудівної продукції, Японію – 16 %, Німеччину – близько 10 % [16, с. 244].

Однак, що стосується сучасного верстатобудування, то його географічна структура різко контрастує зі структурою машинобудівного виробництва. Справа в тому, що в останні десятиліття в структурі світового верстатобудування сталося різке геополітичне зрушення: кардинально помінялися його лідери. Якщо аж до кінця 80-х це були США, СРСР, ФРН, Японія, то нині лідером у виробництві верстатів став Китай, а в лідируючу шестірку з великим відривом від нього ввійшли Японія, Німеччина, Італія, Південна Корея і Тайвань (слід сказати, що високорозвинені країни Японія, Німеччина і Італія займають лідируючі позиції у виробництві найскладніших і точних верстатів). Причому, Китай лідирує і в імпорті верстатів: по їх виробничому споживанню він перевершує весь інший світ. Що ж стосується США, то вони перемістилися з першого на сьоме місце [17, р. 7–11; 18, р. 173–178].

Але втрата США лідируючих позицій у цій найважливішій галузі машинобудування не є незворотнім процесом. Американський науковий і технологічний потенціал цілком дозволяє повернути втрачені позиції. Але яким економічним шляхом це зробити? Одним із варіантів адекватної економічної відповіді на цей історичний виклик є початок створення Сполучними Штатами світової інвестиційної системи. Це дасть можливість здійснити не менш різке зворотне геополітичне зрушення в структурі світового верстатобудування.

Побудована по дворівневному принципу світова інвестиційна система може стати принципово новим економічним механізмом реалізації західної і, перш за все, американської техніки та обладнання на глобальному рівні. Якщо ця система буде працювати під егідою Сполучних Штатів Америки, то діяльність світового інвестиційного банку може допомогти американським та іншим західним виробникам посилити свої позиції у цій ключовій сфері, яка багато в чому визначає технологічний розвиток світової економіки.

Це дозволить усунути структурний дисонанс і відновити відповідність між геополітичною структурою верстатобудування та структурою машинобудівного виробництва, порушену в останні десятиліття. Результатом може стати така нова структура міжнародного поділу праці, в якій промислове виробництво високорозвинених країн спеціалізується, перш за все, на машинобудуванні, включаючи спочатку верстатобудування, тоді як промисловість країн, що розвиваються, виробляє основну масу споживчих товарів. Відновлюючи і залишаючи за собою виробництво промислового обладнання, США та інші постіндустріальні країни тим самим залишать за собою матеріальну основу контролю над технологічним розвитком світового промислового виробництва.

Йдеться фактично про нову, постіндустріальну модель глобального лідерства. Тут сучасна криза глобалізації виступає по суті як криза індустріальної моделі глобального лідерства США, що склалася в середині ХХ ст. Така застаріла сьогодні модель відповідала характерному для того часу індустріального характеру американської економіки. Однак до початку ХХІ ст. ситуація в світовій економіці кардинально змінилася. В результаті така адекватна індустріальній епосі модель глобального лідерства безнадійно застаріла і прийшла в протиріччя з постіндустріальним характером сучасного високорозвиненого суспільства. Вона зовсім не відповідає новій історичній ситуації, коли високорозвинені країни стають постіндустріальними, а економіка багатьох країн, що розвиваються, набуває промислового характеру.

В цих історичних умовах світова інвестиційна система, побудована по дворівневному принципу, може стати ключовою ланкою нової постіндустріальної моделі американського економічного і геополітичного лідерства. Вона дозволить постіндустріальним країнам на чолі з США свідомо контролювати та регулювати як тенденції індустріалізації країн, що розвиваються, так і процеси реіндустріалізації

пострадянських держав – партнерів Сполучених Штатів і, перш за все – України, за допомогою створення тут на основі західної техніки і технології нових промислових підприємств для подальшого продажу їх в приватні руки.

Немає сумніву, що економіка України потребує такого інвестиційного механізму більше, ніж інші європейські країни. Про це свідчить не тільки низький рівень життя, а й тенденція до неухильного падіння норми накопичення в Україні. У 2004 р. вона досягла 31 % ВВП, до 2008 р., незважаючи на зростання ВВП, скоротилася до 21 %, а за підсумками 2013 р. впала, згідно з офіційними даними, до 6 % ВВП. Це набагато менше світової середньої норми накопичення (25 %) й істотно нижче показників країн Західної Європи (17–19 %), а також Польщі та Румунії (21–22 % ВВП) [19, с. 45–48]. У 2013 р. в Україні на душу населення інвестувалося приблизно 600 дол. США проти 2,5 тис. дол. США у Польщі або 2,1 тис. дол. у Румунії (дані обмежені 2013 р., щоб виключити форс-мажорну дію наступних подій) [20, с. 52–55].

У той же час не виключено, що така дворівнева система, у випадку успішної роботи її економічного механізму в Україні, в подальшому могла б стати базовою моделлю для світової інвестиційної системи, покликаної знайти продуктивне застосування глобальному надлишку заощаджень, відновити порушений баланс нагромадження капіталу і на цій основі різко підвищити темпи зростання світової економіки. В цьому пункті інтереси України, Сполучених Штатів і всієї світової економіки в принципі збігаються. І хоча в застосуванні у себе цього економічного механізму безпосередньо зацікавлена, насамперед, сама Україна, однак побудована на його основі світова інвестиційна система може принести чималу користь також Сполученим Штатам і всій світовій економіці в цілому, забезпечуючи в перспективі свідоме регулювання складних процесів глобального економічного розвитку.

Такий інвестиційний механізм може стати ефективною альтернативою кредитної моделі міжнародної підтримки України. Він дозволить забезпечити світовій спільноті гігантську економію капіталу та час добитися більш вражаючих результатів. Як відомо, кредитна модель міжнародної підтримки абсолютно не виправдала себе в Україні і переживає в даний час глибоку кризу, викликану її повною неадекватністю інституціональним умовам пострадянського суспільства [21, с. 9–2]. Якщо відволіктися від системної корупції і нецільового використання коштів, все одно очевидно, що ці гроші в будь-якому випадку призначені для непродуктивних цілей, не просуваючи вперед ні на крок процесу реальної модернізації економіки. В результаті над Україною періодично нависає, як «дамоклів меч», загроза дефолту. Між тим пропонується система не збільшує державний борг ні на одну копійку. І результат може виявитися інший – реальна технологічна модернізація економіки.



Що стосується небезпеки корупції, то керувати цим інвестиційним механізмом можуть іноземні менеджери, що представляють світовий інвестиційний банк, і працюють під його безпосереднім контролем, а також під контролем інших міжнародних організацій, що теж зможуть брати участь у цьому глобальному проєкті.

При цьому треба враховувати, що між споживачем і виробником сучасного обладнання у всьому світі зазвичай знаходиться так званий системний інтегратор, який стає ключовою фігурою на ринку машинобудівної продукції. Системний інтегратор підбирає все необхідне обладнання, формує весь технологічний ланцюжок «під ключ», а іноді забезпечує запуск виробничої системи та її подальше обслуговування, тобто повний інжиніринг та сервіс. Очевидно, що в рамках даного економічного механізму основні інвестиційні ресурси будуть надходити на рахунки таких системних інтеграторів, що знаходяться в США й інших західних країнах, минаючи при цьому Україну. Інакше кажучи, мова йде не про фінансові, а про товарні інвестиції.

Але, можливо, не менш важливою є та обставина, що в саму дворівневу інвестиційну систему органічно вбудований ринковий механізм, який об'єктивно обмежує корупцію і неефективну витрату інвестиційних ресурсів. Справа в тому, що в рамках даної системи нові підприємства створюються світовим інвестиційним банком для ринкового, конкурентного продажу в приватні руки. Тому ціна продажу нового підприємства виступає свого роду «лакмусовим папірцем»: порівняно з витратами на його створення вона являє собою чіткий ринковий критерій ефективності витрачання коштів. Адже перевіряє калькуляцію витрат не чиновник, якого можна підкупити, а покупець, тобто приватний інвестор, який сплачує свої гроші. Тому всі зловживання та помилки висвічуються тут, як на моніторі, знижуючи ринкову ціну підприємства в порівнянні з фактичними витратами на його створення.

**Висновки.** Головний висновок пов'язаний з принциповою можливістю відновити порушений баланс сукупних заощаджень і інвестицій, що є ключовою умовою глобальної економічної рівноваги. Сьогодні глобальний надлишок заощаджень щодо інвестицій грубо порушує цю рівновагу і гальмує розвиток світової економіки. Вирішення проблеми треба шукати в інвестиційній сфері. Таким рішенням може стати створення світової інвестиційної системи, що дозволяє продуктивно використовувати глобальний надлишок заощаджень шляхом розвитку інвестиційного сектора світової економіки. Така система дає можливість свідомо регулювати співвідношення глобальних заощаджень та інвестицій. Завдяки такому регулюванню планомірне розширення інвестиційного попиту на глобальному рівні може компенсувати брак споживчого попиту і відновити порушену рівновагу світової економіки.

Не менш важливий висновок полягає в тому, що цей інвестиційний механізм в першу чергу може бути застосований в Україні

з урахуванням тієї загальновідомої обставини, що кредитний механізм міжнародної підтримки України явно не спрацьовує. Але й для США теж може виявитися вигідно створити таку інвестиційну систему й апробувати її в Україні. І справа не тільки в тому, що регульоване розширення зовнішнього інвестиційного попиту дозволить компенсувати нестачу сукупного попиту в американській економіці. Не меншу роль відіграє криза застарілої моделі глобального лідерства США, яка не відповідає умовам сучасного постіндустріального суспільства.

Вирішення нинішніх проблем глобалізації, що широко обговорюються сьогодні в літературі, треба шукати на шляхах переходу до нової, постіндустріальної моделі глобального лідерства, в центрі якої знаходиться світова інвестиційна система, побудована за дворівневим принципом.

У статті намічений лише контурний ескіз принципів роботи економічного механізму пропонованої інвестиційної системи. Однак залишаються відкритими безліч теоретичних і практичних питань її створення та функціонування. Наприклад, складні інституційні проблеми можуть виникнути в зв'язку з тим, що створення такої системи на глобальному рівні передбачає радикальну зміну принципів діяльності міжнародних фінансових організацій. Зокрема, світова інвестиційна система може суттєво вплинути на функціонування таких підрозділів групи Світового банку як МБРР та МФК. Дана стаття обмежується тільки постановкою цих та інших надзвичайно складних наукових проблем, пов'язаних зі створенням і функціонуванням світової інвестиційної системи. Вона відкриває широкі перспективи для проведення, перш за все, в рамках КНТЕУ, подальших теоретичних і прикладних досліджень, спрямованих на пошук шляхів економічного розвитку України в контексті сучасної кризи глобалізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Геєць В. М., Гриценко А. А. Вихід з кризи (Роздуми над актуальним у зв'язку з прочитаним). Економіка України. 2013. № 6. С. 4–19.
2. Гриценко А. А. Економіка України на шляху до інклюзивної розвитку. Економіка України. 2016. № 2. С. 45–63.
3. Геєць В. М. Подолання квазіринковості – шлях до інвестиційно орієнтованої моделі економічного зростання. Економіка України. 2015. № 6. С. 4–19.
4. Уманців Ю. Економічна політика держави в умовах глобалізації. Вісн. КНТЕУ. 2017. № 1 (111). С. 5–18.
5. Білорус О. Г. Интровертний гео економічний розворот США і його потенційні глобальні наслідки. Економіка України. 2017. № 5–6. С. 67–77.
6. Шаров А. Н. Вихід з кризи: уроки «плану Маршалла» і перспективи для України. Економіка України. 2014. № 12. С. 57–65.
7. Стиглиц Дж. Крутое пике. Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса. М. : ЭКСМО, 2011. 512 с.
8. Мазаракі А. А., Мельник Т. М. Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі. Київ : КНТЕУ, 2010. 286 с.

9. Мазараки А. А., Мельник Т. М., Інсарова Н. О. та ін. Зовнішня торгівля України: XXI ст. ; за ред. А. А. Мазараки. Київ : КНТЕУ, 2016. 600 с.
10. Suranovic S. International Trade: Theory and Policy. Wash. : Saylor Foundation, 2015. 473 p.
11. Landau A. The International Trade System. NY : Routledge, 2012. 425 p.
12. Гэлбрейт Дж. К. Криза глобалізації. URL : <http://portalus.ru>.
13. Туган-Барановский М. Промислові кризи. Нарис з соціальної історії Англії. Київ : Наук. думка, 2004. 368 с.
14. Кругман П. Вихід з кризи є! М. : Бізнес Абетка, 2013. 320 с.
15. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное. М. : ЭКСМО, 2008. 960 с.
16. Жданова Л. Л. Відновлення і нагромадження капіталу: теорія, методологія, економічна політика. Одеса : Астропринт, 2014. 296 с.
17. Irwin D., Terio M. Does Trade Raise Income? Evidence from the Twentieth Century. Journal of International Economics. 2012. Vol. 107. № 1. P. 1–18.
18. Feenstra R. C. Advanced International Trade: Theory and Evidence. Princeton : Princ. Univ. Press, 2004. 412 p.
19. Шморгун Л. Г. Чи є в Україні інвестиційна політика? Економіка України. 2014. № 3. С. 42–49.
20. Петренко І. П. Трансформація заощаджень населення в інвестиції: досвід і проблеми в Україні. Економіка України. 2014. № 3. С. 50–61.
21. Мазараки А. А., Лагутін В. Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням. Економіка України. 2016. № 4. С. 4–18.

Стаття надійшла до редакції 30.01.2018.

***KvachYa., Koval V., Grimalyuk A. Economic prospects of the world investment system.***

***Background.*** The trend towards a slowdown in the growth of the world economy, which prevails after the crisis of 2008–2009, and the strengthening of macroeconomic instability, gives the study of the global development process a special urgency, stimulating the search for new approaches to analyzing and solving these problems. It seems that one of these approaches can be connected with the development of the economic mechanism of the global investment system, which opens new opportunities for regulation of the processes of international development.

The ***aim*** of the article is to develop the principles of the functioning of the economic mechanism of the world investment system, which allows to solve the problem of the balance between global savings and investments, which hinders the growth of the world economy.

***Methods and materials.*** The article are based on modern methodology of macroeconomic analysis of empirical material on global equilibrium and its modern disruption in the process of capital accumulation and the formation of a global surplus of savings. In the methodology of studying the problems of the world investment system, an important place is occupied by the principle of concrete historicism, according to which economic relations, institutions and methods of regulation are specific for each historical epoch.

***The results of the research.*** The article considers the theoretical model of a global investment system built on a two-level principle. The lower level of such a two-tier model forms private investments, and at the second, upper level, a development institution is proposed that actually plays the role of a global investment bank. He does not issue loans, but buys shares of new enterprises even before they start to be created. Thus, the system finances the acquisition of machinery, equipment, construction of buildings, structures and the whole process of creating new enterprises, and then, when they start working, sells new enterprises to private hands. In the future, these enterprises can operate on a private-corporate basis and compete with other enterprises in the market.

*The money received from the sale of the established enterprise is again invested in the creation of new and new enterprises. As a result, there is a closed cycle of circular movement of capital. Such an investment system is capable of providing a vigorous modernization of the economy on the basis of the repeated use of the same initial capital.*

**Conclusion.** *We come to the conclusion that it is also profitable for the USA to create such an investment system and test it in Ukraine. The most fundamental conclusion is that overcoming the current crisis of globalization must be sought on the way to a new, post-industrial model of global leadership, in the center of which there is a world investment system built on a two-level principle.*

**Keywords:** macroeconomic balance, combined savings and investments, global leadership, deceleration of increase, postindustrial society, re-industrialization of Ukrainian economy, global investment system.

## REFERENCES

1. Gejec' V. M., Grycenko A. A. Vyhid z kryzy (Rozdumy nad aktual'nym u zv'jazku z prochytnym). *Ekonomika Ukrainy*. 2013. № 6. S. 4–19.
2. Grycenko A. A. *Ekonomika Ukrainy na shljahu do inkljuzyvnoi' rozvytku*. *Ekonomika Ukrainy*. 2016. № 2. S. 45–63.
3. Gejec' V. M. Podolannja kvazirynkovosti – shljah do investycijno orijentovanoi' modeli ekonomichnogo zrostantnja. *Ekonomika Ukrainy*. 2015. № 6. S. 4–19.
4. Umanciv Ju. *Ekonomichna polityka derzhavy v umovah globalizacii'*. *Visn. KNTEU*. 2017. № 1 (111). S. 5–18.
5. Bilorus O. G. Introvertnyj geoekonomichnyj rozvorot SShA i jogo potencijni global'ni naslidky. *Ekonomika Ukrainy*. 2017. № 5–6. S. 67–77.
6. Sharov A. N. Vyhid z kryzy: uryky «planu Marshalla» i perspektyvy dlja Ukrainy. *Ekonomika Ukrainy*. 2014. № 12. S. 57–65.
7. Stiglic Dzh. *Krutoe pike. Amerika i novyj jekonomicheskij porjadok posle global'nogo krizisa*. M. : JeKSMO, 2011. 512 s.
8. Mazaraki A. A., Mel'nyk T. M. *Reguljatorna polityka u sferi zovnishn'oi' torgivli*. Kyi'v : KNTEU, 2010. 286 s.
9. Mazaraki A. A., Mel'nyk T. M., Insarova N. O. ta in. *Zovnishnja torgivlja Ukrainy: XXI st. ; za red. A. A. Mazaraki*. Kyi'v : KNTEU, 2016. 600 s.
10. Suranovic S. *International Trade: Theory and Policy*. Wash. : Saylor Foundation, 2015. 473 p.
11. Landau A. *The International Trade System*. NY : Routledge, 2012. 425 p.
12. Gəlbrejht Dzh. K. *Kryza globalizacii'*. URL : <http://portalus.ru>.
13. Tugan-Baranovskij M. *Promyslovi kryzy. Narys z social'noi' istorii' Anglii'*. Kyi'v : Nauk. dumka, 2004. 368 s.
14. Krugman P. *Vyhid z kryzy je!* M. : Biznes Abetka, 2013. 320 s.
15. Kejns Dzh. M. *Obshhaja teorija zanjatosti, procenta i deneg*. *Izbrannoe*. M. : JeKSMO, 2008. 960 s.
16. Zhdanova L. L. *Vidnovlennja i nagromadzhennja kapitalu: teorija, metodologija, ekonomichna polityka*. Odesa : Astroprynt, 2014. 296 s.
17. Irwin D., Terio M. *Does Trade Raise Income? Evidence from the Twentieth Century*. *Journal of International Economics*. 2012. Vol. 107. № 1. P. 1–18.
18. Feenstra R. C. *Advanced International Trade: Theory and Evidence*. Princeton : Princ. Univ. Press, 2004. 412 p.
19. Shmorgun L. G. *Chy je v Ukraini investycijna polityka?* *Ekonomika Ukrainy*. 2014. № 3. S. 42–49.
20. Petrenko I. P. *Transformacija zaoshhadzhen' naseleennja v investycii': dosvid i problemy v Ukraini*. *Ekonomika Ukrainy*. 2014. № 3. S. 50–61.
21. Mazaraki A. A., Lagutin V. D. *Vnutrishnij rynek Ukrainy v umovah dysbalansiv mizh vyrobnyctvom i spozhyvannjam*. *Ekonomika Ukrainy*. 2016. № 4. S. 4–18.

УДК 339.96:338.432

**КОВАЛЕНКО Микола,**

д. е. н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Херсонського національного технічного університету

**ОНИКІЄНКО Надія,**

аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Херсонського національного технічного університету

## МІЖНАРОДНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО БІЗНЕСУ

*Основні тенденції сучасного розвитку відносин України з міжнародними фінансовими організаціями досліджені на прикладах проектів міжнародної технічної допомоги, які реалізуються за підтримки країн-донорів. Проаналізований вплив міжнародної діяльності України на розвиток переробних підприємств, економіки регіону та держави в цілому. Розглянуті перспективи подальшого розвитку міжнародної співпраці.*

*Ключові слова:* міжнародна співпраця, країни-донори, інвестиційні проекти, міжнародна фінансова допомога, переробні підприємства.

*Коваленко Н., Оникиєнко Н. Международная финансовая поддержка предприятий агропромышленного бизнеса. Основные тенденции современного развития отношений Украины с международными финансовыми организациями исследованы на примерах проектов международной технической помощи, реализуемых при поддержке стран-доноров. Проанализировано влияние международной деятельности Украины на развитие перерабатывающих предприятий, экономики региона и государства в целом. Рассмотрены перспективы дальнейшего развития международного сотрудничества.*

*Ключевые слова:* международное сотрудничество, страны-доноры, инвестиционные проекты, международная финансовая помощь, перерабатывающие предприятия.

**Постановка проблеми.** Ефективна господарська діяльність сучасних переробних підприємств України пов'язана зі змінами у внутрішньому та зовнішньому середовищі, що впливає на кінцеві результати функціонування переробних підприємств. Зовнішнє середовище впливає на господарську діяльність переробних підприємств через чинники, до яких можна віднести: міжнародний фактор, підвищення рівня інфляції, зміна попиту та пропозиції на міжнародному ринку, конкурентні позиції товарів переробної промисловості відповідної держави, досягнення

науково-технічного прогресу, політичні фактори, інноваційні методи організації виробництва переробної продукції.

Нині для переробних підприємств України все більш актуальним є питання знаходження ресурсів та одержання підтримки на зовнішньому ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями було актуальним завжди і залишається таким наразі. Дискусія щодо ефективності та результативності застосування зарубіжного досвіду вітчизняними переробними підприємствами і вплив такого інструменту як міжнародна співпраця, постійно перебували і продовжують залишатись у центрі уваги політиків, вчених, урядовців. Проблеми та перспективи розвитку міжнародної співпраці та вплив такої діяльності на розвиток переробної промисловості знайшли своє відображення в роботах багатьох дослідників, серед яких В. Д. Базилевич, О. Г. Білорус, Г. О. П'ятаченко, А. С. Гальчинський, А. В. Пешко, Н. С. Рязанова [1–5] та ін. Але, незважаючи на значний обсяг наукових здобутків у цій сфері, деякі питання щодо міжнародної співпраці та його впливу на розвиток переробних підприємств мають суперечливий і дискусійний характер.

Ретельного дослідження потребують технічні бар'єри у торгівлі щодо стандартизації, якості та підвищення експортної конкурентоспроможності продукції переробних підприємств, обмін новітніми технологіями у промисловості та поглиблене цільове регуляторне наближення в європейських ланцюгах створення доданої вартості.

**Метою** дослідження є визначення ролі, перспектив співпраці України із міжнародними фінансовими інститутами та її впливу на вітчизняні переробні підприємства в умовах сучасної політичної та економічної ситуації в Україні.

**Матеріали та методи.** Методологічною основою статті є синтез результатів дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців щодо економічних результатів міжнародної співпраці, вивчення відповідних проектів міжнародної допомоги, які вплинули на розвиток як окремого регіону, так і всієї України. Дослідження проведено із застосуванням методів теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу, дедукції.

**Результати дослідження.** На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України все більше уваги приділяється її міжнародній співпраці, оскільки направлена на вирішення однієї з важливих проблем – продовольчого забезпечення населення. Потенціал вітчизняних переробних підприємств, продукція яких поступає на внутрішній та зовнішній ринки, виводить країну на міжнародну арену як серйозного постачальника продовольства. Працюючи у складі п'яти комітетів та трьох комісій Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (*Food and Agriculture Organization, FAO*), українська сторона безпосередньо залучається до прийняття рішень у цій важливій сфері. Суттєвою перевагою такої співпраці стає отримання Україною

технічної допомоги для розвитку пріоритетних галузей АПК та переробної промисловості. Підписана 13 липня 2016 р. «Рамкова програма ФАО для України 2016–2019» представниками ФАО і Міністерства аграрної політики та продовольства України визначає розвиток органічної продукції серед пріоритетних напрямів розвитку. Вона доповнює та сприяє реалізації «Стратегії розвитку сільського господарства та сільських районів на 2015–2020 рр». Головним напрямом співпраці в рамках підписаної програми визначено розвиток органічної продукції малими та середніми фермерами. Співробітництво України з ФАО охоплює й інші сторони розвитку сільського господарства та сільських територій України, серед яких – розвиток бізнес-клімату в Україні, земельна реформа та продовольча безпека, оптимізація управління природними ресурсами. Це є позитивним фактором розвитку переробних підприємств України та гарантом розвитку переробної галузі [6].

Згідно з підписаним документом, ФАО сприятиме створенню в Україні відкритих баз даних проектів міжнародної технічної та фінансової допомоги, в яких можуть брати участь аграрії. В межах підписаної Рамкової програми співробітництва для України ФАО планує надати Україні технічну допомогу для розвитку сільського господарства на суму 15 млн дол. США [7].

З набуттям нашою країною членства у СОТ в травні 2008 р. розпочався новий етап багатосторонньої міжнародної співпраці України, який відкрив можливість ведення переговорів по угодах про вільну торгівлю з ЄС та Європейською асоціацією вільної торгівлі. Актуальним залишається подальше реформування зовнішньоторговельного режиму України для приведення у відповідність до норм та принципів СОТ. Така участь нашої держави у міжнародних організаціях відкриває можливості для розвитку переробних підприємств і збільшує попит на їх продукцію.

Міжнародна технічна допомога країн-донорів та міжнародних організацій надається Україні на безоплатній та безповоротній основі практично в усіх сферах економіки та суспільного життя з 1992 р. Її рамками охоплено 15 країн та понад 20 міжнародних організацій, в тому числі й Європейський Союз (*табл. 1*).

Реалізація проектів дала свої досить ефективні наслідки. Результатом лише одного проекту «Партнерство заради інновацій «Розвиток сімейних ферм, об'єднаних в сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи» стало посилення ланцюга доданої вартості в Дніпропетровській, Запорізькій, Миколаївській, Полтавській, Херсонській та інших областях, де були створені 170 сімейних ферм, об'єднанні 1000 особистих селянських господарств (ОСГ), відкриті 29 реконструйованих сімейних ферм, встановлені 17 міні-танкерів-охолодників та впроваджені тренінгові програми [8].

Таблиця 1

## Основні проекти міжнародної технічної допомоги за участю переробних підприємств України

Назва проекту (програми)	Загальна вартість	Термін виконання	Донор	Реципієнт
Партнерство заради інновацій «Розвиток сімейних ферм, об'єднаних в сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи»	1 369 745 дол. США	01.07.2015–31.07.2017	Уряд США через Агентство США з міжнародного розвитку	Об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «Господар»
Збільшення потужностей для професійного вирощування картоплі в Україні	672 068 дол. США	27.08.2015–26.08.2017	Уряд США через Агентство США з міжнародного розвитку	ТОВ «Агріко Україна»
Агрорішення для малих і середніх агровиробників в Україні	1 046 757 дол. США	01.10.2015–30.09.2017	Уряд США через Агентство США з міжнародного розвитку	Малі та середні агровиробники
Програма підтримки аграрного та сільського розвитку в Україні	20 597 270 дол. США	07.09.2016–31.07.2020	Уряд США через Агентство США з міжнародного розвитку	Міністерство аграрної політики та продовольства України
Кредитування сільськогосподарських виробників	4 998 995 дол. США	25.08.2016–24.08.2020	Уряд США через Агентство США з міжнародного розвитку	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, кредитна спілка «Харківська каса взаємо-допомоги», Всеукраїнська асоціація кредитних спілок, Національна асоціація кредитних спілок України
Розвиток молочного бізнесу в Україні	19 697 103 канад. дол.	01.04.2014–31.03.2021	Уряд Канади через Міністерство закордонних справ, торгівлі та розвитку Канади	Дніпропетровська обласна громадська організація «Сільськогосподарська консультаційна служба»; Дніпропетровське обласне об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «Господар»; Львівське обласне об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів «Рівноправність»; Благотворна організація «Львівська аграрна дорадча служба»



Закінчення табл. 1

Назва проекту (програми)	Загальна вартість	Термін виконання	Донор	Реципієнт
Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва	19 325 100 канад. дол.	07.08.2014–31.03.2021	Уряд Канади через Міністерство закордонних справ, торгівлі та розвитку Канади	Запорізька обласна громадська організація «Запорізький інформаційно-консультативний центр «Агро-Таврія»; Одеська обласна сільськогосподарська дорадча служба «Центр розвитку та правової підтримки села»; Всеукраїнська громадська організація «Рада жінок-фермерів України»; Благодійний фонд «Ласка»; Громадська організація «Земля Таврії»
Німецько-український агрополітичний діалог	2 100 000 євро	01.01.2016–31.12.2018	Уряд Федеративної Республіки Німеччина через Федеральне Міністерство продовольства та сільського господарства Німеччини	ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»
Консультативні послуги для реалізації проекту «Підтримка малих і середніх підприємств»	2 000 000 євро	01.05.2014–30.06.2018	Уряд Федеративної Республіки Німеччина через Федеральне Міністерство економічної співпраці та розвитку Німеччини / Кредитну установу для відбудови	Німецько-Український фонд (НУФ)
Створення системи контролю за безпекою харчових продуктів у циклі виробництва та збуту молочних продуктів також	2 600 000 швейцар. франків	16.10.2015–31.12.2018	Уряд Швейцарської Конфедерації через Державний секретаріат з економічних питань Швейцарії	Державна ветеринарна та фітосанітарна служба України

Джерело: розроблено автором на основі [9].

Проект «Збільшення потужностей для професійного вирощування картоплі в Україні шляхом забезпечення якісним насіннєвим матеріалом та технологіями малих та середніх фермерів» сприяв збільшенню ефективності агровиробництва та покращенню прибутковості бізнесу малих та середніх фермерів завдяки надання їм доступу до високоякісного насіннєвого матеріалу та передачі покращених агровиробничих практик [9].

Одним із найважливіших проектів міжнародної допомоги України останніми роками стала «Програма підтримки аграрної політики і сільського розвитку в Україні», завдяки якій поліпшилися умови для діяльності малих і середніх аграрних підприємств (МСП) завдяки зміцненню інституційної спроможності Міністерства аграрної політики та продовольства України до реалізації реформ в аграрному секторі, створено прозорі нормативно-правові засади в сфері земельних відносин, а також впроваджено реформи, що дозволять модернізувати систему зрошення земель. Дана програма сприяла зростанню експортної конкуренто-спроможності малих та середніх виробників овочів, фруктів, молока та м'яса, надаючи допомогу аграрним МСП у впровадженні міжнародних стандартів якості та безпечності продукції, експорті продукції на зовнішні ринки, а також використанні тих можливостей, які надаються в рамках Угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі між Україною та ЄС. Програма підтримки аграрної політики та сільського розвитку в Україні підтримала розвиток сільських територій на основі розширення можливостей громадян для працевлаштування й отримання доходів, а також надання допомоги визначеним територіальним громадам у розробленні ефективних стратегій розвитку місцевої економіки, що стимулюватиме її зростання [9].

Досягненням Проекту «Агрорішення для малих і середніх агровиробників в Україні» стало розроблення високоякісних рішень для малих і середніх агровиробників з метою сприяння покращення їх практик управління бізнесом, агрономічних і маркетингових практик. Здійснено навчальну програму для агровиробників [9].

Проект «Розвиток молочного бізнесу в Україні» сприяв тому, що 5000 малих та середніх молочних фермерів стануть членами кооперативів і будуть продавати своє молоко гуртом шляхом угоди з переробниками, а 24 прибуткові кооперативи засвоїли нові практики з бізнес-менеджменту та впровадили демократичні моделі керівництва у кооперативах. Завдяки даному Проекту 100 ферм, очолюваних жінками, отримали доступ до банківського фінансування, збудували нові тваринницькі приміщення та подвоїли розмір свого стада, два регіональні об'єднання сільськогосподарських кооперативи виробляють високоякісні фуражі на 400 га щорічно та забезпечують їх дистрибуцію для молочних виробників. Фахівцями Проекту організовано дві лабораторії, які роблять аналіз компонентів та бактеріальний аналіз

молока, а персонал двох дорадчих служб пройшов навчання щодо сучасних практик роботи на молочній фермі та надає щомісячні консультації молочним виробникам у рамках системи обліку молочного стада [9].

«Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва» підвищив рівень господарювання, стабільності та конкурентоспроможності виробників. Проектом створено умови для залучення сільськогосподарських товаровиробників у двох чи трьох плодоовочевих маркетингових ланцюжках для підвищення ефективного рівня ведення аграрного бізнесу [9].

Результатами проекту «Німецько-український агрополітичний діалог» є: дерегуляція аграрного сектора, у т. ч. спрощення рамкових умов для торгівлі та залучення інвестицій, розвиток ефективної та прозорої системи управління земельним ринком; державна підтримка сталого розвитку аграрного сектору, у т. ч. розвиток ефективних структур господарювання; покращення аграрної освіти на науки; наближення стандартів якості та безпечності продукції до стандартів ЄС.

Ці проекти, впливаючи на виробників сировини для переробних підприємств, сприяють підвищенню конкурентоспроможності, якості, відповідності міжнародним вимогам сертифікації та стандартизації продуктів переробки. Вони сприяють обізнаності товаровиробників, ефективності та прибутковості ведення бізнесу.

За останні п'ять років країнами-донорами та міжнародними фінансовими організаціями Херсонщині надано допомогу на загальну суму понад 45 млн дол. США для підтримки аграрного сектора, покращення енергоефективності переробних підприємств, забезпечення сталого економічного розвитку, покращення стану охорони здоров'я, надання гуманітарної допомоги, зміцнення громадянського суспільства [9].

З метою покращення ситуації у переробній промисловості Херсонської області відповідно до Програми економічного, соціального та культурного розвитку Херсонської області на період до 2020 р. продовжується залучення інвестицій, коштів міжнародної технічної допомоги на забезпечення підвищення доданої вартості продукції агропромислового комплексу та створення сприятливих умов для розвитку переробних підприємств [10].

Проекти міжнародної співпраці мають позитивний вплив на розвиток переробних підприємств, стають ключовим аспектом розвитку окремого регіону та держави в цілому, адже залучення додаткових інвестицій стимулює розширення виробництва, рентабельність підприємств переробної галузі, стабілізацію національної економіки.

Після підписання економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом на території нашої держави з 2014 по 2017 рік діяли кілька проектів міжнародної допомоги ЄС, які вплинули на розвиток вітчизняних переробних підприємств (табл. 2).

## Проекти міжнародної допомоги Європейського Союзу

Назва проекту	Вартість проекту, євро	Термін дії	Реципієнти
Вдосконалення системи контролю харчових продуктів в Україні	3 591 550	14.03.2014–14.12.2017	Державна ветеринарна та фітосанітарна служба України
Розвиток молочного тваринництва і низька продуктивність сільськогосподарських ринків	179 000	01.08.2014–01.02.2017	П'ятихатська районна рада Дніпропетровської області
Розвиток можливостей кооперативу для захисту правових і економічних інтересів приватних селянських господарств, а також розширення молочного асортименту продукції соціальної сфери Томашпільського району	426 793	12.09.2014–11.03.2017	Томашпільська районна рада Вінницької області; Міжнародна громадська організація «Регіональний центр транскордонного співробітництва Євросерегійон «Дністер»

*Джерело: розроблено автором на основі [11].*

Проект «Вдосконалення системи контролю харчових продуктів в Україні» є частиною фінансованої Європейським Союзом Програми всеохоплюючої інституційної розбудови у сфері безпечності харчових продуктів в Україні, виробниками яких є переробні підприємства.

**Висновки.** В умовах обмеженості сировинних, фінансових ресурсів, разом із пошуком джерел внутрішнього фінансування економічного розвитку держави, міжнародна співпраця України стає важливим стимулюючим фактором. Роль проектів міжнародної допомоги виражається у підтримці матеріального забезпечення цільових бюджетних програм, передачі нових знань і навичок для покращення економічного, промислового та соціального стану України, забезпечення кваліфікованим кадровим потенціалом та застосування міжнародного досвіду ведення бізнесу в Україні.

Важливим напрямом розвитку економіки та промисловості України є подальший розвиток міжнародної співпраці, адже держава прагне відповідати вимогам сучасних політичних та економічних систем розвинених країн, а також забезпечити свою економіку джерелом додаткових фінансових ресурсів. Міжнародна співпраця для України – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості за допомогою іноземного фінансування. Наразі існують передумови для подальшого розвитку такої співпраці: безвізовий режим із країнами ЄС, зацікавленість населення у розвитку міжнародних відносин, готовність України змінювати недосконалу систему суддівства та покращувати боротьбу з корупцією.

Міжнародна співпраця України зі світовими фінансовими організаціями стає важливим бюджетним інструментом впливу на розвиток переробних підприємств, оскільки відбувається поліпшення макрофінансових показників таких підприємств, формування конкурентного ринкового середовища, рентабельного виробництва переробних підприємств, стабілізації національної валюти.

Міжнародна співпраця не повинна базуватись на економічній залежності України від її міжнародних партнерів, збільшенні державного боргу та загрозі її суверенітету. Її необхідно розглядати, як ефективний інструмент стабілізації української економіки та позитивний приклад розвитку розширеного виробництва переробних підприємств розвинених країн.

Подальші дослідження науковцям варто направити на пошук нових ефективних інструментів розвитку вітчизняних переробних підприємств, малого та середнього бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилевич В. Д. Розвиток фінансового ринку в сучасних умовах. Фінанси України. 2009. № 12. С. 5–12. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu\\_2009\\_12\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2009_12_3).
2. Білорус О. Г., П'ятаченко Г. О. Теорія і практика структурних трансформацій. Фінанси України. 2017. № 6. С. 125–128.
3. Гальчинський А. Політична нооекономіка. Економічна теорія. 2015. № 3. С. 43–55. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte\\_2015\\_3\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2015_3_5).
4. Пешко А. В., Назаренко А. В. Інвестиційна стратегія управління компанією. Державне будівництво. 2007. № 1 (2). С. 1–9. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu\\_2007\\_1\(2\)\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2007_1(2)_16).
5. Рязанова Н. С. Фінансовий ринок як економічна категорія: її характерні риси, суспільне призначення та функції у сучасному інформаційному суспільстві. Проблеми економіки. 2015. № 1. С. 299–312. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rekon\\_2015\\_1\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rekon_2015_1_40).
6. Україна і ФАО уклали угоду про співпрацю. URL : <http://news.finance.ua/ua/news/-/380106/ukrayina-i-fao-uklaly-ugodu-pro-spivpratsyu>.
7. Перспективи членства України в Продовольчій та сільськогосподарській організації ООН. URL : <http://www.viche.info/journal/1868>.
8. Офіційна відповідь Міністерства аграрної політики і продовольства України на публічний запит щодо результатів та економічної ефективності проектів міжнародної технічної допомоги громадянки Онікієнко Н. В. від 31.01.2018 № 37-23-16/3618.
9. Перелік діючих проектів міжнародної технічної допомоги за підтримки країн-донорів, що реалізуються в Україні та пройшли державну реєстрацію (перереєстрацію) у Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України. Офіц. сайт М-ва екон. розвитку і торгівлі України. URL : <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&title=PerelikProektivMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogiZareiestrovanihVUstanovlenomuZakonodavstvomuPoriadku>.
10. Інвестиційний паспорт Херсонської області. Офіц. сайт Херсон. обл. держ. адмін. URL : <http://khoda.gov.ua>.

11. Перелік діючих проектів міжнародної допомоги Україні, донором яких є Європейський Союз. Офіц. сайт М-ва екон. розвитку і торгівлі України. URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=f67969b1-f347-493d-aaa6-317c6a67ae6c&tag=PerelikDiiuchikhProektivMizhnarodnoiDopomogiUkraini-DonoromYakikhvropeiskiiSoiuz>.

*Стаття надійшла до редакції 09.01.2018.*

**Kovalenko M., Onikiyenko N. International financial support for agribusiness enterprises.**

**Background.** *The external environment affects the economic activity of processing enterprises through factors, including the international factor. Cooperation of Ukraine with international financial organizations was actual and remains the same today, because before the domestic business entities the issue of finding resources and obtaining support in the foreign market becomes more and more relevant.*

*The aim of the article is to determine the role, prospects and impact of cooperation between international financial institutions and Ukraine on domestic processing enterprises, to summarize the results of Ukraine's cooperation with international organizations in the current political and economic situation in Ukraine.*

**Materials and methods.** *The methodological basis of the article is the synthesis of research results of domestic and foreign scholars on the economic results of international cooperation, the study of relevant international assistance projects that influenced the development of both an individual region and the whole Ukraine. The research was conducted using the methods of theoretical generalization, comparative analysis, deduction.*

**Results.** *Projects of international cooperation have a positive impact on the development of processing enterprises and become a key aspect of the development of a separate region and the state as a whole, since attracting additional investments stimulates the development of expanded production, the profitability of enterprises in the processing industry, and the stabilization of the national economy.*

**Conclusions.** *Cooperation with international financial institutions is important for reforming the Ukrainian economy, improving macro-financial indicators, forming a competitive market environment, cost-effective production of processing enterprises, and stabilizing the national currency. At the same time, it should be noted that international cooperation should not be based on the economic dependence of Ukraine on its international partners, the increase of public debt and the threat of its sovereignty. International cooperation should be considered as an effective tool for stabilizing the Ukrainian economy and a positive example of the development of expanded production of processing enterprises in developed countries.*

**Keywords:** international collaboration, donor countries, investment projects, international financial assistance, processing companies.

## REFERENCES

1. Bazylevych V. D. Rozvytok finansovogo rynku v suchasnyh umovah. *Finansy Ukrainy*. 2009. № 12. S. 5–12. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu\\_2009\\_12\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fu_2009_12_3).
2. Bilorus O. G., P'jatachenko G. O. Teorija i praktyka strukturnykh transformacij. *Finansy Ukrainy*. 2017. № 6. S. 125–128.
3. Gal'chyns'kyj A. Politychna noekonomika. *Ekonomichna teorija*. 2015. № 3. S. 43–55. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte\\_2015\\_3\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2015_3_5).

4. Peshko A. V., Nazarenko A. V. Investycyjna strategija upravlinnja kompanijegu. Derzhavne budivnyctvo. 2007. № 1 (2). S. 1–9. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2007\\_1\(2\)\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_1(2)_16).
5. Rjanzanova N. S. Finansovyj rynek jak ekonomichna kategorija: i'i' harakterni rysy, suspil'ne pryznachennja ta funkcii' u suchasnomu informacijnomu suspil'stvi. Problemy ekonomiky. 2015. № 1. S. 299–312. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon\\_2015\\_1\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2015_1_40).
6. Ukraïna i FAO uklaly ugodu pro spivpracju. URL : <http://news.finance.ua/ua/news/-/380106/ukrayina-i-fao-uklaly-ugodu-pro-spivpratsyu>.
7. Perspektyvy chlenstva Ukraïny v Prodovol'chij ta sil'skogospodars'kij organizacii' OON. URL : <http://www.viche.info/journal/1868>.
8. Perelik dijuchyh proektiv mizhnarodnoi' tehnicnoi' dopomogy za pidtrymky kraïndonoriv, shho realizujut'sja v Ukraïni ta projshly derzhavnu rejestraciju (pererejestraciju) u Ministerstvi ekonomichnogo rozvytku i torgivli Ukraïny. Ofic. sajt M-va ekon. rozvytku i torgivli Ukraïny. URL : <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&title=PerelikProektivMizhnarodnoiTekhnichnoiDopomogiZareiestrovanikhVUstanovlenomuZakonodavstvomuPoriadku>.
9. Oficijna vidpovid' Ministerstva agrarnoi' polityky i prodovol'stva Ukraïny na publicznyj zapyt shhodo rezul'tativ ta ekonomichnoi' efektyvnosti proektiv mizhnarodnoi' tehnicnoi' dopomogy gromadjanky Onikijenko N. V. vid 31.01.2018 № 37-23-16/3618.
10. Investycyjnyj pasport Hersons'koi' oblasti. Ofic. sajt Herson. obl. derzh. admin. URL : <http://khoda.gov.ua>.
11. Perelik dijuchyh proektiv mizhnarodnoi' dopomogy Ukraïni, donorom jakyh je Jevropejs'kyj Sojuz. Ofic. sajt M-va ekon. rozvytku i torgivli Ukraïny. URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=f67969b1-f347-493d-aaa6-317cba67ae6c&tag=PerelikDiiuchikhProektivMizhnarodnoiDopomogiUkraini-DonoromYakikhvropeiskiiSoiuz>.

УДК 338.486.1:339.187.44

**ТКАЧУК Тетяна,**

к. е. н., асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу  
Київського національного торговельно-економічного університету

## ВІРТУАЛЬНІ ФРАНЧАЙЗИНГОВІ ТУРИСТИЧНІ МЕРЕЖІ СВІТУ

*Досліджено розвиток бізнесу різних регіонів світу у глобальній мережі Інтернет та виявлено закономірну популяризацію використання віртуального простору для розвитку туристичних мереж, зокрема на умовах франчайзингових відносин. Проаналізовано діяльність основних віртуальних туристичних мереж на світовому ринку послуг з метою визначення переваг та недоліків їх функціонування.*

*Ключові слова:* віртуальна туристична мережа, франчайзингова віртуальна мережа, договір франчайзингу, інтернет-торгівля, онлайн-платформа, світовий ринок туристичних послуг.

*Ткачук Т. Виртуальные франчайзинговые туристические сети мира. Исследовано развитие бизнеса различных регионов мира в глобальной сети Интернет и обнаружено закономерную популяризацию использования виртуального пространства для развития туристических сетей, в частности на условиях франчайзинговых отношений. Проанализирована деятельность основных виртуальных туристических сетей на мировом рынке услуг с целью определения преимуществ и недостатков их функционирования.*

*Ключевые слова:* виртуальная туристическая сеть, франчайзинговая виртуальная сеть, договор франчайзинга, интернет-торговля, онлайн-платформа, мировой рынок туристических услуг.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток інформаційних технологій, які прямо та опосередковано впливають на повсякденне життя населення, спонукає кожне успішне підприємство спрямовувати свою діяльність на випередження конкурентів шляхом передчасного задоволення потреб клієнтів, створення інноваційного продукту, використання онлайн-платформ для пропонування та просування товару чи послуги на ринок.

Популярність туризму як однієї зі сфер економічної діяльності, яка пов'язана з більшістю видів економіки та здатна забезпечувати робочими місцями, швидко реагувати на постійні зміни потреб споживачів, пропагувати імідж країни у світі, зростає щорічно. Світовою тенденцією розвитку підприємств туристичного бізнесу є їх об'єднання у системі франчайзингових відносин та пропонування послуг у мережі Інтернет.

---

© Ткачук Т., 2018



Наслідуюванню такої тенденції для українського туристичного бізнесу перешкоджають певні проблеми. Це пов'язано, *по-перше*, з відсутністю законодавчої бази з питань понятійного апарату франчайзингу, врегулювання франчайзингових відносин на території України та її невідповідністю міжнародним стандартам. *По-друге*, з наявністю прогалин у державному регулюванні сфери інтернет-послуг.

Доцільно дослідити та проаналізувати світові тенденції розвитку франчайзингових туристичних мереж у віртуальному просторі для виявлення основних переваг і недоліків їх функціонування та доцільності розвитку на вітчизняному ринку послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В умовах політико-економічної ситуації, що склалась на території України, та відсутності пріоритетних напрямів її відновлення і розвитку, дослідження щодо створення та популяризації франчайзингових туристичних мереж у віртуальному просторі набувають актуальності. Питанням становлення, розвитку та актуальності використання інформаційних технологій, зокрема у сфері туризму присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких В. Горбенко, О. Орлик, С. Мельниченко, Г. Михайліченко, О. Спориш [1–4]. Окремі аспекти зі створення та функціонування віртуальних підприємств відображені у працях М. Адера, К. Бойченко, Т. Загорної, А. Ткачової, І. Падеріна, О. Романова, І. Савельєва, Т. Почасової [5–9] та ін. Огляд вітчизняних та зарубіжних наукових праць свідчить про зростання популярності розвитку віртуальних підприємств сфери туризму в мережі Інтернет.

Але питання щодо формування та функціонування франчайзингових туристичних мереж у віртуальному просторі є недостатньо вивченим та актуальним напрямом наукового дослідження.

**Мета** статті – аналіз розвитку віртуальних франчайзингових туристичних мереж на світовому ринку послуг, виявлення основних переваг та недоліків їх функціонування.

**Матеріали та методи.** Методологічну основу наукового дослідження склали статистичний та графічний методи, які у поєднанні дозволили проаналізувати динаміку використання інформаційних технологій в цілому та функціонування віртуальних франчайзингових туристичних мереж на світовому ринку послуг. Інформаційною базою для дослідження стали праці вітчизняних та іноземних науковців та інтернет-джерела.

**Результати дослідження.** Сучасні економічні умови господарювання характеризуються глобальною конкуренцією, значними та швидкими змінами, стрімким розвитком інформаційних технологій і мережевих способів роботи, прискоренням інформаційних і комунікаційних потоків, ускладненням бізнесу та всеосяжною глобалізацією, що спричинило перехід до нової стадії розвитку економічних процесів – інформаційної економіки, де головним ресурсом стає навіть не інформація, а знання та шляхи її передачі (поширення). В цих умовах

поступово здійснюється трансформація компаній від тих, що базуються на раціональній організації, до тих, які базуються на знаннях та інформації. Інформація виступає складовою частиною товарів і послуг, що поставляються компаніями на ринок. В умовах конкурентної боротьби перемагають ті виробники, які найбільш ефективно адаптували свою організацію до нових умов ділового середовища, сформованого інформаційним суспільством [7].

Про зростання популярності розвитку бізнесу в інтернеті свідчать статистичні дані: станом на 2017 р. створено майже 966 млн веб-сайтів (у 2014 р. – 1 млрд). Це зумовлено щорічним збільшенням кількості інтернет-користувачів у світі за рахунок географічного розширення можливостей їх доступу. За даними світової статистики користувачів інтернету, у 2000 р. їх кількість становила 400 млн, тобто 6,3 % від загального населення світу; у 2017 р. – 3,8 млрд (51,7 %), з них – 49,6 % становлять користувачі країн Азії [10].

Зростання споживачів інтернет-послуг безпосередньо пов'язане з динамічним розвитком мобільного широкопугового зв'язку з використанням смартфонів та планшетів. Кількість людей у світі, які мають доступ до такого зв'язку, стрімко зростає та переважає над тими, хто застосовує традиційні способи з'єднання. За даними Світової статистики користувачів інтернету, кількість людей, які використовували мобільні пристрої для доступу до соціальних мереж, зросла на більш ніж 280 млн в період з 2015 року по 2016 рік. За прогнозами у 2019 р. вона може скласти 7,6 млрд осіб [10]. Ця тенденція поширена і на території України (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка розвитку широкопугового зв'язку на території України, %**

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Комп'ютер	домашній	75	73	69	57	53	49
	робочий	16	14	12	8	9	6
	за місцем навчання	3	3	3	1	1	1
	в інтернет-кафе	2	1	1	1	1	1
	у гостях	4	4	5	3	3	4
Ноутбук	домашній	19	23	28	41	46	48
	робочий	3	3	4	5	5	6
Планшет		-	-	-	8	10	10
Мобільний телефон		7	6	14	21	24	25

Джерело: складено автором за [10].

Аналіз динаміки розвитку інтернет-комерції у світі також свідчить про зростання популярності онлайн-продажів: за прогнозами експертів, у 2018 р. їх обсяг складатиме майже 2,5 трлн дол. США, що на 89,1 % більше порівняно з 2014 р. [11].

Актуальність розвитку бізнесу в інтернеті підтверджено даними, отриманими у результаті аналізу Світової статистики інтернет-торгівлі. У період 2011–2016 рр. бізнес-продаж споживачам (B2C) зростав у глобальному масштабі, лідерами якого стали країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону, отримавши у 2016 р. прибуток розміром 707,6 млрд дол. США (табл. 2).

Таблиця 2

**Обсяги інтернет-продажів у регіонах світу, млрд дол. США**

Назва регіону	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Середній Схід та Африка	14,41	20,61	27,00	33,75	39,56	45,49
Латинська Америка	38,33	37,66	45,98	55,95	63,03	69,60
Центральна і Східна Європа	30,89	40,17	48,56	57,96	64,35	68,88
Західна Європа	218,37	255,59	291,47	326,13	358,31	387,94
Північна Америка	327,77	373,03	341,95	469,49	523,09	580,24
Азіатсько-Тихоокеанський	237,86	315,91	388,75	501,68	606,54	707,60

*Джерело: складено автором за [11].*

За показником загального обсягу інтернет-торгівлі до п'ятірки світових лідерів у 2015 р. входили: США (середньорічні витрати споживачів у мережі – 1,8 тис. дол. США), Великобританія (1,6 тис. дол. США), Швейцарія (1,4 тис. дол. США), Франція (1,2 тис. дол. США), Німеччина (1 тис. дол. США). Це зумовлено швидким зростанням сегмента активного використання смартфонів (зокрема, для США – з 35 % у 2011 р. до 68 % у 2015 р.) та планшетів (з 3 % у 2010 р. до 45 % у 2015 р.) на території зазначених країн, що забезпечило швидкість доступу та зручність у користуванні для споживачів.

Разом з тим, віртуальні мережі активно розвиваються та домінують у країнах Азії та Близького Сходу. В Таїланді їх частка становить 24 % від загальної частки, яку займає країна у межах континенту, Індонезії – 22 %, Китаї – 20 %, Бразилії – 19 %, Саудівській Аравії, Індії, Туреччині, Мексиці – 18 % та інших. Найменшу частку зафіксовано у Німеччині – 6 %, США та Великобританії – 5 %, Австралії – 4 % [12].

Сфера туризму інформаційно насичена, оскільки характеризується різноманітністю та складністю ділових взаємозв'язків із партнерами, індивідуалізацією та пріоритетністю ексклюзивності туристичних послуг, динамічністю бізнес-процесів, потребою в постійному технологічному вдосконаленні та високою конкуренцією. Тому для розвитку нинішньої туристичної діяльності необхідно впроваджувати сучасні ІТ-технології, які забезпечують інформатизацію та швидкий обмін даними, інтеграцію та взаємозв'язок усіх учасників туристичного ринку, можливість урахування індивідуальних особливостей кожного клієнта в задоволенні його потреб, швидкість обслуговування, оперативний зворотний зв'язок, підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств. У практичній діяльності туристичних підприємств застосовуються різні види інформаційних технологій, а саме: глобальні

розподільчі системи, системи бронювання та резервування, електронні інформаційні системи, інформаційні системи менеджменту, мобільні системи зв'язку, послуги інтернет-мережі [2].

В умовах жорсткої конкуренції, швидкої зміни потреб споживачів та нестабільності економічних умов ринок туристичних послуг вимагає від підприємств адаптивних кроків, зокрема – створення нових бізнес-структур, які своєчасно реагуватимуть на постійну мінливість зовнішнього середовища та будуть здатні конкурувати за рахунок високої гнучкості при найменших капіталовкладеннях та фінансових ризиках, а також задоволення потреб клієнтів у більш стислий термін порівняно з традиційним способом ведення бізнесу. Такими бізнес-структурами можуть виступати віртуальні туристичні підприємства, об'єднані у системі франчайзингових відносин.

Розвиток туристичних підприємств у системі франчайзингу позитивно впливає на їх імідж, дозволяючи вдосконалювати або створювати конкурентоспроможний туристичний продукт, нові робочі місця, мотивувати персонал (забезпечення професійного зростання шляхом проведення кваліфікованих зустрічей, семінарів та навчань для обміну досвідом всередині мережі), задовольняти потреби споживачів та забезпечувати їх якісне обслуговування, активно розширювати територіальні межі розповсюдження туристичних товарів та послуг тощо [13]. Разом з тим, місцезнаходження підприємства нині вже не є одним із визначальних факторів успіху і забезпечення конкурентних переваг. Розвиток віртуального (інформаційного) простору дає можливість підприємствам глобально бути присутніми на ринку [14]. Тому функціонування віртуальних туристичних мереж, зокрема у системі франчайзингу, є актуальним та інноваційним напрямом розвитку туризму в цілому.

Згідно аналізу статистичної звітності, яку надала компанія *eMarketer*, світовий обсяг продажів туристичних послуг у віртуальному просторі склав 612,91 млрд дол. США у 2017 р., що на 11,7% більше від попереднього (рисунки).



**Динаміка обсягу продажів туристичних послуг в мережі інтернет у 2016–2017 рр. та її прогноз на 2018–2021 рр.**

Джерело: складено автором за [11].

За прогнозами експертів стрімке зростання популярності туристично-привабливого Азіатсько-Тихоокеанського регіону формуватиме тенденцію збільшення обсягу продажів до 2021 р. [11], а віртуальні туристичні мережі будуть одним із засобів його підтримки. Тому доцільно проаналізувати діяльність тих, які вже функціонують на світовому ринку, особливо у системі франчайзингу (табл. 3).

Проведення дослідження міжнародного ринку туристичних послуг дає підстави виявити основні мережі, що здійснюють діяльність у віртуальному просторі. Серед країн, які є лідерами за кількістю розвитку віртуальних туристичних мереж, є США, Іспанія, КНР та Індія. Активно розвиваються інтернет-мережі у сфері туризму на території Швейцарії, Нідерландів та Австралії.

Серед 16 представлених віртуальних туристичних мереж 69 % становлять мережі, що функціонують на умовах договору франчайзингу, зокрема *Expedia Inc.*, *YTB Global Travel*, *Travelport*, *World Travel Holdings*, *eDreams ODIGEO*, *eLong Inc*, *Tongcheng Tourism*, *MakeMyTrip Limited*, *Yatra Online Inc*, *Travix International BV*, *Webjet Limited*. Очевидними лідерами серед них є американська *Expedia Inc.*, китайська *eLong, Inc.* та індійська *Yatra Online Inc.*, які у 2016 р. отримали найбільші доходи за рахунок стрімкого розвитку та функціонування великої кількості веб-сайтів з надання туристичних послуг [15–30].

*Expedia Inc.* є однією з найбільших онлайн-туристичних компаній у світі, яка використовує понад 200 брендів для розвитку віртуальних мереж [15]. Її вигідне партнерство на умовах договору франчайзингу полягає у розробленні спеціальних програм та пропозицій, основна ідея яких – швидкий старт розвитку мережі з мінімальною витратою часу та грошових коштів.

Американська віртуальна мережа *Travelport* також збільшила дохід за зазначений звітний період через широку географічну експансію та об'єднання глобальних дистриб'юторських мереж *Galileo*, *Apollo* і *Worldspan* [17]. Це надало мережі значних конкурентних переваг перед потенційними партнерами та споживачами.

Натомість, *World Travel Holdings* – успішно функціонуюча туристична мережа за рахунок співпраці з відомими світовими брендами, які є лідерами у сфері круїзного відпочинку, що доцільніше розвивати через франчайзингові віртуальні мережі переважно на внутрішньому ринку туристичних послуг [18].

Популярність Азіатсько-Тихоокеанського регіону у контексті здійснення туристичної діяльності в мережі Інтернет зростає щорічно і безпосередньо впливає на розвиток віртуальних франчайзингових мереж. Зокрема, *eLong Inc.* здійснює основну діяльність на території Китайської Народної Республіки, успішно функціонує в багатьох країнах світу, має окреме представництво з просування туристичних послуг у віртуальному просторі на умовах договору франчайзингу – *Elong Travel Network*. Це надає можливість компанії популяризувати туристичний продукт або послуги значно швидше та ефективніше за рахунок об'єднання всіх брендів в єдину мережу [23].

## Віртуальні туристичні мережі світу

Назва мережі	Рік заснування	Географічне охоплення, країн	Доходи, млрд дол. США за 2016 рік	Веб-сайти з надання туристичних послуг
США				
<i>Expedia Inc.</i>	1996	75	8,8	CarRentals.com, CheapTickets, Classic Vacations, Ebookers, Egencia, Expedia.com, Expedia Affiliate Network, Expedia Local Expert, Expedia CruiseShipCenters, Expedia Global Partner Solutions, HomeAway, Hotels.com, Hotwire Group, Orbitz, Stayz, Traveldo, Travelocity, trivago, Venere.com, wotif.com, VRBO.com, VacationRentals.com
<i>YTB Global Travel</i>	2001	-	-	YTB Travel Network Inc., Zamzoo Inc. та REZconnect Technologies, Inc, YTB Marketing
<i>Travelport</i>	2006	>170	8,1	Travelport Apollo, Travelport Galileo, Travelport Worldspan, Travelport Digital
<i>World Travel Holdings (WTH)</i>	2005	2	6,8	CruiseOne, CruisesOnly, Cruise411, Rooms.com, Outlets Outlets та Villas of Distinction, American Airlines, Orbitz, priceline.com, Delta Air Lines та BJ's Travel.
Іспанія				
<i>Mundoviaje.com</i>	2000	1	1,5	Amena, Vie Viajes, Gesfor
<i>Travelgenio SL</i>	2010	-	8,6	Travelgenio.com, travelgenio.es
<i>eDreams ODIGEO</i>	2011	44	2,6	eDreams, Opodo Travellink, Go Voyages, Liliigo.com

Закінчення табл. 3

Назва мережі	Рік заснування	Географічне охоплення, країн	Доходи, млрд дол. США за 2016 рік	Веб-сайти з надання туристичних послуг
КНР				
<i>Trip.com International Ltd</i>	1999	30	2,9	Skyscanner, Tours4fun, Trip.com
<i>eLong, Inc.</i>	1999	–	7,3	Elong.com, eLong.net, information technology (hefei) co., huochu.com, huochu.com.cn, shanghai xinwang computer, jiangsu general chinese hotel reservation network ltd, bravado investments ltd, shaanxi qicheng network ltd, sinohotel
<i>Tongcheng Tourism</i>	2004	1	6,8	Tongcheng Network, Tongcheng International Travel Service
Індія				
<i>MakeMyTrip Limited</i>	2000	3	2,6	MakeMyTrip.com, goibio.com, redbus.in
<i>Yatra Online, Inc</i>	2006	1	8,4	Travelguru, yatra usa corp., intech hotel solutions pvt. ltd., travel-togs india pvt ltd, india drivers network services private ltd., travel services international pvt. ltd., wortal technologies pvt. ltd., yatra online private limited, adventure and nature network pvt. ltd.
<i>Via.com</i>	2006	5	-	Via.com
Швейцарія				
<i>Lastminute.com group</i>	2004	40	2,6	Lastminute.com, Volagratis, Rumbo, BravoFly, Jetcost, Hotelscan
Нідерланди				
<i>Travix International BV (Travix)</i>	2011	37	26,6*	CheapTickets, BudgetAir, Flugladen, Vliegwinkel, Vayama
Австралія				
<i>Webjet Limited</i>	1998	26	1,6	Webjet, Webjet Exclusives, Online republic, Sunhotels, FIT Ruums, JacTravel, Lots of hotels

\* дохід материнської компанії BCD Group.

Джерело: зведено автором за [15–30].

*Tongcheng Tourism* – це диверсифікована туристична компанія, а також провідний постачальник послуг онлайн-подорожей для відпочинку і першокласна універсальна туристична платформа для здійснення бронювання в Китаї. У 2016 р. компанія була розділена на два бізнес-сегменти: *Tongcheng Network* і *Tongcheng International Travel Service (Group)*, орієнтовані, відповідно, на стандартні продукти для туризму і нестандартні підприємства для подальшого розвитку. У 2017 р. відбулось об'єднання *Tongcheng Network*, *Ctrip* та *eLong Inc.* з метою створення провідної туристичної платформи *TongCheng-eLong*, яка сприятиме співпраці в інноваціях продуктів, удосконаленні сервісів та розширенні бізнесу [24].

*Yatra Online Inc.* працює як інтерактивна туристична компанія в Індії, у тому числі – у системі франчайзингу, через свій веб-сайт, *yatra.com*. Основним напрямом діяльності віртуальної мережі є обслуговування споживачів у сфері ділового туризму. Разом з тим компанія надає послуги, пов'язані з подорожжю інших категорій туристів, включаючи продаж вітчизняних і міжнародних авіаквитків та автобусних квитків, бронювання готелів, будинків відпочинку та допоміжних послуг для відпочиваючих. Динамічний розвиток та ефективна діяльність *Yatra Online Inc.* зумовлені активним наданням послуг через спеціально створенні мобільні додатки, що включають в себе: *Yatra* – мобільний інтерфейс; *Yatra Mini* – багатомовна програма *Android* для масового ринку, яка пропонує клієнтам доступ до залізничних і автобусних замовлень, а також бюджетних готелів; *Yatra Web Check-in* – заявка на реєстрацію польотів для пасажирів; *Yatra Corporate* – заявка на здійснення самостійного замовлення для бізнес-клієнтів; *Travelguru HomeStay* – програма, яка пов'язує домовласників та мандрівників для полегшення бронювання; *Yatra Hoteliers DESTranet* – заявка для власників готелів та туроператорів, щоб оновлювати та керувати своїми запасами, тарифами та реєстрацією [26].

Сьогодні *MakeMyTrip* – набагато більше, ніж просто туристичний портал або відомий новаторський бренд, це універсальний магазин, який пропонує широкий вибір туристичних продуктів та послуг в Індії. *MakeMyTrip* є домінуючим лідером на індійському ринку з часткою у 47 %, що зумовлено наданням спеціальної цілодобової підтримки, наявністю офісів у 20 містах Індії, двох міжнародних офісів у Нью-Йорку і Сан-Франциско та активним розвитком партнерських стосунків за рахунок функціонування віртуальних туристичних мереж на умовах франчайзингових відносин [25].

Популярність віртуальної туристичної мережі *Travix International BV (Travix)* зумовлена, у першу чергу, тим, що вона є дочірньою компанією *BCD Group*, яка показує позитивну динаміку розвитку як франчайзингових, так і власних підприємств у сфері ділового туризму на національному та міжнародному ринках послуг завдяки відомому туристичному бренду *BCD Travel*. Таким чином, віртуальна туристична мережа *Travix* є лідером на ринку Нідерландів у своєму сегменті [29].



В Австралії та Новій Зеландії провідним онлайн-туристичним агентством є *Webjet Limited*, займаючи впевнену позицію в інноваціях в мережі Інтернет – від першої у світі технології *Aggregator Travel Services* до провідної індустрії в галузі інновацій з блокуванням. У 2016 р. *Webjet Limited* зміцнила свої конкурентні позиції на ринку за рахунок придбання провідної групи електронної комерції у світі *Online Republic*, що базується у Новій Зеландії та спеціалізується на онлайн-бронюваннях орендних автомобілів, автодомарів та круїзів [30]. Це дозволило *Webjet Limited* налагодити нові партнерські відносини, розширити асортимент послуг та територіальні межі функціонування віртуальної мережі, у тому числі – у системі франчайзингу.

**Висновки.** Дослідження діяльності віртуальних мереж на міжнародному ринку туристичних послуг свідчить, що основними перевагами їх розвитку та функціонування, у тому числі – у системі франчайзингу є:

- віртуальний простір як потужна платформа співпраці з партнерами та клієнтами у режимі реального часу;
- розширення можливостей доступу споживачів до асортименту пропонованих туристичних послуг;
- доступність ознайомлення та придбання туристичних послуг для людей з обмеженими можливостями;
- збільшення кількості обслуговувань клієнтів за рахунок здійснення ними більшості онлайн-операцій самостійно;
- необмеженість у часі та пошук туристичних напрямів відповідно до індивідуальних потреб споживача;
- одночасне здійснення кількох операцій на одній онлайн-платформі (обрання туристичного напрямку, ознайомлення та вибір готелю, оплата послуг тощо);
- постійне вдосконалення туристичної діяльності за рахунок активного розвитку інформаційних технологій;
- цілодобовий доступ до корпоративного сайту мережі для ділових партнерів;
- створення та функціонування нового віртуального підприємства в мережі з мінімальними витратами на розвиток, зокрема за рахунок відсутності обов'язкового місця реєстрації реального об'єкта;
- зростання кількості пропонованих брендів переважно за рахунок злиття або утворення спільних об'єднань з конкурентами, що дозволяє створювати інноваційний туристичний продукт, пропонувати нові або використовувати вдосконалені онлайн-платформи для обслуговування споживачів та налагодження партнерських бізнес-відносин.

Очевидно, що створення та розвиток віртуальних туристичних мереж має низку переваг. Але існують певні недоліки їх функціонування, що пов'язані з питаннями технічного (вірусні атаки, некомпетентність персоналу з використання інформаційних технологій тощо), юридичного характеру та інтелектуального захисту.

Складнощі також виникають через психологічну неготовність клієнтів звертатись до таких організацій. У взаємовідносинах продавець-покупець важливим залишається особисте спілкування, під час якого можна отримати компетентну консультацію, пораду, відповіді на поставлені питання. Крім того, на рішення щодо придбання продукту (послуги) впливає поведінка менеджера, його зовнішній вигляд, рівень професіоналізму і компетентності. Вищезазначені критерії споживач може оцінити тільки при безпосередньому відвідуванні фірми. Тому однією з перешкод на шляху створення віртуальних фірм є подолання психологічної недовіри клієнтів [14].

Подальші дослідження окресленої тематики науковцям варто присвятити питанням щодо формування та розвитку віртуальних туристичних мереж, у тому числі – у системі франчайзингу, на вітчизняному ринку послуг.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Орлик О. В., Горбенко В. О. Розвиток віртуального туризму – перспективний напрямок туристичної індустрії. Матер. студ. наук. конф. «Інформатика та інформаційні технології». Одес. нац. екон. ун-т, 20 квіт. 2015 р. Одеса : ОНЕУ, 2015. С. 44–47.
2. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі : теоретичні та практичні аспекти. Вісн. Запорізь. нац. ун-ту. 2010. № 2 (6). С. 129–138.
3. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
4. Спориш О. А., Тягунова Н. М. Використання сучасних інформаційних технологій для просування туристичного продукту Полтавщини. Освітній туристичний портал «Все про туризм». URL : <http://tourlib.net/statti.ukr/sporysh.htm>.
5. Ader M. Technologies for the Virtual Enterprise. URL : <http://www.e-workflow.org/downloads/gue-tec.pdf>.
6. Бойченко К. С. Віртуальне підприємство як фактор підвищення результативності бізнес-проекування. Проблеми економіки. 2013. № 1. С. 205–209.
7. Загорна Т. В., Ткачова А. В. Віртуальні організації в умовах інформаційної економіки: специфіка діяльності, конкурентні переваги. Економіка: реалії часу. 2014. № 6 (16). С. 128–135. URL : <http://oaji.net/articles/2017/2071-1497261216.pdf>.
8. Падерін І. Д., Романов О. В., Савельєв І. В. Віртуальне підприємство як резерв підвищення ефективності у нових умовах. Вісн. екон. науки України. 2014. № 3 (27). С. 85–88.
9. Почасова Т. П. Організаційно-функціональні аспекти створення віртуального підприємства. Зб. наук. пр. МННЦ ІТiС. 2008. Вип. 13. С. 5–16.
10. Сайт світової статистики користувачів інтернету. URL : <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
11. Сайт дослідницької компанії цифрового маркетингу «E marketer». URL : <https://www.emarketer.com>.
12. Сайт світової дослідницької компанії *GlobalWebIndex*. URL : <https://www.globalwebindex.net>.
13. Ткачук Т. М. Міжнародні франчайзингові туристичні мережі. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 5 (88). С. 71–82.
14. Мельниченко С. В. Віртуальні туристичні фірми: реалії бізнесу. Освітній туристичний портал «Все про туризм». URL : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/melnychenko16.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko16.htm).

15. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Expedia Inc.* URL : <http://www.expediainc.com>.
16. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *YTB Global Travel.* URL : <http://ytbpulse.com>.
17. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Travelport.* URL : <http://travelport.ua>.
18. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *World Travel Holdings.* URL : [www.worldtravelholdings.com](http://www.worldtravelholdings.com).
19. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Mundoviaje.com.* URL : <http://www.mundoviaje.com>.
20. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Travelgenio SL.* URL : <http://us.travelgenio.com>.
21. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *eDreams ODIGEO.* URL : <https://www.edreamsodigeo.com>.
22. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Ctrip.* URL : <http://www.ctrip.com>.
23. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *eLong Inc.* URL : <http://www.elong.net>.
24. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Tongcheng Tourism.* URL : <https://www.ly.com>.
25. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *MakeMyTrip Limited.* URL : <https://www.makemytrip.com>.
26. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Yatra Online Inc.* URL : <https://www.yatra.com>.
27. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Via.com.* URL : <https://in.via.com>.
28. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Lastminute.com Group.* URL : <http://www.lastminute.com>.
29. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Travix International BV.* URL : <https://www.travix.com>.
30. Офіційний сайт віртуальної туристичної мережі *Webjet Limited.* URL : <https://www.webjetlimited.com>.

Стаття надійшла до редакції 02.02.2018.

***Tkachuk T. Virtual franchising tourism networks of the world.***

**Background.** *Our present is characterized by the rapid development of information technologies that directly and indirectly affect the everyday life. Therefore, every successful company, which directs its activities to outsource competitors by prematurely meeting the needs of customers and creating an innovative product, is required to actively use an online platform to offer and promote a product or service to the market.*

*The popularity of tourism as one of the spheres of economic activity, which is associated with most types of economy and capable of providing jobs, responding rapidly to constant changes in the needs of consumers, promoting the image of the country in the world, is increasing yearly. The global trend of tourism business development is their association in the franchising system and the provision of services on the Internet.*

*At the same time, the imitation of such a tendency for Ukrainian tourism business is hampered by certain problems. This is due, firstly, to the lack of a legislative framework on the conceptual apparatus of franchising, the regulation of franchising relations in Ukraine and its non-compliance with international standards. Secondly, there are gaps in the state regulation of the sphere of Internet services.*

*Accordingly, it is advisable to investigate and analyze the global trends in the development of franchising tourist networks in the virtual space in order to identify the main advantages and disadvantages of their functioning and expediency of development in the domestic market of services.*

The **aim** of the study is analysis of the development of virtual franchising tourist networks in the world market of services, revealing the main advantages and disadvantages of their functioning.

**Materials and methods.** The methodological basis of scientific research was statistical and graphical methods, which in combination allowed analyzing the dynamics of the use of information technology in general and the operation of virtual franchising tourist networks in the world market of services. The basis for research was the work of domestic and foreign scholars and Internet sources.

**Results.** The development of business in the global Internet in different regions of the world is explored; the regular promotion of the use of virtual space for the development of tourist networks, in particular, on the terms of franchising relations, was revealed; the analysis of activity of the main virtual tourist networks on the world market of services was conducted in order to determine the advantages and disadvantages of their functioning.

**Conclusion.** In a highly competitive, fast changing needs of consumers and unstable economic conditions, the tourism market requires businesses adaptive steps, including creation of new businesses that are timely respond to the continued volatility of the environment and be able to compete in the battle for the consumer due to the high flexibility with the smallest investment and financial risks, as well as customer satisfaction in a shorter period than the traditional way of doing business. Such business structures can be virtual tourist enterprises, united in the system of franchising relations.

**Keywords:** virtual tourist network, franchising virtual network, franchising agreement, internet commerce, online platform, world market for tourist services.

## REFERENCES

1. Orlyk O. V., Gorbenko V. O. Rozvytok virtual'nogo turizmu – perspektyvnyj naprjamok turystychnoi' industrii'. Mater. stud. nauk. konf. «Informatyka ta informacijni tehnologii». Odes. nac. ekon. un-t, 20 kvit. 2015 r. Odesa : ONEU, 2015. S. 44–47.
2. Mel'nychenko S. V. Informacijni tehnologii' v turizmi : teoretychni ta praktychni aspekty. Visn. Zaporiz'. nac. un-tu. 2010. № 2 (6). S. 129–138.
3. Myhajlichenko G. I. Innovacijnyj rozvytok turizmu. Kyi'v : Kyi'v. nac. torg.-ekon. un-t, 2012. 608 s.
4. Sporysh O. A., Tjagunova N. M. Vykorystannja suchasnyh informacijnyh tehnologij dlja prosuvannja turystychnogo produktu Poltavshhyny. Osvitnij turystychnyj portal «Vse pro turizm». URL : <http://tourlib.net/statti.ukr/sporysh.htm>.
5. Ader M. Technologies for the Virtual Enterprise. URL : <http://www.e-workflow.org/downloads/gue-tec.pdf>.
6. Bojchenko K. S. Virtual'ne pidpryjemstvo jak faktor pidvyshhennja rezul'tatyvnosti biznes-proektuvannja. Problemy ekonomiky. 2013. № 1. S. 205–209.
7. Zagorna T. V., Tkachova A. V. Virtual'ni organizacii' v umovah informacijnoi' ekonomiky: specyfika dijal'nosti, konkurentni perevagy. Ekonomika: realii' chasu. 2014. № 6 (16). S. 128–135. URL : <http://oaji.net/articles/2017/2071-1497261216.pdf>.
8. Paderin I. D., Romanov O. V., Savel'jev I. V. Virtual'ne pidpryjemstvo jak rezerv pidvyshhennja efektyvnosti u novyh umovah. Visn. ekon. nauky Ukrainy. 2014. № 3 (27). S. 85–88.
9. Pochasova T. P. Organizacijno-funkcional'ni aspekty stvorennya virtual'nogo pidpryjemstva. Zb. nauk. pr. MNNC ITiS. 2008. Vyp. 13. S. 5–16.
10. Sajt svitovoi' statystyky korystuvachiv internetu. URL : <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

11. Sajt doslidnyc'koi' kompanii' cyfrovogo marketyngu «Emarketer». URL : <https://www.emarketer.com>.
12. Sajt svitovoi' doslidnyc'koi' kompanii' GlobalWebIndex. URL : <https://www.globalwebindex.net>.
13. Tkachuk T. M. Mizhnarodni franchajzyngovi turystychni merezhi. Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo. 2016. № 5 (88). S. 71–82.
14. Mel'nychenko S. V. Virtual'ni turystychni firmy: realii' biznesu. Osvitnij turystychnyj portal «Vse pro turyzm». URL : [http://tourlib.net/statti\\_ukr/melnychenko16.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko16.htm).
15. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Expedia Inc. URL : <http://www.expediainc.com>.
16. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi YTB Global Travel. URL : <http://ytbpulse.com>.
17. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Travelport. URL : <http://travelport.ua>.
18. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi World Travel Holdings. URL : [www.worldtravelholdings.com](http://www.worldtravelholdings.com).
19. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Mundoviaje.com. URL : <http://www.mundoviaje.com>.
20. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Travelgenio SL. URL : <http://us.travelgenio.com>.
21. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi eDreams ODIGEO. URL : <https://www.edreamsodigeo.com>.
22. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Ctrip. URL : <http://www.ctrip.com>.
23. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi eLong Inc. URL : <http://www.elong.net>.
24. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Tongcheng Tourism. URL : <https://www.ly.com>.
25. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi MakeMyTrip Limited. URL : <https://www.makemytrip.com>.
26. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Yatra Online Inc. URL : <https://www.yatra.com>.
27. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Via.com. URL : <https://in.via.com>.
28. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Lastminute.com Group. URL : <http://www.lastminute.com>.
29. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Travix International BV. URL : <https://www.travix.com>.
30. Oficijnyj sajt virtual'noi' turystychnoi' merezhi Webjet Limited. URL : <https://www.webjetlimited.com>.

УДК 338.488

**ГЛУШКО Володимир,**

аспірант кафедри туризму та рекреації

Київського національного торговельно-економічного університету

## ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*Визначено сутність туристичних послуг з огляду на посилення індивідуалізації попиту. Доповнено їх класифікацію з урахуванням місця та можливості споживання. Запропоновано визначення поняття «просування туристичних послуг». Проаналізовано та доповнено способи збуту туристичного продукту.*

*Ключові слова:* туристична послуга, туристичний продукт, просування туристичних послуг, засіб просування, збут туристичного продукту.

*Глушко В. Продвижение туристических услуг. Определена сущность туристических услуг с учетом усиления индивидуализации спроса. Дополнена их классификация с учетом места и возможности потребления. Предложено определение понятия «продвижение туристических услуг». Проанализированы и дополнены способы сбыта туристического продукта.*

*Ключевые слова:* туристическая услуга, туристический продукт, продвижение туристических услуг, средство продвижения, сбыт туристического продукта.

**Постановка проблеми.** Розвиток сучасного туристичного бізнесу та успіх підприємств даної галузі на економічній арені будь-якої країни світу базується на побудові чіткої й всебічно розвиненої системи туристичних послуг, яка характеризується диверсифікацією напрямів їх просування, чітким розмежування каналів збуту із визначенням стратегічного призначення та високою ефективністю напрямів просування туристичного продукту.

Для успішного функціонування підприємств туристичного бізнесу необхідний постійний та ефективний зв'язок з потенційними клієнтами та торговими посередниками, які наближають виробника туристичного продукту до його споживача. Його мета полягає у виявленні впливу на цільову групу, створенні таких вражень про товар чи послугу, які б спричинили зміни існуючих поглядів та вплинули на майбутню поведінку [1, с. 28].

Враховуючи нестабільний споживчий попит та постійні валютні коливання, туристичним підприємствам необхідно приділити значну увагу саме швидкому продажу власного туристичного продукту, який неможливо накопичувати та споживання якого обмежене у часі.

Актуальним стає визначення сутності просування туристичних послуг як цілісної системи. Для такої системи важливо виокремити канали та засоби, за допомогою яких буде відбуватись просування туристичних послуг, враховуючи сучасні стрімкі економічні зміни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у розвиток наукової думки щодо питань проблеми дослідження зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема О. Бейдик, Н. Новосад, Т. Ткаченко, І. Антоненко, Г. Михайліченко, М. Гудима, М. Мальська, М. Рутенський, С. Білоус [2–6] та ін. У їх працях висвітлено концептуальні засади туристичних послуг і запропоновано варіанти системи збуту. Враховуючи велику кількість визначень поняття «туристична послуга» та її класифікації, дискусійним і недостатньо дослідженим залишається питання щодо дефініції «просування туристичних послуг», адже жоден із авторів не розглядає дане поняття у двох напрямках просування послуг – «туроператор-туристичний посередник» та «туристичний посередник-споживач».

**Метою** статті є розкриття сутності процесу просування туристичних послуг як цілісної системи.

**Матеріали та методи.** Основою дослідження стали матеріали Всесвітнього економічного форуму в Женеві про конкурентоспроможність підприємств туристичного бізнесу; наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, в яких висвітлюються питання просування та збуту туристичного продукту та послуг. Для досягнення мети автором використовувались методи логічного узагальнення, аналізу, синтезу та системний метод.

**Результати дослідження.** Будь-який туристичний продукт за своєю сутністю є комплексом (набором) туристичних послуг, тому існує необхідність аналізу визначення поняття «туристична послуга» (таблиця).

Таблиця

**Розуміння сутності поняття «туристична послуга»**

Автор	Визначення
Біржаков М. Б., Біржаков К. М., Нікіфоров В. І. [7]	Сукупність цілеспрямованих дій у сфері обслуговування, які зорієнтовані на забезпечення і задоволення потреб туриста чи екскурсанта, відповідають меті туризму, характеру й цілеспрямованості туристичної послуги, туру, туристичного продукту, які не суперечать загальнолюдським принципам моралі й доброго порядку
Дишко О. Л. [8, с. 40]	Комплексне поняття, яке містить у собі всі можливі корисні для туристів матеріальні та нематеріальні складові
Бейдик О. О. [2]	Специфічний вид споживчих послуг, до яких входять послуги готельної сфери, підприємств громадського харчування, станцій ремонту та обслуговування, пунктів прокату, підприємств розваг і відпочинку
Зайцева В. М., Корнієнко О. М., Куперман В. В. [9, с. 57; 10]	Цілеспрямована виробнича діяльність підприємств щодо задоволення специфічних потреб туристів, особливістю якої є збіг процесів виробництва, реалізації і туристичного споживання
Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) [11]	Послуги суб'єктів туристичної діяльності: турагентів, туроператорів, екскурсійних організацій та екскурсіводів

Джерело: зведено автором.

Деякі науковці [7] у своєму визначенні лише поверхово розглядають сутність туристичної послуги, адже така характеристика як «сукупність дій у сфері обслуговування» більше відповідає визначенню поняття «туристичний продукт», а не «туристична послуга». Варто додати, що будь-яка законна діяльність підприємства не має суперечити загальнолюдським принципам моралі. Така характеристика є загальною та не конкретизує специфіки туристичного бізнесу.

О. Дишко характеризує не туристичну послугу, а туристичний продукт [8, с. 40], адже саме він є комплексним поняттям, яке складається із сукупності туристичних послуг. Оскільки вони нерівноцінні, одна із них – складова іншого, тому відбувається підміна понять «туристична послуга» та «туристичний продукт».

За визначенням В. Зайцевої, О. Корнієнко та В. Купермана туристична послуга є виробничою діяльністю [9, с. 57], адже вона вимагає виробничого плану та чіткого дотримання послідовності виконуваних дій [10], обмежених у часі. Щодо туристичної послуги неможливо побудувати виробничий план, визначивши кількість та послідовність виробництва, а через специфіку цього бізнесу й одночасне споживання конкретних туристичних послуг некоректно визначати її як виробничу діяльність.

Фахівці ЮНВТО надають досить абстрактне визначення поняття «туристичні послуги», визначаючи їх лише як послуги суб'єктів туристичної діяльності, не надаючи конкретизації їх направленості та видів.

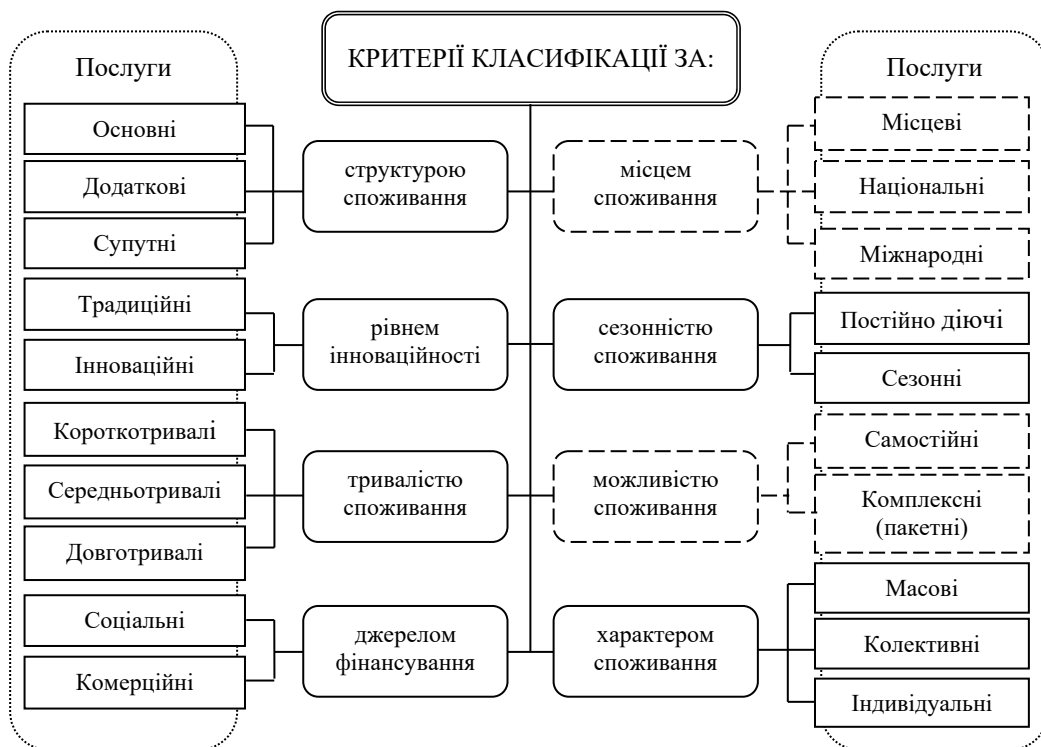
Аналіз багатоваріантного формату думок науковців дає можливість визначити туристичну послугу як діяльність підприємств туристичного бізнесу, спрямовану на задоволення конкретної потреби туриста шляхом надання окремої послуги чи їх комплексу.

Зростання потреб туристів у різноманітних послугах загострює необхідність їх класифікації. Туристичні послуги науковці класифікують за такими ознаками: структура споживання, тривалість споживання тощо. За структурою споживання М. Гудима [5, с. 129–130] туристичні послуги поділяє на основні – послуги проживання, харчування, перевезення та додаткові – послуги страхування, екскурсійні, медичні, спортивні. Деякі автори [7] до цієї класифікації додають ще один вид туристичних послуг та визначають його як супутні, до яких відносять купівлю сувенірів, користування місцевою інфраструктурою, місцеву торгівлю.

Туристичні послуги за тривалістю споживання Н. Козубова поділяє на короткотривалі або тури вихідного дня (2 дні), середньотривалі (3–7 днів) та довготривалі (більше 7 днів) [12, с. 139].

З'ясування специфіки існуючих підходів, здійснення їх узагальнення дає підстави для висновку про недостатню вичерпність класифікації туристичних послуг та потребу пошуку нових класифікаційних ознак, приміром таких як місце та можливість споживання туристичної послуги (рис. 1).





Примітка: [---] – запропоновано автором.

**Рис. 1. Класифікація туристичних послуг**

Джерело: вдосконалено та доповнено на основі [5; 7; 12–13].

Класифікаційна ознака «місце споживання» дає можливість виділити види туристичних послуг, які здійснюються у межах населеного пункту чи місця постійного проживання, тобто місцеві; у країні проживання – національні; за межами країни постійного проживання – міжнародні.

Виразною, обґрунтованою та переконливою ознакою класифікації туристичних послуг є можливість їх споживання:

- самостійні або такі, якими можна скористатися окремо, не використовуючи інших послуг (наприклад, пішохідна екскурсія містом);
- комплексні (пакетні) – використання яких неможливе без додавання інших послуг, які формують певний туристичний продукт (наприклад, подорож за кордон неможлива без оформлення страхового полісу).

Незалежно від виду туристичної послуги, будь-яка з них потребує просування на ринок туристичних послуг. Просування туристичних послуг – одна зі складових збуту туристичного продукту, до якого також входять визначення форм і каналів збуту та розподіл продукту. Такий збут супроводжується трьома видами потоків: інформаційними, продуктовими та фінансовими [4].

На етапі інформаційного забезпечення (обробки інформації та формування продуктової стратегії) туристичне підприємство вико-

ристовує інформаційні потоки для отримання та аналізу певної бази даних для подальшого формування продуктової стратегії, використовуючи для цього фінансові ресурси, які відображено у вигляді фінансових потоків.

На наступному етапі підприємство обирає оптимальні форми та канали збуту власного продукту чи послуги.

На останньому етапі під час одночасного виробництва та споживання туристичного продукту підприємство використовує всі три згадані види потоків, просуваючи свій продукт безпосередньо до споживача, використовуючи різні методи маркетингових комунікацій, забезпечуючи своїх посередників інформацією про власний продукт та власне сам продукт, який необхідно спожити [4].

Так як більшість праць науковців присвячена дослідженню та вивченню туристичного продукту як комплексу туристичних послуг, існують різні підходи до визначення просування туристичного продукту, проте жоден із авторів не наводить визначення поняття «просування туристичних послуг».

Під просуванням туристичних послуг слід розуміти не лише систему маркетингових комунікацій (рекламу, PR, інтернет-маркетинг, стимулювання збуту, прямий маркетинг тощо), спрямованих безпосередньо на споживача, а й комплекс заходів, розроблених туристичним підприємством та направлених на суб'єкти туристичного бізнесу для формування його конкурентних переваг поміж інших туристичних підприємств (підтримка у процесі збуту, підвищена винагорода, пільгові умови співпраці тощо).

У процесі просування туристичні послуги поєднуються в туристичний продукт туроператора і через канали продажів (туристичні агентства) доводяться до споживача. Реалізація туристичного продукту та послуг на туристичному ринку може здійснюватися безпосередньо споживачеві або через канали продажів, що включають одного чи кількох посередників [1, с. 31–32].

Процес просування туристичних послуг містить у собі низку класичних елементів (засобів просування) із характерними рисами та технологіями. До основних можна віднести: рекламу, стимулювання збуту, персональний (особистий) продаж, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг.

Комплекс просування, крім основних, на думку окремих науковців також може включати синтетичні засоби, зокрема:

- виставкова діяльність, основна мета якої полягає в інформуванні громадськості шляхом демонстрування продукції, що є у розпорядженні фірми;
- брендинг – діяльність зі створення, реалізації та управління брендом підприємства;
- спонсорство – система взаємовигідних договірних відносин між спонсором, який є постачальником коштів, ресурсів і послуг, і ре-

ципієнтом – стороною, що їх отримує, в особі індивідів, груп, організацій з метою досягнення спонсором певних маркетингових цілей;

➤ інтегровані маркетингові комунікації на місці продажу – комплексний засіб маркетингових комунікацій, який потребує використання елементів реклами, стимулювання збуту, персонального продажу, *public relations* (зв’язків з громадськістю) та інших комунікаційних засобів у місцях продажу продукту підприємства [6, с. 355–356].

Враховуючи сучасну специфіку туристичного бізнесу, коли велика кількість туристичних операторів безпосередньо працюють з клієнтами через власну агентську мережу та те, що автори не беруть до уваги просування туристичних послуг у розрізі туроператор-тур-агент, можна запропонувати таку класифікацію (рис. 2).



**Рис. 2. Класифікація засобів просування туристичного продукту залежно від спрямування дії**

*Джерело: розроблено автором.*

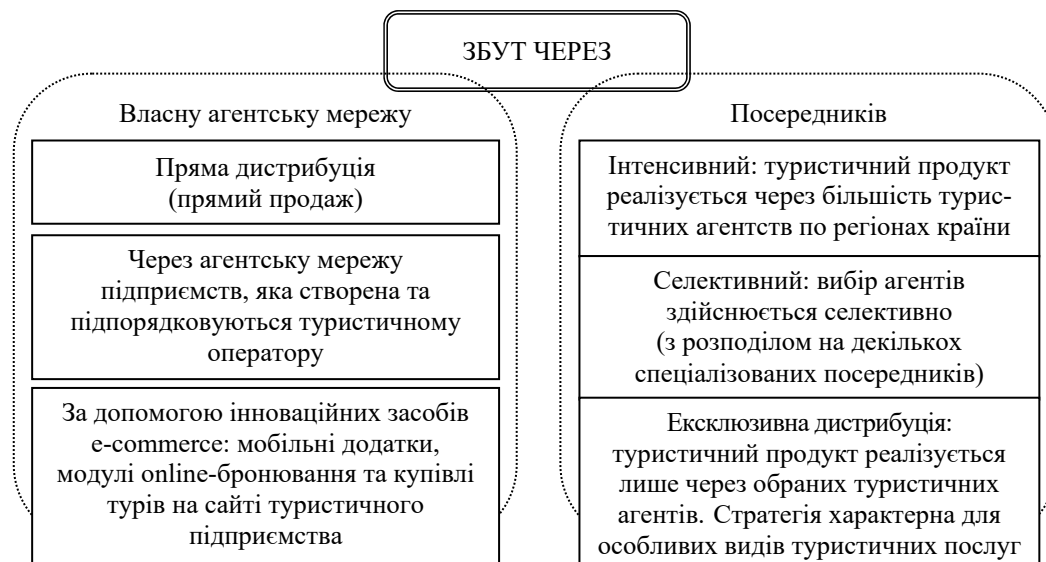
Зовнішні засоби просування туристичного продукту спрямовані на стимулювання споживача до купівлі та включають у себе більш традиційні засоби просування – рекламу, прямий маркетинг тощо. Вони допомагають туристичним агентам рекламувати туристичний продукт оператора та швидше реалізовувати, просуваючи його на ринок. Вони також сприяють формуванню позитивного іміджу як туристичному посереднику, так і туристичному оператору, який безпосередньо є виробником певного конкретного пакету послуг.

Внутрішні – направлені на суб’єкти туристичного бізнесу, які виступають у ролі посередника між туристичними операторами та споживачами туристичних послуг. Такі засоби стимулюють туристичних агентів співпрацювати з конкретними туристичними операторами

на певних вигідних для обох сторін умовах, а туристичним агентам допомагає обрати кращих постачальників туристичних послуг та стати ексклюзивним партнером, який пропонує унікальні продукти, які можна придбати лише в агенціях, які співпрацюють з такими туристичними операторами.

Крім вигідних умов співпраці, суб'єкти туристичного бізнесу – продавці туристичного продукту, отримують часткову або повну інформаційну, бухгалтерську та іншу підтримку зі сторони туристичного оператора, створюють або укріплюють власний імідж як надійного продавця та партнера, посилюючи власну конкурентну позицію на ринку.

На основі сукупності зовнішніх та внутрішніх засобів просування туристичного продукту та в залежності від низки факторів, таких як імідж компанії, цільова аудиторія, місце розташування підприємства тощо кожне туристичне підприємство визначає стратегію збуту. Залежно від цих факторів, туристичний оператор обирає різні способи збуту власного туристичного продукту (рис. 3).



**Рис. 3. Способи збуту туристичного продукту**

*Джерело: доповнено автором на основі [14, с. 8].*

Інтенсивний спосіб збуту туристичного продукту дає туристичному оператору права реалізовувати їх будь-яким посередникам. При цьому туристичний агент сам обирає оператора, з яким бажає співпрацювати, а туристичний оператор погоджується на таку співпрацю, намагаючись охопити максимальну кількість.

Ексклюзивна дистрибуція здійснюється на підставі агентської угоди, що надає турагенту певні привілеї на правах винятковості продажу даного туристичного продукту, а саме:

- надання виключних прав на реалізацію туристського продукту на визначеній території;

- нижчі ціни на туристичні продукти, ніж для інших посередників;
- підвищена або за певних умов додаткова комісійна винагорода;
- надання гарантованої квоти на турпродукт [14].

Туристичний оператор, використовуючи ексклюзивний спосіб розподілу туристичного продукту набуває певних конкурентних переваг над іншими операторами та отримує посилений контроль над агентами завдяки можливості встановлення власних стандартів обслуговування клієнтів, можливості фіксувати ціну продукту та, якщо це прописано в угоді, обмеження посередниками у підписанні угод із іншими суб'єктами туристичного ринку.

Найбільш розповсюдженим способом розподілу є селективний, який дає змогу досягти необхідного рівня охоплення ринку та при цьому зберегти контроль над каналами збуту свого продукту, отримувати своєчасний зворотний зв'язок та оперативно вирішувати будь-які питання, при цьому витрати на просування цим способом досить низькі через загальні непривілейовані умови співпраці, фіксований розмір комісійної винагороди та централізованій агентській підтримці.

Суть цього способу може бути виражена так: число посередників, готових зайнятися збутом продукту, більше одного, але менше загальної кількості.

Пряма дистрибуція за сучасних економічних стає популярною, адже кожен туроператор намагається мінімізувати витрати на просування та збут власного продукту, а підприємства-посередники не завжди високоефективні, що зменшує прибутковість оператора. Тому великі підприємства-оператори створюють власну мережу туристичних агентств, при цьому маючи повний контроль над їх діяльністю, впроваджуючи власні стандарти обслуговування та прямо впливаючи на їх результати діяльності. Саме створення власної агентської мережі є потенційним та досить нерозвиненим напрямом розвитку просування власних туристичних послуг безпосередньо до споживача. Крім цього, одним із перспективних напрямів інноваційного розвитку підприємств туристичної галузі є використання модулів онлайн-бронювання та купівлі турів безпосередньо на сайті туристичного оператора, а також за допомогою мобільних додатків.

**Висновки.** Використовуючи засоби просування туристичних послуг та ґрунтуючись на виборі оптимальної стратегії збуту, туристичні підприємства можуть здобувати конкурентні переваги над іншими, збільшуючи частку на ринку та підвищуючи лояльність кінцевих споживачів. Тобто, просування власних туристичних послуг має вагоме значення для успішного функціонування підприємств на туристичному ринку. Проте їх технології залишаються недослідженими, потребують ідентифікації та наукового визначення. У розрізі існуючих та нових класифікаційних ознак, що характеризують туристичну послугу з точки зору місця та можливості споживання, дефініція цього поняття набуває подальшого розвитку і має своє чітке тлумачення.

При цьому сутність поняття «просування туристичних послуг» охоплює не лише систему маркетингових комунікацій, спрямованих безпосередньо на споживача, а й полягає у розробленні туристичним підприємством комплексу заходів, направлених на суб'єкти туристичного бізнесу (підтримка у процесі збуту, підвищена винагорода, пільгові умови співпраці тощо) з метою отримання лідируючої позиції на туристичному ринку.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Левчук К. В. Інформаційна логістика в забезпеченні корисності туристичного продукту: дис. ... канд. екон. наук. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Херсон, 2016. 261 с.
2. Бейдик О. О, Новосад Н. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України. Проблеми міжнародного туризму : зб. наук. праць. Київ : ППНВ, 2010. С. 285–299.
3. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: від теорії до реалій: матеріали Міжнародної наукової конференції. Туризм: реалії та перспективи розвитку, 24 жовт. 2014. Київ : КНТЕУ. С. 41–43.
4. Антоненко І. Я., Михайліченко Г. І. Логістична стратегія як управлінська інновація в індустрії туризму. Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2011. № 714. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 281–291.
5. Гудима М. М. Туристична послуга: проблеми визначення поняття. Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України. 2010. Вип. 23. С. 126–132.
6. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму: теорія та практика. Київ : Центр учб. л-ри, 2014. 544 с.
7. Бабаріцька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур. продукту. Київ : Альтерпрес, 2004. 288 с.
8. Дишко О. Л. Формування готовності бакалаврів з туризму до професійної взаємодії зі споживачами туристичних послуг: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Рівне, 2016. 260 с.
9. Зайцева В. М., Корнієнко О. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі. Вісник Запорізького національного університету. 2012. № 2 (8). С. 55–65.
10. Куперман В. В. Оптимізація виробничої програми промислового підприємства: автореф. ... канд. екон. наук. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами екон. діяльності). Одеса, 2012. 21 с.
11. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. World Economic Forum. Geneva. 2013. 517 p. URL : <http://www3.weforum.org>.
12. Козубова Н. В. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні. Інноваційна економіка. 2014. № 2. С. 137–143.
13. Горіна Г. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні в умовах просторової поляризації: дисертац. ... д-ра екон. наук, 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дніпро, 2017. 493 с.
14. Музичка Є. О. Управління збутовою діяльністю туристичних підприємств: автореф. ... канд. екон. наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами екон. діяльності). Київ, 2015. 25 с.

*Стаття надійшла до редакції 30.11.2017.*

**Hlushko V. Promotion of travel services.**

**Background.** The development of a modern tourism business in the economic arena of any country in the world is based on the construction of a clear and well-developed system of tourist services. Therefore, the definition of the essence of the promotion of tourism services as an integral system becomes relevant. For such a system, it is important to identify the channels and means by which the promotion of travel services will take place, taking into account current rapid economic changes.

**Analysis of recent research and publications.** A significant contribution to the development of scientific thought on the issues of research was made by domestic and foreign scientists, whose works covered the conceptual foundations of tourist services and offered variants of their distribution system.

The **aim** of the article is to reveal the essence of the process of promoting tourist services as a coherent system.

**Materials and methods.** The basis of the study was the materials of the World Economic Forum in Geneva, 2013 on the competitiveness of tourism business enterprises; scientific works of domestic and foreign scientists, which cover the issues of promotion and marketing of tourism products and services. To achieve the goal, the author used the methods of logical generalization, analysis, synthesis and system method.

**Results.** The author defines the essence of the tourist service in view of the increasing individualization of demand. Their classification has been supplemented taking into account the place and possibilities of their consumption. The definition of «promotion of tourist services» is proposed. The methods of sales of tourist product are analyzed and supplemented.

**Conclusion.** Promotion of own tourism services is of great importance for the successful operation of enterprises in the tourist market. However, their technologies remain unexplored, requiring identification and scientific definition. In the context of existing and new classification features that characterize travel services from the point of view of the place and the possibilities of consumption, the definition of this concept is further developed and has a clear interpretation. The essence of the concept of «promotion of tourism services» covers not only the system of marketing communications, aimed directly at the consumer, but also consists in the development of a set of activities by a tourist enterprise, aimed at the subjects of tourism business (support in the sales process, increased remuneration, concessional terms of cooperation, etc.) to get a leading position in the tourist market.

**Keywords:** tourist service, tourist product, promotion of tourist services, means of promotion, sales of tourist product.

## REFERENCES

1. Levchuk K. V. Informacijna logistyka v zabezpechenni korysnosti turystychnogo produktu: dys. ... kand. ekon. nauk. 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnja pidpryjemstvamy (za vydamy ekonomichnoi' dijal'nosti). Herson, 2016. 261 s.
2. Bejdyk O. O, Novosad N. O. Faktory formuvannja turystychnyh regioniv i centriv v'iznogo turyzmu Ukrainy. Problemy mizhnarodnogo turyzmu : zb. nauk. prac'. Kyi'v : PPNV, 2010. S. 285–299.
3. Tkachenko T. I. Stalyj rozvytok turyzmu: vid teorii' do realij: materialy Mizhnarodnoi' naukovoï konferencii'. Turyzm: realii' ta perspektyvy rozvytku, 24 zhovt. 2014. Kyi'v : KNTEU. S. 41–43.
4. Antonenko I. Ja., Myhajlichenko G. I. Logistychna strategija jak upravlins'ka innovacija v industrii' turyzmu. Visn. Nac. un-tu «L'vivs'ka politehnika». 2011. № 714. Menedzhment ta pidpryjemnyctvo v Ukraini: etapy stanovlennja i problemy rozvytku. S. 281–291.

5. Gudyma M. M. Turystychna posluga: problemy vyznachennja ponjattja. Aktual'ni problemy vdoskonalennja chynnogo zakonodavstva Ukrainy. 2010. Vyp. 23. S. 126–132.
6. Mal's'ka M. P., Rutyns'kyj M. J., Bilous S. V., Mandjuk N. L. Ekonomika turyzmu: teorija ta praktyka. Kyi'v : Centr uchb. l-ry, 2014. 544 s.
7. Babaryc'ka V. K., Malynovs'ka O. Ju. Menedzhment turyzmu. Turoperejtyng. Ponjatijno-terminologichni osnovy, servisne zabezpechennja tur. produktu. Kyi'v : Al'terpres, 2004. 288 s.
8. Dyshko O. L. Formuvannja gotovnosti bakalavriv z turyzmu do profesijnoi' vzajemodii' zi spozhyvachamy turystychnyh poslug: dys. ... kand. ped. nauk: 13.00.04 – teorija i metodyka profesijnoi' osvity. Rivne, 2016. 260 s.
9. Zajceva V. M., Kornijenko O. M. Mizhnarodnyj turyzm ta globalizacija v suchasnomu sviti. Visnyk Zaporiz'kogo nacional'nogo universytetu. 2012. № 2 (8). S. 55–65.
10. Kuperman V. V. Optyimizacija vyrobnychoi' programy promyslovogo pidpryjemstva: avtoref. ... kand. ekon. nauk. 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnja pidpryjemstvamy (za vydamy ekon. dijal'nosti). Odesa, 2012. 21 s.
11. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. World Economic Forum. Geneva. 2013. 517 p. URL : <http://www3.weforum.org>.
12. Kozubova N. V. Turystychni poslugy jak ob'jekt rynkovyh vidnosyn v Ukraini. Innovacijna ekonomika. 2014. № 2. S. 137–143.
13. Gorina G. O. Rozvytok rynku turystychnyh poslug v Ukraini v umovah prostorovoi' poljaryzaciji': dysertac. ... d-ra ekon. nauk, 08.00.03 – ekonomika ta upravlinnja nacional'nym gospodarstvom. Dnipro, 2017. 493 s.
14. Muzychka Je. O. Upravlinnja zbutovoju dijal'nistju turystychnyh pidpryjemstv: avtoref. ... kand. ekon. nauk 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnja pidpryjemstvamy (za vydamy ekon. dijal'nosti). Kyi'v, 2015. 25 s.



---

---

# ФІНАНСИ, ОПОДАТКУВАННЯ, АУДИТ

---

---

УДК 336.743

**ВОЛОСОВИЧ Світлана,**

д. е. н., професор, професор кафедри фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

## ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

*Розкрито загрози функціонування криптовалют та на основі вимог FATF визначено принципи їх регулювання. Досліджено досвід регулювання криптовалют у зарубіжних країнах. Проаналізовано підходи до оподаткування діяльності з криптовалютами у різних країнах та запропоновано складові системи їх регулювання в Україні.*

*Ключові слова:* криптовалюта, біткоїн, принципи системи регулювання криптовалют, ліцензування діяльності з криптовалютами, оподаткування криптовалют.

*Волосович С. Государственное регулирование криптовалют: зарубежный опыт. Раскрыты угрозы функционирования криптовалют и на основе требований FATF определены принципы их регулирования. Исследован опыт регулирования криптовалют в зарубежных странах. Осуществлен анализ подходов к налогообложению деятельности с криптовалютами в разных странах и предложены составляющие системы их регулирования в Украине.*

*Ключевые слова:* криптовалюта, биткоин, принципы системы регулирования криптовалют, лицензирование деятельности с криптовалютами, налогообложение криптовалют.

**Постановка проблеми.** Посилення ролі криптовалют як засобу нагромадження та засобу платежу впливає на виникнення різноманітних ризиків, пов'язаних із їх майнінгом та операціями з ними.

---

© Волосович С., 2018

ISSN 1028-7507. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1

97

Внаслідок цього протягом останніх років відбувається формування системи регулювання криптовалют для попередження загроз та мінімізації можливих негативних наслідків для приватного та державного секторів. Це обумовлює актуальність вибраної теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Висвітлення окремих проблем регулювання діяльності з криптовалютами здійснюється у працях зарубіжних та вітчизняних дослідників А. Бергмана, Я. Боерсми, Г. Бургерса, Я. ван Х'юїсті, М. Руда, Н. Омельчук, С. Рибалки, А. Турченко, О. Філатової [1–6] та ін. Праці вітчизняних авторів містять аналіз окремих адміністративних та економічних інструментів регулювання криптовалют, що застосовуються в деяких країнах.

Проте в існуючих розробках можливості використання позитивного зарубіжного досвіду щодо регулювання діяльності з криптовалютами в Україні було враховано не повною мірою.

**Метою** статті є дослідження зарубіжного досвіду регулювання діяльності з криптовалютами для визначення ціннісних орієнтирів при формуванні відповідної вітчизняної системи регулювання.

**Матеріали та методи.** Теоретичним та методологічним підґрунтям статті стали праці вітчизняних та зарубіжних науковців. Дослідження проведено із застосуванням методів теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу, аналізу та синтезу, що дозволило обґрунтувати напрями формування системи регулювання діяльності у сфері криптовалют в Україні.

**Результати дослідження.** На тлі посилення заходів боротьби з фінансуванням тероризму, ініційованої *Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF)*, 7–8 червня 2015 р. у Німеччині представники країн G-7 акцентували увагу на активізації зусиль урядів щодо формування системи регулювання віртуальних валют. Боротьба з фінансуванням тероризму є пріоритетом для *FATF* з 2001 р. Проте із зростанням масштабів та трансформацією характеру терористичних загроз у грудні 2015 р. *FATF* погодилася з необхідністю прийняття подальших узгоджених заходів протидії фінансуванню тероризму з метою зміцнення фінансових та економічних систем і безпеки. Результатом цього було прийняття 19 лютого 2016 р. консолідованої стратегії *FATF* з боротьби фінансування тероризму [7].

Серед головних ризиків операцій з криптовалютами Європейський центральний банк виокремлює ризик контрагента, пов'язаного з анонімністю одержувача; валютний ризик, пов'язаного з високою волатильністю та ризик інвестиційного шахрайства, пов'язаного з відсутністю прозорості [8]. У подальшому ризик контрагента може трансформуватися у кібер-ризик, ризик відмивання грошей та фінансування тероризму, ризик ухилення від сплати податків. Висока волатильність криптовалюти та відсутність прозорості операцій з нею може спричинити суттєві фінансові втрати інвесторів. Якщо на 8 січня 2018 р. обсяг

капіталізації всіх криптовалют оцінювався у 830 млрд дол. США, то вже 18 січня 2018 р. – у 520 млрд дол. США [5]. За оцінкою *Ernst & Young* понад 10 % інвестицій в первинне розміщення токенів (*International Organization for Standardization, ICO*) було вкрадено [6].

Згідно із «Національною оцінкою ризику відмивання грошей та фінансування тероризму», розробленою у Великобританії у 2015 р., ризик відмивання грошей та фінансування тероризму, пов'язаний з цифровими валютами, є низьким, хоча він може зростати у майбутньому [9]. Сучасна кримінальна експлуатація *Bitcoin* може бути поділена на дві групи ризиків: внутрішні ризики, що стосуються шахрайських дій власників криптовалютних платформ, та зовнішні, що стосуються дій користувачів фінансових послуг у криптовалютах. Більше занепокоєння викликають саме зовнішні ризики, пов'язані з анонімністю, швидкістю платежів та здатністю здійснювати транскордонні грошові перекази. Підґрунтям посилення зовнішніх загроз є зв'язок між цифровими валютами та кібер-злочинами. Національна агенція з боротьби зі злочинністю Великобританії визначає три складові ролі криптовалют у забезпеченні кібер-злочинів [10]:

- криптовалюти безпосередньо допомагають кібер-злочинцям отримати платіж від жертви. Це включає атаки зловмисного програмного забезпечення та викрадення людей із вимогою виплати в біткоїнах;

- криптовалюти сприяють зростанню кіберзлочинності як послуги, оскільки вони являють собою основний спосіб оплати за кримінально-злочинні дії та придбання незаконних інструментів або послуг, що продаються в інтернеті на кібер-кримінальному ринку;

- криптовалюти полегшують фінансові потоки у кібер-злочинному світі, сприяючи відмиванню доходів від кібер-злочинів.

Враховуючи вимоги світової спільноти, функціонування системи регулювання віртуальних валют повинно базуватися на принципах:

- прозорості, що передбачає повноту та доступність інформації для всіх зацікавлених осіб;

- стабільності, що передбачає недопущення кризових ситуацій на ринку;

- захисті прав споживачів;

- компліментарності, що має на меті взаємодоповнюваність інструментів регулювання;

- моніторингу, що передбачає здійснення постійного контролю за операціями з віртуальними валютами.

Це вимагає від національних регуляторів запровадження низки засобів впливу на діяльність учасників схем віртуальної валюти (*virtual currency schemes, VCS*). Цей термін було введено в обіг Європейським центральним банком для характеристики специфічної вартості та механізмів, що забезпечують передачу цієї вартості [8].

На Міжнародному форумі роздрібних платежів, проведеному за ініціативою Світового банку та Комітету з платежів і ринкових інфраструктур Банку міжнародних розрахунків у Стамбулі, було акцентовано увагу на тому, що використання віртуальних валют потребує пильного моніторингу та осмислення з боку державних регуляторів [2, с. 23]. На думку фахівців Світового банку, моніторинг ринку криптовалют повинен здійснюватися підрозділами центрального банку, які здійснюють нагляд за платіжними системами та розрахунками.

Для попередження та подолання ризиків використовують приватні та державні інструменти. Приватні інструменти лише зароджуються на ринку фінансових послуг. До них можна віднести страхування втрат, пов'язаних з невдалими трансакціями з біткоїнами на біржі. Такі страхові продукти вже почали пропонувати японські страхові компанії *Mitsui Suitomo Insurance*, *Tokio Marine* та *Nichido Fire Insurance*, що співпрацюють з біржами *bitFlyer* та *Coincheck*. Щодо ролі держави в регулюванні *VCS*, то нині існують ліберальна, консервативна, репресивна моделі регулювання *VCS* та модель очікування [11, с. 72–73]. У їх межах національні регулятори використовують як адміністративні, так і фінансові методи регулювання *VCS* (табл. 1).

Таблиця 1

**Методи державного регулювання *VCS***

Адміністративні	Економічні		
Заборона здійснення майнінгу, <i>ICO</i> , платіжних, інвестиційних послуг в цілому чи окремих складових <i>VCS</i>	Державне інвестування		
Ідентифікація споживачів фінансових послуг у сфері криптовалют	Оподаткування	на загальній основі, включаючи доходи (збитки) від операцій з криптовалютами у загальний результат діяльності	
Ліцензування окремих видів діяльності у межах <i>VCS</i>			
Встановлення критеріїв підозрілих операцій, що стосуються відмивання грошей, фінансування тероризму, кіберзлочинності			на специфічній основі, виділяючи операції з криптовалютами як окремий об'єкт оподаткування.
Надання документів, що підтверджують джерела походження коштів, призначених для операцій з криптовалютами			

Джерело: складено автором.

Заборони на операції у межах *VCS* нині існують у Алжирі, Бангладеш, Болівії, В'єтнамі, Еквадорі, Індонезії, Киргизстані, Марокко, Непалі. Недавно головний муфтії Єгипту шейх Шавкі Аллам наголосив на тому, що торгівля біткоїнами забороняється та існування криптовалюти протирічить ісламу. Водночас деякі країни, в яких діяла заборона *VCS*, скасували її та розпочали розробку законодавства щодо їх регулювання. Це стосується таких країн як Малайзія, Нігерія та Таїланд. Інша

група країн, не маючи офіційної заборони на операції з криптовалютами, втручається у діяльність криптовалютних бірж, встановлюючи жорсткі обмеження щодо їх операцій з національною валютою. Індійська криптовалютна біржа *Koinex* повідомила про вимушені обмеження трансакцій з рупіями банків, в яких відкриті рахунки її клієнтів, внаслідок неофіційного тиску центрального банку [5]. Подібна ситуація виникла і в Китаї, що ще недавно належав до найбільших криптовалютних ринків світу. Китайський суд у січні 2017 р. виніс вирок двом особам за шахрайські дії у межах криптовалютної діяльності загальним обсягом 2,44 млрд дол. США із залученням до онлайн-піраміди понад 200 тис. осіб [12]. У вересні 2017 р. у цій країні офіційно була встановлена заборона на *ICO* і діяльність криптовалютних бірж. Нині також там тривають дискусії щодо заборони майнінгу криптовалюти. Це може спричинити серйозні наслідки для глобального криптовалютного ринку, оскільки у Китаї добувається три четверти обсягу біткоїнів [5] унаслідок невисокої вартості електроенергії.

У США ліцензування було запроваджено у червні 2015 р. нью-йоркським департаментом фінансових послуг шляхом застосування «бітліцензій» (*BitLicense*) до регулювання організацій, які працюють з біткоїнами [13]. Ліцензія надається після перевірки дотримання вимог щодо захисту прав споживачів, запобігання відмиванню грошей і вимог до кібербезпеки при роботі з криптовалютами. Розробникам софту і майнерам немає необхідності отримувати ліцензії, навіть якщо вони працюють над інструментами, які будуть застосовуватися в ліцензованих компаніях. Тобто, стартапи можуть вільно виходити на ринок, не маючи величезного капіталу. Але як тільки такі компанії починають безпосередньо мати справу з грошима користувачів, вимоги до них вже змінюються.

Слід зазначити, що умови надання *BitLicense* подібні до вимог ліцензування традиційних операторів грошових переказів. У 2016 р. правила отримання *BitLicense* стали жорсткішими. Компанії, що надають послуги грошових переказів, повинні придбати облігацію з гарантією на основі доларового обсягу, обробленого в минулому році, обсягом від 10 тис. до 550 тис. дол. США, а біржі – обсягом від 10 тис. до 50 тис. дол. США [13]. Водночас ці компанії повинні надавати можливість третім особам проводити аудит своїх систем та надавати додаткову інформацію своїм користувачам.

Цілком ймовірно, що модель регулювання криптовалютних ринків, запропонована у Нью-Йорку, незважаючи на досить жорстке регулювання, з часом буде застосовуватися не тільки в інших штатах, а й в інших державах. Причинами цього є висока концентрація криптовалютних компаній у США, а штат Нью-Йорк є одним із фінансових центрів світу. Аналогічні вимоги існують також у Каліфорнії, де наприкінці 2014 р. департамент з нагляду у сфері бізнесу підтвердив застосування норм закону, що регламентує порядок проведення грошо-

.....

вих переказів до і для цифрових валют. При цьому у вересні 2015 р. Комісією з торгівлі товарними ф'ючерсами США було визнано товаром біткоїн та інші цифрові валюти [14].

Нині у межах Управління контролера грошового обігу США формується відділ, який буде здійснювати регулювання фінансових технологій та реалізацію «розумних інновацій». Філії нового офісу розташовуватимуться у Вашингтоні, Сан-Франциско і Нью-Йорку [14].

В Канаді ще у 2014 р. було встановлено вимоги щодо верифікації учасників операцій з криптовалютою. Органом, що реєструє компанії, які здійснюють діяльність з криптовалютами, є Аналітичний центр фінансових операцій та звітів Канади.

У країнах Європи також піднімають питання щодо регулювання криптовалют. У березні 2017 р. члени Європейського парламенту опублікували новий законопроект, що відображає їх плани з регулювання цифрових валют. У законопроекті йдеться про те, що з точки зору Європарламенту віртуальні валюти не повинні бути анонімними. Відповідно до законопроекту, розробленого Комітетом Європейського парламенту з цивільних свобод та внутрішніх справ, національні групи фінансової розвідки повинні мати можливість пов'язувати криптовалютні адреси з особою власника віртуальної валюти. Водночас споживачі фінансових послуг з віртуальною валютою матимуть можливість повідомляти про свої операції уповноважені органи самостійно [15]. Таким чином, готується підґрунтя для створення баз даних, в яких адреси криптовалютних гаманців будуть прив'язані до конкретних осіб. У разі схвалення закон також дозволить обробникам фінансової інформації ділитися нею з іншими органами.

В Європі одну із ключових позицій на криптовалютних ринках займає Великобританія. Тут розмір державних інвестицій у дослідження та розвиток *Fin Tech* у сфері цифрових валют сягає 10 млн фунтів стерлінгів [16]. Державне фінансування стосується таких наукових інститутів як *Digital Catapult*, Інститут Алана Т'юринга та *Research Councils*. Розробка механізму регулювання сфери *FinTech*, зокрема і криптовалют, здійснюється спільно регуляторами ринків фінансових послуг та Казначейством Сполученого Королівства на основі дотримання вимог *FATF* [17].

У Швейцарії після того, як залізничний оператор (*Schweizerische Bundesbahnen, SBB*) вирішив продавати біткоїни через мережу кіосків з продажу залізничних квитків, міністерство фінансів країни представило свої плани щодо регулювання галузі фінансових технологій. Планується створити новий вид ліцензії, який буде розроблений спеціально для фінтех-компаній. Основним регулятором фінтех-компаній на території Швейцарії стане Служба з нагляду за фінансовими ринками. Міністерство фінансів Швейцарії вважає необхідним проведення додаткових досліджень цифрових валют та блокчейн-технологій [18].

Південнокорейська Комісія з добросовісної конкуренції попередила криптовалютні біржі, що їм необхідно отримати ліцензію *Information Security Management System (ISMS)* щодо інформаційної безпеки, що є обов'язковою для компаній з обсягами продажів не менш як 10 млрд вон та/або з кількістю відвідувачів від 1 млн за день. Водночас Комісія з фінансових послуг Південної Кореї з 30 січня 2018 р. встановила вимоги щодо дотримання стандарту «знай свого клієнта» (*know your customer, KYC*), згідно з якими власники банківських рахунків повинні співпадати з іменами інвесторів на біржі. Це було зроблено після перевірки 13 криптовалютних бірж, зокрема, *Bithumb, Coinone* і *Korbit*, проведених при сприянні шести банків та підрозділу фінансової розвідки. Це інспектування було зроблено після того, як криптовалютна біржа *YouBit* оголосила про своє банкрутство після другої у 2017 р. атаки на неї, в результаті чого було вкрадено 17 % її криптовалютних активів, хоча біржа заявила про повне відшкодування збитків своїм клієнтам. Крім цього, у разі перевищення операції з віртуальною валютою 10 млн вон за день або 20 млн вон протягом семи днів *FSC* віднесла їх до підозрілої діяльності [19].

У розвинених країнах набуває популярності оподаткування криптовалютної діяльності. Підґрунтям цього є попереднє визначення правового статусу криптовалюти. З *табл. 2* видно, що вже багато країн визначилися щодо правового статусу криптовалюти та оподаткування операцій з ними.

З метою оподаткування законодавство більшості країн розглядає віртуальні валюти як власність або активи. До основних податків, що застосовуються до операцій з криптовалютами, належать податки: на прибуток підприємств, на доходи фізичних осіб, на приріст капіталу. Водночас у більшості представлених у *табл. 2* країн операції з криптовалютою підлягають оподаткуванню залежно від правового статусу цієї валюти. Для країн ЄС у 2015 р. згідно з рішенням Європейського суду, було звільнено операції з біткоїнами від сплати податку на додану вартість [21]. Після цього країни ЄС, де вже існувало оподаткування ПДВ зазначених операцій, були змушені його скасувати. При цьому фіскальний режим у країнах ЄС визначається національними законодавствами.

У Німеччині з операцій з криптовалютами стягується податок на приріст капіталу, якщо обсяг операцій перевищує 600 євро та якщо прибуток був отриманий протягом одного року після отримання біткоїнів [22]. Якщо віртуальна валюта знаходиться у держателя понад один рік, ця угода розглядається як приватний продаж.

Особливістю оподаткування криптовалют у Великобританії є те, що спекулятивні трансакції звільняються від сплати податку на прибуток. Податковий орган розглядає кожну операцію з біткоїнами на основі його власних індивідуальних фактів та обставин [23].

В Австралії операції з віртуальними валютами підпадають під дію бартерних угод. Водночас трансакції біткоїна для особистих цілей

звільняються від оподаткування за умов, що біткоіни використовувалися для оплати товарів та послуг з метою особистого користування та вартість угоди є меншою, ніж AUD 10 тис. Майнінг та комерційний обмін вважаються біржовою торгівлею та оподатковуються. Біржі криптовалют мають виплачувати 10 % в якості податку з продажу за кожну транзакцію, як і будь-яка юридична особа, яка пропонує товари і послуги [24].

Таблиця 2

**Підходи різних країн щодо статусу та оподаткування криптовалют**

Країна	Статус	Податок
Австралія	Актив для цілей приросту капіталу	Податок з продажу
Білорусь	Діяльність у сфері високих технологій	Майнінг, купівля та продаж токенів або криптовалют фізичними особами не вважається підприємницькою діяльністю і не оподатковуватиметься до 1 січня 2023 р.
Бразилія	Актив	Податок на приріст капіталу
Великобританія	Актив	Податок на прибуток
Данія	Не вважається валютою	Звільнення від оподаткування
Ізраїль	Актив	Податок на прибуток (приріст капіталу), податок на додану вартість
Канада	Товар	Податок на дохід, податок на приріст капіталу
Нідерланди	Бартерна операція	Податок на доходи фізичних осіб
Німеччина	Приватні гроші. Розрахункова грошова одиниця	Податок на приріст капіталу
Норвегія	Актив	Податок на майно, податок з продажу
Сінгапур	Не вважається валютою чи товаром	Податок на прибуток, якщо операція підпадає під фактори, які визначають торгівлю. Фактично не оподатковуються
США	Криптовалюта – товар. Токени ICO – цінні папери	Податок на приріст капіталу, податок на доходи фізичних осіб, внески на соціальне страхування
Фінляндія	Фінансова послуга	Податок на збільшення ринкової вартості капіталу, прибутковий податок
Швейцарія	Іноземна валюта	Операції не оподатковуються
Японія	Активоподібні цінності, що використовуються при платежах	Податок на доходи, податок на капітал. З 1 липня 2017 р. було звільнено від податку на споживання

Джерело: складено автором за [1–3, 5–6, 14–17, 20].

В Ізраїлі встановлено податок на прибуток при продажу криптовалюти, ставки якого є диференційованими до 25 % від загальної вартості продажу. Крім того, всі операції, пов'язані з криптовалютою



і з отриманням прибутку, включаючи майнінг, увійдуть в «бізнес-категорію», і споживачі повинні будуть стягувати з своїх клієнтів податок на прибуток у розмірі 17 % [25]. Враховуючи складність документального підтвердження операцій з криптовалютою, податкові органи дозволяють здійснювати це через відповідні паперові записи, банківські звіти, скріншоти.

У Південній Кореї планують впровадження податку на додану вартість, податку на подарунки, податку на прибуток та податок на приріст капіталу, на діяльність з криптовалютою [19].

У США в 2014 р. Служба внутрішніх доходів оголосила, що для цілей федерального оподаткування розглядатиме цифрову валюту як вид майна. Прибуток, отриманий при продажу або обміні криптовалюти, спричинятиме вимоги по відношенню до збільшення капіталу. У США ставки податку на приріст капіталу диференційовані залежно від терміну операцій. Якщо термін операцій становить до 1 року, то ставка складає 25 %, понад 1 рік – ставки коливаються від 0 до 20 %. Водночас криптовалютний прибуток розглядається як незароблений дохід для цілей оподаткування на незаплановані надходження по програмі *Medicare*, внесеного у рамках Закону про доступну медичну допомогу. Як наслідок, платники податків зі зміненими скоригованими валовими доходами понад 200 тис. дол. США додатково сплачують 3,8 % податку на прибуток [1].

Платники податків, які продають товари чи послуги за біткоїни, зобов'язані включати вартість отриманих біткоїнів на основі справедливої ринкової ціни на момент їх отримання у свої річні податкові декларації. Такі ж вимоги існують і щодо майнерів. Згідно із податковим законодавством США, якщо майнінг криптовалюти платником податку є угодою або бізнесом, а платник класифікується не як найманий працівник, то чистий дохід від самозайнятості оподатковується податком на самостійну діяльність. Заробітна плата, отримана у віртуальній валюті, є об'єктом оподаткування податком на доходи фізичних осіб та внесків на соціальне страхування [1]. Отже, підґрунтям для дотримання податкового законодавства США є обов'язкове ведення записів про всі операції з криптовалютами.

Нині у Конгресі США обговорюється Закон про криптовалютну справедливість оподаткування, згідно з яким всі криптовалютні трансакції до 600 дол. США мають бути звільнені від оподаткування [26].

Український біткоїн-ринок оцінюється у розмірі 2,5 млрд дол. США [27]. Водночас Україна належить до чотирнадцяти країн, що є блокчейн-лідерами [28]. За умов відсутності регулювання операцій з криптовалютами посилюються їм притаманні ризики. У 2017 р. із зареєстрованих 507 випадків викрадення людей заради викупу, у чотирьох викрадачі вимагали викуп у криптовалюті [28]. У жовтні 2017 р. Верховною Радою України було розглянуто законопроекти «Про обіг

криптовалют в Україні» та «Про стимулювання ринку криптовалют і їх похідних в Україні». Проте обидва варіанти було відхилено. Однією з причин цього стало недостатнє врахування у них позитивного зарубіжного досвіду та застосування жорстких інструментів регулювання [29]. Секретар Ради національної безпеки і оборони України О. Турчинов наголошує, що подальше зволікання щодо державного регулювання ринку криптовалют створює загрози для економіки та безпеки держави [30]. Голова Комітету Верховної Ради з питань фінансової політики та банківської діяльності С. Рибалка акцентує увагу на тому, що відсутність регулювання підвищує ризики використання криптовалют із шахрайською метою [4]. Бурхливий розвиток криптовалют, посилення глобалізаційних процесів та досвід розвинених країн ставить перед Україною необхідність розробки державного регулювання криптовалют, стратегічними напрямками якого мають стати: визначення правового статусу криптовалют та впровадження комплементарних адміністративних та економічних методів регулювання.

**Висновки.** Інструменти регулювання криптовалют різняться за регіонами та країнами. Одні країни забороняють обіг криптовалют, інші визначилися з їх правовим статусом. При цьому вони можуть використовувати лише адміністративні методи регулювання діяльності у сфері криптовалют, а можуть їх поєднувати з економічними методами. Серед економічних методів переважає оподаткування криптовалют, яке переважно використовуються у розвинених країнах.

Як засвідчує позитивний зарубіжний досвід, в Україні для підтримки інновацій у фінансовому секторі необхідно розробити засади державного регулювання ринку криптовалют. Підґрунтям цього має стати, з одного боку, дотримання вимог *FATF* щодо боротьби з фінансування тероризму, забезпечення кібербезпеки та податкових надходжень до бюджету, а з іншого – дотримання умов щодо захисту прав споживачів. Для цього необхідно встановити законодавчі вимоги щодо ідентифікації учасників криптовалютних трансакцій та ліцензування діяльності криптовалютних бірж. Водночас було б доцільно застосувати такий фінансовий метод як оподаткування з попереднім встановленням правового статусу криптовалют як фінансового активу. Враховуючи євроінтеграційні наміри України, застосування оподаткування ПДВ не є доцільним, оскільки країни ЄС цей податок до криптовалют не застосовують. Варто було б внести доповнення до Податкового кодексу України щодо оподаткування діяльності з криптовалютами податком на доходи фізичних осіб та податком на прибуток підприємств у поєднанні з єдиним соціальним внеском. Перспективним напрямом подальших наукових досліджень має стати розробка дорожньої карти реалізації зазначених стратегічних векторів державного регулювання криптовалют.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bergman A. What You Should Know About Taxation Of Cryptocurrencies. URL : <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2018/01/03/what-you-should-know-about-taxation-of-cryptocurrencies/#26b6a83f1346>.
2. Voersma J., Burgers G., Huijstee van J., Rood M. Cryptocurrencies Exploring a revolutionary technology. Innopay. 2014. June. 51 p.
3. Омельчук Н. Регулирование криптовалют: анализ по странам. URL : <https://psm7.com/articles/regulirovanie-kriptoalyut-analiz-po-stranam.html>.
4. Рибалка С. Чому ринок криптовалют потрібно стимулювати. URL : <https://www.obozrevatel.com/finance/business-and-finance/chomu-rinok-kriptoalyut-potribno-stimulyuvati.htm>.
5. Турченко А. Запреты и ограничения: как регулируют биткоин в разных странах мира. 19.01.2018. URL : <https://psm7.com/articles/zaprety-i-ogranicheniya-kak-reguliruyut-bitkoin-v-raznykh-stranax-mira.html>.
6. Филатова Е. Новости криптовалют за неделю: налоги на трейдинг и мошенничество с ICO. 26.01.2018. URL : <https://psm7.com/articles/novosti-kriptoalyut-dajdzhest-glavnyx-sobytij-nedeli.html>.
7. Consolidated FATF strategy on combatting terrorist financing. URL : <http://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/reports/FATF-Terrorist-Financing-Strategy.pdf>.
8. Virtual currency schemes – a further analysis. URL : <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/virtualcurrencyschemesen.pdf>.
9. UK national risk assessment of money laundering and terrorist financing. URL : [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/468210/UK\\_NRA\\_October\\_2015\\_final\\_web.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/468210/UK_NRA_October_2015_final_web.pdf).
10. UK national risk assessment of money laundering and terrorist financing. URL : [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/655198/National\\_risk\\_assessment\\_of\\_money\\_laundering\\_and\\_terrorist\\_financing\\_2017\\_pdf\\_web.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/655198/National_risk_assessment_of_money_laundering_and_terrorist_financing_2017_pdf_web.pdf).
11. Волосович С. В. Віртуальна валюта: глобалізаційні виклики та перспективи розвитку. Економіка України. 2016. № 4 (653). С. 68–78.
12. China to crack down on crypto and online pyramid schemes. URL : <https://www.thepaypers.com/cryptocurrencies-bitcoin-virtual-currencies/china-to-crack-down-on-crypto-and-online-pyramid-schemes/771605-39>.
13. New York Codes, Rules and Regulation: New York State Department of financial servies. URL : <http://www.dfs.ny.gov/legal/regulations/adoptions/dfsp200t.pdf>.
14. U.S. Commodity futures trading commission. URL : <http://www.cftc.gov/index.htm>.
15. European Parliament. URL : <http://www.europarl.europa.eu/portal/en>.
16. Лидеры криптовалютных рынков. URL : <http://finansit.ru/info/lidery-kriptoalyutnyh-rynkov>.
17. Как регулировать биткоин? Спросите в Лондоне. URL : <http://coinspot.io/law/europe/kak-regulirovat-bitcoin-sprosite-v-londone>.
18. The Federal Department of Finance. URL : <https://www.admin.ch/gov/en/start/departments/departement-of-finance-fdf.html>.
19. Южная Корея проверяет биржи цифровых валют из-за взлома и банкротства YouBit. URL : <https://coinspot.io/technology/bezopasnost/yuzhnaya-koreya-proveryaet-birzhi-cifrovyyh-valyut-iz-za-vzloma-i-bankrotstva-youbit>.
20. Determining the Existence of a Trade. URL : <https://www.iras.gov.sg/irashome/Businesses/Companies/Working-out-Corporate-Income-Taxes/Taxable-and-Non-Taxable-Income/Determining-the-Existence-of-a-Trade>.

21. European Court of Justice rules that Bitcoin should be treated as a currency for VAT purposes. URL : <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/press-releases/articles/european-court-rules-bitcoin-be-treated-as-currency-for-vat.html>.
22. Bundesministerium der Finanzen. URL : <http://www.bundesfinanzministerium.de/Web/EN/About/Contact/contact.html>.
23. British Ministry of Finance Uk. URL : <https://ru.scribd.com/document/130501289/British-Ministry-of-Finance-Uk>.
24. The Treasury Australian Government. URL : <https://www.treasury.gov.au>.
25. Israeli tax authorities to set regulations for cryptocurrency activities. URL : <http://www.thepayers.com/cryptocurrencies-bitcoin-virtual-currencies/israeli-tax-authorities-to-set-regulations-for-cryptocurrency-activities>.
26. U.S. Congress. URL : <https://www.congress.gov>.
27. Україна среди мирових лідерів блокчейна. URL : <https://economistua.com/ukraina-sredi-mirovyh-liderov-blokchejna>.
28. Криптооптимісти: країни, які вірять в Bitcoin. URL : <https://psm7.com/articles/kakie-gosudarstva-veryat-v-bitcoin-pochemu-i-kak-oni-emu-pomogayut.html>.
29. Фінансовий регулятор України не підтримує поточні законопроекти щодо регулювання криптовалют. URL : <http://coinews.io/ua/category/1-kripto/article/1199-f%D1%96nansovij-regulyator-ukra%D1%97ni-ne-p%D1%96dtrimu%D1%94-potochn%D1%96-zakonoproekti-shhodo-reguljuvannya-kriptovaljut>.
30. Турчинов О. Розвиток ринку криптовалют не може залишатися поза увагою держави. URL : <http://www.rnbo.gov.ua/news/2965.html>.

Стаття надійшла до редакції 02.02.2018.

***Volosovych S. State regulation of cryptocurrency market: foreign experience.***

***Background.*** Strengthening the role of cryptocurrencies as a means of accumulation and means of payment affects the emergence of various risks associated with their mining and transactions with them. As a result, during the last years, the formation of a system of cryptocurrency regulation takes place to prevent threats and minimize the possible negative consequences for the private and public sectors. It determines the relevance of the selected topic.

The ***aim*** of the article is to study foreign experience in regulating cryptocurrency operations to determine the system of values in the formation of an appropriate domestic regulatory system.

***Materials and methods.*** The works of domestic and foreign scholars have become the theoretical and methodological basis of the article. The research was conducted using the methods of theoretical generalization, comparative analysis, analysis and synthesis, which allowed to substantiate the directions of the formation of the regulation system activity in the field of cryptocurrencies in Ukraine.

***Results.*** The functioning of the virtual currency regulation system should be based on the principles of transparency, which implies the completeness and accessibility of information for all interested parties; stability, which provides for prevention of crisis situations in the market; consumer rights protection; complementarity, aimed at complementarity of regulatory instruments; monitoring, which provides for the constant control over operations with virtual currencies. At the same time, administrative and economic methods of regulating crypto-currency should be combined.

***Conclusion.*** Cryptocurrency control tools vary by regions and countries. Some countries prohibit the circulation of cryptocurrencies, others determined their legal status. At the same time it can be used as solely administrative methods for regulating activities in the field of cryptocurrencies, and their possible combination with economic methods.

*Cryptocurrencies taxation prevails among economic methods, which is predominantly used in developed countries. As the positive foreign experience shows, it is necessary to develop the principles of regulation of the cryptocurrencies market in Ukraine. This should be based, on the one hand, on compliance with the FATF as to the fight against terrorist financing, the provision of cyber security and tax revenues to the budget, and, on the other hand, compliance with the protection of the rights of consumers of financial services. Therefor it is necessary to establish requirements for the identification of participants in crypto-currency transactions and the licensing of activity of cryptocurrency exchanges. At the same time, it would be advisable to tax the activity with cryptocurrency by personal income tax and corporate income tax coupled with a single social contribution.*

*Keywords:* cryptocurrency, bitcoin, principles of the system of cryptocurrencies regulation, licensing of activity with cryptocurrencies, taxation of cryptocurrencies.

## REFERENCES

1. Bergman A. What You Should Know About Taxation Of Cryptocurrencies. URL : <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2018/01/03/what-you-should-know-about-taxation-of-cryptocurrencies/#26b6a83f1346>.
2. Boersma J., Burgers G., Huijstee van J., Rood M. Cryptocurrencies Exploring a revolutionary technology. Innopay. 2014. June. 51 p.
3. Omel'chuk N. Regulirovanie kriptovaljut: analiz po stranam. URL : <https://psm7.com/articles/regulirovanie-kriptoalyut-analiz-po-stranam.html>.
4. Rybalka S. Chomu rynek kriptovaljut potribno stymuljuvaty. URL : <https://www.obozrevatel.com/finance/business-and-finance/chomu-rinok-kriptoalyut-potribno-stimulyuvati.htm>.
5. Turchenko A. Zaprety i ogranichenija: kak regulirujut bitkoin v raznyh stranah mira. 19.01.2018. URL : <https://psm7.com/articles/zaprety-i-ogranicheniya-kak-reguliruyut-bitkoin-v-raznyx-stranax-mira.html>.
6. Filatova E. Novosti kriptovaljut za nedelju: nalogi na trejding i moshennichestvo s ICO. 26.01.2018. URL : <https://psm7.com/articles/novosti-kriptoalyut-dajdzhest-glavnyx-sobytij-nedeli.html>.
7. Consolidated FATF strategy on combatting terrorist financing. URL : <http://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/reports/FATF-Terrorist-Financing-Strategy.pdf>.
8. Virtual currency schemes – a further analysis. URL : <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/virtualcurrencyschemesen.pdf>.
9. UK national risk assessment of money laundering and terrorist financing. URL : [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/468210/UK\\_NRA\\_October\\_2015\\_final\\_web.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/468210/UK_NRA_October_2015_final_web.pdf).
10. UK national risk assessment of money laundering and terrorist financing. URL : [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/655198/National\\_risk\\_assessment\\_of\\_money\\_laundering\\_and\\_terrorist\\_financing\\_2017\\_pdf\\_web.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/655198/National_risk_assessment_of_money_laundering_and_terrorist_financing_2017_pdf_web.pdf).
11. Volosovych S. V. Virtual'na valjuta: globalizacijni vyklyky ta perspektyvy rozvytku. Ekonomika Ukrainy. 2016. № 4 (653). S. 68–78.
12. China to crack down on crypto and online pyramid schemes. URL : <https://www.thepaypers.com/cryptocurrencies-bitcoin-virtual-currencies/china-to-crack-down-on-crypto-and-online-pyramid-schemes/771605-39>.
13. New York Codes, Rules and Regulation: New York State Department of financial servies. URL : <http://www.dfs.ny.gov/legal/regulations/adoptions/dfsp200t.pdf>.

14. U.S. Commodity futures trading commission. URL : <http://www.cftc.gov/index.htm>.
15. European Parliament. URL : <http://www.europarl.europa.eu/portal/en>.
16. Lidery kriptovaljutnyh rynkov. URL : <http://finansit.ru/info/lidery-kriptovalyutnyh-rynkov>.
17. Kak regulirovat' bitkoin? Sprosite v Londone. URL : <http://coinspot.io/law/europe/kak-regulirovat-bitcoin-sprosite-v-londone>.
18. The Federal Department of Finance. URL : <https://www.admin.ch/gov/en/start/departments/departement-of-finance-fdf.html>.
19. Juzhnaja Koreja proverjaet birzhi cifrovyh valjut iz-za vzloma i bankrotstva YouBit. URL : <https://coinspot.io/technology/bezopasnost/yuzhnaya-koreya-proveryaet-birzhi-cifrovyh-valyut-iz-za-vzloma-i-bankrotstva-youbit>.
20. Determining the Existence of a Trade. URL : <https://www.iras.gov.sg/irashome/Businesses/Companies/Working-out-Corporate-Income-Taxes/Taxable-and-Non-Taxable-Income/Determining-the-Existence-of-a-Trade>.
21. European Court of Justice rules that Bitcoin should be treated as a currency for VAT purposes. URL : <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/press-releases/articles/european-court-rules-bitcoin-be-treated-as-currency-for-vat.html>.
22. Bundesministerium der Finanzen. URL : <http://www.bundesfinanzministerium.de/Web/EN/About/Contact/contact.html>.
23. British Ministry of Finance Uk. URL : <https://ru.scribd.com/document/130501289/British-Ministry-of-Finance-Uk>.
24. The Treasury Australian Government. URL : <https://www.treasury.gov.au>.
25. Israeli tax authorities to set regulations for cryptocurrency activities. URL : <http://www.thepaypers.com/cryptocurrencies-bitcoin-virtual-currencies/israeli-tax-authorities-to-set-regulations-for-cryptocurrency-activities>.
26. U.S. Congress. URL : <https://www.congress.gov>.
27. Ukraina sredi mirovyh liderov blokchejna. URL : <https://economistua.com/ukraina-sredi-mirovyh-liderov-blokchejna>.
28. Kriptooptimisty: strany, kotorye verjat v Bitcoin. URL : <https://psm7.com/articles/kakie-gosudarstva-veryat-v-bitkoin-pochemu-i-kak-oni-emu-pomogayut.html>.
29. Finansovyj reguljator Ukrai'ny ne pidtrymuje potochni zakonoproekty shhodo reguljuvannja kriptovaljut. URL : <http://coinews.io/ua/category/1-kripto/article/1199-f%D1%96nansovij-regulyator-ukra%D1%97ni-ne-p%D1%96dtrimu%D1%94-potochn%D1%96-zakonoproekti-shhodo-reguljuvannja-kriptovaljut>.
30. Turchynov O. Rozvytok rynku kriptovaljut ne mozhe zalyshatsja poza uvagoju derzhavy. URL : <http://www.rnbo.gov.ua/news/2965.html>.

UDC 005.332.4:339.17

**BARABASH Nataliia,**

Ph.D., associate professor of the Department of Financial Analysis and Audit of Kyiv National University of Trade and Economics

**RIPA Tetiana,**

Postgraduate of the Department of Financial Analysis and Audit of Kyiv National University of Trade and Economics

## AUDIT ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES

*The article investigates the importance and justifies the necessity of assessing the competitiveness of trade enterprises. The main provisions of the methodology of its evaluation in the audit system are presented. The rankings of trade enterprises are determined by means of the integral indicator of the economic growth rate, the integral estimation of the distance from the standard of the individual factors of the financial condition, and also on the basis of calculation of the operating leverage indicator.*

*Keywords:* trade enterprise, economic activity, competitiveness, audit, analytical procedures, profitability, liquidity, financial sustainability.

*Барабаш Н., Рипа Т. Аудиторська оцінка конкурентоспособності підприємств торгівлі. В статті досліджено значення і обґрунтована необхідність оцінки конкурентоспособності підприємств торгівлі. Представлені основні положення методики її оцінки в системі аудиту. Определены рейтинговые позиции підприємств торгівлі з допомогою інтегрального показателя темпа економічного росту, інтегральної оцінки розстояння від еталона окремих коефіцієнтів фінансового стану, а також на основі вичислення показателя операційного рычага.*

*Ключевые слова:* предприятие, хозяйственная деятельность, конкурентоспособность, аудит, аналитические процедуры, рентабельность, ликвидность, финансовая стойкость.

**Background.** In modern conditions of enterprise competitiveness management, various methods of its evaluation are used, each of which corresponds to certain areas of strategic management. Among them the most widespread are:

- a methodology based on the assessment of management efficiency of supply, production and sales of sold products (goods, works, services);
- a methodology related to the assessment of the quality of products (goods, works, services);

- a methodology for assessing the enterprise competitive advantages by M. Porter [1];
- a method of benchmarking based on the study and use of successful competitive enterprises achievements and increase on this basis the competitiveness of its own enterprise;
- a method of competitive elements recruitment.

The use of competitive techniques can be convenient in different situations, depending on the strategy chosen by the enterprise and the specifics of the industry to which it belongs. The results of assessments, as well as the methods of their receipt, differ significantly, and the final assessment of competitiveness acquires subjective nature, since the final choice depends on the analyst.

On this basis, it may be noted that most of the techniques mentioned do not give the auditor confidence that the result corresponds to the actual level of competitiveness of the enterprise. That is why, in order to assess the competitiveness of trade enterprises, taking into account the specifics of the industry, a method of recruiting competitive elements should be used, as it provides a step-by-step study, starting with a comparative assessment of the most important financial and marketing indicators and ending with a generalization of the obtained estimates by integrating individual indicators based on the use of matrix methods of strategic analysis.

**Analysis of recent research and publications.** The research of various aspects of the analytical assessment of enterprise activities was conducted by such domestic and foreign scientists as I. Blank, I. Mnykh, A. Butko, O. Bolshakova, H. Kravchenko, M. Nykonovych, M. Boliukh, V. Burchevskiy, M. Horbatiukh, O. Hetman, V. Shapoval, D. Norton, R. Kaplan, H. Mytrofanov, O. Kuzmin, N. Petryshyn, A. Mazaraki, D. Psheslinskyi, I. Smolin, L. Malyarets, A. Shtereverya, A. Mischenko, M. Kyzym, A. Pylypenko, V. Zynchenko, O. Skybytskyi [2–15], and many others.

**Marking out of unsolved parts of general issue to which the article is dedicated.** Assessing the contributions of scientists mentioned above, it should be noted that, while exploring the methodological aspects of economic analysis, they did not set the task of developing a comprehensive assessment of competitiveness in accordance with the audit requirements. Thus, despite the presence of a large number of modern publications on the formation of a system of economic indicators of an enterprise, the problem of providing analytical audit competitiveness have largely been lost beyond the interests of researchers. At the same time, the intensification of competition in the conditions of market relations development actualizes the issue of complex audit evaluation of the enterprise competitiveness with the use of both individual and integrated analytical indicators.

The **aim** of the study is to develop methodological approaches to the analysis of the trade enterprises competitiveness in accordance with the requirements of the audit.



**Materials and methods.** The information base of the article is represented by scientific works of domestic and foreign scientists [1–15], domestic legal documents [16], as well as statistical data [17].

The basis of the research is the scientific methods, among which it is advisable to distinguish the following: analysis and synthesis, comparison, idealization and abstraction, as well as systematization and generalization – when formulating the conclusions as a result of the study.

**The results of the research.** To assess the competitiveness of an object, a system of methodological support should be used that includes methodological techniques for internal financial analysis (methods for assessing economic growth, financial condition and operational and financial risks of enterprises), marketing analysis (methods for assessing the dynamics of market value of enterprises and their share in the goods market, assessment of the competitiveness of goods and services of enterprises) and strategic analysis (methods of integrated assessment of the competitiveness according to financial and marketing indicators, which led to separate ratings of enterprises). It is this approach to the formulation of the methodology that allows us to provide a reasoned integrated (complex) assessment of the competitiveness of the enterprise.

The deterioration of the economic situation in Ukraine during 2013–2017 has led to unprofitableness of enterprises of the trading sector all in all during four years. According to the State Statistics Service [17], during this period, almost a third of large and medium-sized enterprises had losses and negative equity values. This does not mean that the definition of the competitiveness of loss-making enterprises is impossible, but in terms of coverage of the competitive analysis methodology, their inclusion in a group of competitive enterprises is not feasible, except in some cases when outsiders compete for leadership positions. Equally, the negative value of equity, although possible in modern conditions, leads to the removal of a number of financial ratios from the calculations, which does not allow the full disclosure of the valuation technique.

In order to maintain and disclose the methodological provisions of the competitiveness analysis, profitable trade enterprises with a positive value of equity were selected, which, according to the Economic Code of Ukraine [16], were classified as medium-sized, whose activities on the Kyiv commodity market comprise at least 5 years. On these grounds, for the analysis of competitiveness, the following retail companies were selected: «Velyka Kyshenya» trading network store (hereinafter – E1); «Eco-Market» trading network store (hereinafter – E2); «ATB-Market» trading network store (hereinafter – E3); «Silpo» trading network store (hereinafter – E4).

A quantitative characteristic of the competitiveness of enterprises can be applied to a specific market, which has a certain number of competitive enterprises. That is why the correct definition of the investigated market boundaries is an indispensable condition for an objective assessment of the competitiveness of individual enterprises [9, p. 142].

Strengthening the role of financial analysis is conditioned primarily by the fact that managerial decisions of a financial nature are dominant in the management of economic entities, both in the internal and external sides. In addition, the zone of uncertainty of competitive behavior and business cooperation highlights the need for profound argumentation and parity of the benefits of such a partnership, an objective assessment of possible dangers and threats and thorough advantages, recognition of additional guarantees and risk assessment [13, p. 13].

Methodical techniques of internal financial analysis allow comparing the competitiveness of enterprises by the following indicators:

- integral indicators of enterprises economic growth rates (for generalization of income growth rates, financial results, expenditure return, turnover and profitability of enterprises);
- integral indicators of distance from the standard (for generalization of financial condition coefficients);
- indicators of risk of loss of the trade enterprises operating profit as a result of lower income from sales of products (goods, works, services), calculated by the operating leverage method.

Among the methods for determining the competitiveness of enterprises according to the above mentioned groups of financial indicators, preference is usually given to methods based on expert assessments of each participant involved in the generalization of the indicator, which is assigned the appropriate number of points, depending on its size. The order of the distribution of points between the indicators with differentiation from the smallest to the highest value of each indicator is set by a group of experts. The most detailed rating of enterprises based on expert opinions on the quality of financial indicators is stated by O.M. Skibitskyi [15].

Let us dwell in more detail on determining the company's rating based on the calculation of the integral indicator of the rate of economic growth. Among the factors of competitiveness of the enterprise, the most important are those that determine the intensity of its development, namely the rate of change in income and financial results, which directly affect the rate of change in expenditure return, turnover and profitability of enterprises. The latter are, to a certain extent, derived from the rate of change in income and financial results, but this does not mean that they can be deduced from the scope of the study of the development intensity. Because accelerated growth of expenses, assets or capital in comparison with the growth of incomes and financial results will lead to a decrease in turnover and profitability of the enterprise and in turn will negatively affect its competitiveness.

For the integral estimation of trade enterprises economic growth, some of the most common indicators are used, the change of which allows for a general assessment of the competitive enterprises development. If necessary, any indicators characterizing the underlying developmental situation may be included in the generalization. Important for the formation of a system of indicators characterizing the growth of enterprises is the removal of indicators that duplicate the same phenomenon.

Decelerated growth, or even a decline in the rates of change of individual indicators that negatively affect the integral assessment, necessitate in-depth analysis of factors that are the reason for a change of this or that indicator. Therefore, if the deterioration of the integral indicator of economic growth is associated with low growth rates or a decrease in the enterprise's income, it is advisable to consider the dynamics of its components according to the type of activity or structural units in which income is generated. Deceleration of growth or decrease of such indicators as net profit, expense returns and net profit margin requires the inclusion of data on the dynamics of certain types of income and expenses according to the type of activity or structural divisions of the enterprise. The reasons for reducing turnover can be accelerated growth of the economic potential of the enterprise compared with the growth of income.

*Table 1* shows the rate of economic growth of four competitive enterprises, the main activity of which is retail trade.

*Table 1*

**Determination of the ratings of trade enterprises  
by the integral indicator of the economic growth rate in 2016**

Indicators for calculation of change rate	Rate of indicator change over the year			
	Enterprise code			
	E1	E2	E3	E4
Income	1,016	0,988	1,065	1,076
Net profit	0,700	0,917	1,015	0,924
Total expenditure return ratio	0,980	0,975	0,961	0,982
Asset turnover rate	0,999	0,983	1,044	1,030
Owner's equity turnover rate	1,407	1,055	1,143	1,245
Net profit margin	0,689	0,947	0,953	0,858
Net return on assets	0,687	0,904	0,995	0,883
Return on capital	0,969	0,979	1,089	1,065
Indicator output	0,652	0,765	1,280	1,010
Economic growth rate	0,948	0,967	1,031	1,001
Enterprise rating	4,000	3,000	1,000	2,000

The assessment of enterprises according to these indicators allows not only to calculate the growth rate and determine the rating of each enterprise, but also to draw conclusions about the factors that influenced the formation of the integral indicator.

Analysis of the indicators given in *Table 1*, indicates that all competitor enterprises should pay attention to the rate of change in net profit, the dynamics of which indicates a decrease in this indicator over the year.

Given the dynamics of the indicator presented, we consider it expedient to apply the additive model of formation of net profit in order to determine the factors whose negative impact needs to be corrected in the next period. Such factors can be, Both types of activities and separate structural units receiving income or undertaking expenditures can be such factors. The more factors are involved in factor analysis, the more accurate the result

obtained by the analyst will be. In some cases, the reason for loss of profit share may be unprofitable goods and/or services, as well as balances of goods that are not realized on time for one or another reason.

It is a decelerated growth of net profit (enterprise E1), comparing to income, or its decrease during the year (other enterprises) that resulted in a reduction of net profit and assets margin of enterprises. The exception is the growth rate of net return on equity (enterprises E3, E4), the growth of which is the result of a decrease in the balance of equity capital during the year.

The next step in assessing the competitiveness of trade enterprises is to determine the company's rating based on the calculation of the operating leverage index. The study of operational risks, namely the risk of reducing operating profit, is important for assessing enterprise development indicators, as it directly affects the formation of net profit and ensuring net margin of the enterprise. The operating leverage indicator, which characterizes the dependence of operating profit on the change in net income from sales of goods, is used for its calculation.

In *Table 2* an estimation of risk of decrease of trade enterprises operating profit is presented according to the operating leverage method.

*Table 2*

**Estimation of risk of decrease  
of retail trade enterprises operating profit in 2016**

Indicator name	Enterprise code			
	E1	E2	E3	E4
The level of operating leverage	5,31	4,87	1,06	1,62
Risk of loss of the trade enterprise operating profit share due to reduction of net income from sales of goods by 1 %	-5,31	-4,87	-1,06	-1,62
Enterprise rating	4,00	3,00	1,00	2,00

Consequently, the calculation of operational risk has confirmed the ratings, determined on the basis of the integral coefficient of economic growth. According to the data presented in *Table 2*, E3 has a low risk (-1.06), E4 has a moderate risk (-1.62), and enterprises E1 and E2 have a high risk level (-5.31 and -4.87 respectively).

It should be noted that the improvement of profitability and turnover of assets and capital indicators is directly related to the efficiency of financing of enterprises, whose priority should be the directing of equity capital in working capital. The acceleration or deceleration of the turnover of assets and capital, as well as the increase or decrease in income and net profit of the trading company depend on the placement of financial resources attracted during the year in the assets of an enterprise. Therefore, the next stage in assessing the competitiveness of an enterprise is the analysis of indicators of the financial state, which directly affect the results of activities. Commonly accepted financial ratios [3, 6–8, 10–15], which are sufficient to assess the financial condition of competitors, such as solvency ratios (absolute, fast and current liquidity ratios), are used to determine the

ranking of trading companies by the method of integrated assessment of the distance from the standard; indicators of financial sustainability (coefficients of autonomy, long-term capital leveraging ratio, maneuvering, equity ratio in current assets, debt capital structure, financial leverage).

The method of integral estimation of distance from the standard does not limit the number of indicators involved. However, duplication of assessment due to the inclusion of indicators characterizing the same phenomenon or parameter of the object being studied should be avoided. The versatility of this technique allows it to be used to assess the competitiveness of trade enterprises according to a variety of indicators, including expert scores and intermediate ratings.

The integral coefficient of distance from the standard chosen for generalization allows us to determine the position of a separate indicator characterizing the financial condition of an enterprise at the time of evaluation relative to the value of the best (standard) value of this indicator (*Table 3*).

It is worth noticing that a significant deviation points to the risk of a probable bankruptcy. Therefore, the higher its level is, the worse the rating position of the enterprise will be comparing to competitors (*Table 3*).

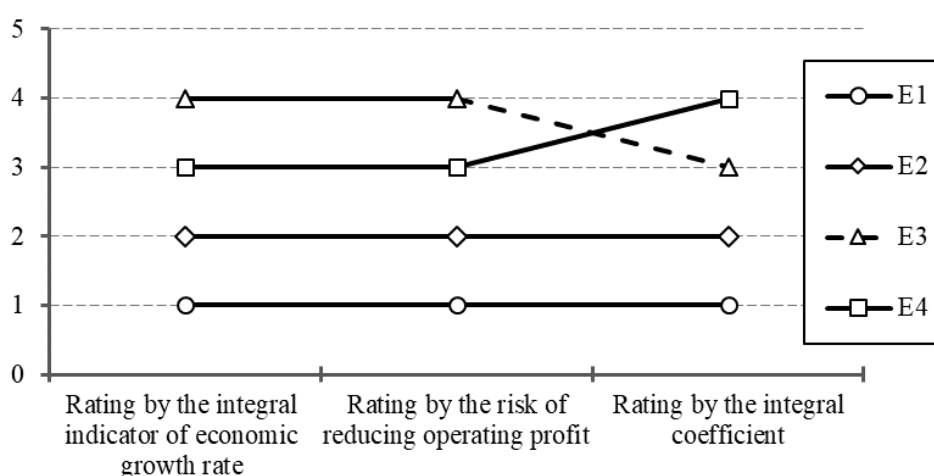
The integral indicator of the distance from the standard points to the threat of loss of financial stability and solvency of enterprises E1 and E2 (4,80 and 4,54 respectively). The best situation is observed in E4, since the level of the indicator is the lowest (2,34).

*Table 3*

**Determination of trading enterprises ratings according to the integral coefficient of distance from the standard of financial state indicators in 2016**

Indicator name	The coefficients of the distance of the actual value indicator from the standard			
	Enterprise code			
	E1	E2	E3	E4
Absolute liquidity ratio	0,34	0,30	0,48	0,20
Quick liquidity ratio	0,12	0,06	0,16	0,03
Current liquidity ratio	0,17	0,15	0,12	0,13
Coefficient of autonomy	0,74	0,82	0,57	0,32
Long-term capital leveraging ratio	0,11	0,20	0,70	0,62
Coefficient of maneuvering	16,73	16,39	2,00	1,69
Coefficient of equity ratio in current assets	2,05	1,60	3,68	1,28
Coefficient of debt capital structure	0,54	0,18	0,91	0,77
Coefficient of financial leverage	2,27	1,06	0,56	0,45
The sum of the coefficients of the distance of the actual values indicators from the standard	23,07	20,58	9,18	5,49
Integral coefficient of distance from the standard, calculated on the basis of solvency and financial stability indicators	4,80	4,54	3,03	2,34
Enterprise rating	4,00	3,00	2,00	1,00

The negative trend is only partly a result of the shortcomings of the financial management service of the investigated enterprises, since profitable enterprises with a positive value of the balance of equity capital have been selected for the study of competitiveness. However, as of the beginning of 2017, an overwhelming majority of domestic trade enterprises had a negative value of equity in the total amount of funding sources. This indicates that the high financial risks of enterprises are largely a consequence of the crisis phenomena in the country's economy. The ratings of enterprises, determined on the basis of the study of financial status indicators (*Table 3*), confirm the ratings of enterprises with high risk of potential bankruptcy (E1 and E2), (shown in the *Tables 1* and *Tables 2*).



**Figure. Definition of generalized rating positions of trade enterprises in 2016**

Generalized information on the rating positions of the investigated trade enterprises is presented on *Fig.*

According to *Fig.* among trade enterprises we selected, the highest level of competitiveness is observed in the enterprise E4, while the enterprise E1 has the worst dynamics of indicators. This tendency is largely due to the crisis situation, but to determine the reasons, the factors of the flow of activity indicators should be considered in more detail.

**Conclusions.** At the current stage of an open economy development, the analysis in the system of audit of the trade enterprise competitiveness acquires great importance due to the stiff competition in the domestic market of goods and the aspirations of trade enterprises to take leadership positions. The necessity for the use of analytical procedures in the audit determines the need for a careful study of the methodology of analytical assessment of the trade enterprises competitiveness in accordance with the purpose and objectives of the audit.

We have considered the main aspects of trade enterprises competitiveness analysis based on calculating the integral index of economic growth,

reducing the risk of operating profit and integral factor of distance from the standard indicators of financial reporting.

The use of the methodology of the analysis of trade enterprises competitiveness in the audit is aimed at increasing its efficiency in a competitive environment.

## REFERENCES

1. Porter M. Competitiveness : monograph. M : PH Williams, 2005. 608 p.
2. Blank I. O. Financial management : scientific publication. Kyiv : Elga, 2008. 724 p.
3. Mnykh E. V., Butko A. D., Bolshakova O. U., Kravchenko H. O., Nykonovych M. O. Analysis and control in the enterprise capital management system : monograph. Kyiv : KNUTE, 2005. 232 p.
4. Bolukh M. A., Burchevskiy V. Z., Horbatiukh M. I. Economic analysis : scientific publication. Kyiv : KNEU, 2003. 556 p.
5. Hetman O. O., Shapoval V. M. Economic diagnostics : scientific publication. Kyiv : CSL, 2007. 307 p.
6. Norton D., Kaplan R. Balanced Scorecard. From strategy to action monograph. M : Olymp-business, 2010. 320 p.
7. Mytrofanov H. V., Kravchenko H. O., Barabash N. S. Financial analysis : scientific publication. Kyiv : KNUTE, 2001. 301 p.
8. Kuzmin O., Petryshyn N., Doroshevych Strategic activity of enterprises: importance and prospects of development. Scientific Bulletin «Democratic Governance», 2011. № 8. P. 25–32.
9. Mazaraki A. A., Psheslinsky D. N., Smolin I. V. Merchant : strategy, policy, competitiveness : monograph. Kyiv : KNUTE, 2010. 384 p.
10. Malyarets L. M., Shtereverya A. V. Balanced system of indicators in the assessment of enterprise activity : scientific publication. Kharkiv: PH. KhNUE, 2008. 188 p.
11. Barabash N. S., Nykonovych M. O., Mischenko A. O. Algorithmization of the complex analysis of the activity of the trade enterprise on the criteria of its management quality. Problems and prospects of economy and management. Chernigiv : ChNUT, 2015, № 3. P. 107–111.
12. Mischenko A. O. The system of indicators of the competitive advantages of a trading company. Herald of KNUTE. Kyiv : KNUTE, 2014, № 4. P. 45–53.
13. Mnykh E. V., Barabash N. S. Financial analysis : scientific publication. Kyiv : KNUTE, 2014. 536 p.
14. Kyzym M. O., Pylypenko A. A., Zynchenko V. A. Balanced Scorecard : monograph. Kharkiv: PH INGEK, 2007. 192 p.
15. Skybytsiy O. M. Strategic management : scientific publication. Kyiv : CSL, 2006. 312 p.
16. The Commercial Code of Ukraine / Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine. 2003.
17. State Statistics Service of Ukraine. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

*Articles submitted to editor office of 07.02.2018.*

**Барабаш Н., Ріна Т. Аудиторська оцінка конкурентоспроможності підприємств торгівлі.**

**Постановка проблеми.** Використання методик конкурентоспроможності може бути зручним у різних ситуаціях залежно від стратегії, обраної підприємством та специфіки галузі, до якої воно належить. Результати оцінок суттєво відрізняються, а кінцева оцінка конкурентоспроможності набуває суб'єктивного забарвлення, оскільки остаточний вибір залежить від аналітика. Виходячи з цього,

більшість методик не дає аудитору впевненості у тому, що отриманий результат відповідає дійсному рівню конкурентоспроможності підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням різних аспектів аналітичної оцінки діяльності підприємств займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені як І. О. Бланк, Є. В. Мних, А. Д. Бутко, О. Ю. Большакова, Г. О. Кравченко, М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатов, О. О. Гетьман, В. М. Шаповал, Д. Нортон, Р. Каплан, Г. В. Митрофанов, О. Кузмін, Н. Петришин, А. А. Мазаракі, Д. М. Пиеслінський, І. Д. Смолін, Л. М. Малярець, А. В. Штереверя, А. О. Міщенко, А. А. Пилипенко, О. М. Скібіцький, М. Портер та ін.

**Мета** дослідження полягає в розробці методичних підходів до аналізу конкурентоспроможності підприємств торгівлі відповідно до потреб аудиту.

**Матеріали та методи.** Інформаційна база статті представлена науковими працями вітчизняних та зарубіжних вчених, вітчизняними нормативно-правовими документами, статистичними даними. Основою дослідження є наукові методи: аналіз, синтез, порівняння, ідеалізація, абстрагування, систематизація та узагальнення.

**Результати дослідження.** Для оцінки конкурентоспроможності об'єкта слід використовувати систему методичного забезпечення, яка включає методичні прийоми внутрішнього фінансового, маркетингового та стратегічного аналізу. Саме цей підхід до формування методики дозволяє надати обґрунтовану інтегральну оцінку конкурентоспроможності підприємства.

**Висновки.** Необхідність застосування аналітичних процедур визначає потребу в ретельному дослідженні методики аналітичної оцінки конкурентоспроможності підприємств торгівлі відповідно до мети та завдань аудиту. Використання в аудиті методики аналізу конкурентоспроможності підприємств торгівлі спрямовано на підвищення його ефективності в умовах конкурентного середовища.

**Ключові слова:** підприємство, господарська діяльність, конкурентоспроможність, аудит, аналітичні процедури, рентабельність, ліквідність, фінансова стійкість.



УДК 336.025.12:339.92(477)

**КОСОВА Тетяна,**

д. е. н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Класичного приватного університету, м. Запоріжжя

**ШЕВЧЕНКО Володимир,**

головний спеціаліст Рахункової палати України

## **ВИЩИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

*Виокремлено стратегічні засади розвитку зовнішнього державного фінансового контролю в Україні в умовах підписання Угоди про асоціацію з ЄС. Систематизовано міжнародні стандарти для вищих органів фінансового контролю, до яких має приєднатися Україна. Узагальнено зміст рішень конгресів та робочих груп міжнародної та європейської організацій вищих органів фінансового контролю, які сприятимуть удосконаленню організації діяльності Рахункової палати України. Визначено зміст ініційованих міжнародних координованих видів аудиту.*

*Ключові слова:* державний фінансовий контроль, міжнародні стандарти, вищі органи фінансового контролю, координовані види аудиту.

*Косова Т., Шевченко В. Высший государственный финансовый контроль в условиях евроинтеграции Украины. Выделены стратегические основы развития внешнего государственного финансового контроля в Украине в условиях подписания Соглашения об ассоциации с ЕС. Систематизированы международные стандарты для высших органов финансового контроля, к которым должна присоединиться Украина. Обобщено содержание решений конгрессов и рабочих групп международной и европейской организаций высших органов финансового контроля, способствующих совершенствованию организации деятельности Счетной палаты Украины. Определено содержание инициированных международных координированных видов аудита.*

*Ключевые слова:* государственный финансовый контроль, международные стандарты, высшие органы финансового контроля, координированные виды аудита.

**Постановка проблеми.** Європейський вектор інтеграції України потребує реформування управління державними фінансами у сфері бюджетної політики, внутрішнього контролю та зовнішнього аудиту. Статтею 346 Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС) передбачено, що співробітництво в галузі управління державними фінансами спрямовується на забезпечення розвитку бюджетної політики і надійних систем внутрішнього контролю та зовнішнього аудиту, що базуються на міжнародних стандартах, а також відповідають основоположним принципам підзвітності, прозорості, економності, ефективності та результативності [1]. Пріоритетами розвитку галузі

зовнішнього аудиту є імплементація стандартів та методик Міжнародної організації вищих органів фінансового контролю (*The International Organization of Supreme Audit Institutions, INTOSAI*), а також обмін найкращими практиками ЄС у галузі зовнішнього контролю та аудиту державних фінансів. Оскільки Рахункова палата є вищим органом фінансового контролю, адже здійснює зовнішній контроль, то розширення її повноважень підсилить положення парламенту та контрольно-наглядової гілки влади в Україні [2, с. 12]. Окрім цього, сам бюджетний устрій країни має бути заснований на принципах єдності, повноти, реальності, гласності і самостійності всіх бюджетів, що входять до бюджетної системи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемні аспекти організації державного фінансового контролю знаходяться в сфері наукових інтересів багатьох учених. Ю. Б. Слободяник акцентує увагу на тому, що під час аналізу фінансування та виконання програм секторальної бюджетної підтримки ЄС встановлено факт не повного забезпечення та своєчасного використання цих коштів [3, с. 117]. Для належного виконання своїх повноважень Рахункова палата повинна мати розгалужену організаційну структуру й відповідний штат фахівців. Поділяємо думку О. Койчевої, що відсутність у Рахункової палати України повноважень щодо застосування заходів впливу до учасників, особливо до порушників бюджетного процесу, негативно впливає на ефективність її діяльності [4, с. 278].

Зазначене питання досить полемічне, дискусійне і потребує ретельного підходу до розгляду, адже має йтися про ризики недопущення перетворення Рахункової палати на черговий фіскальний орган. У цьому аспекті повноваження повинні спрямовуватися на посилення відповідальності об'єктів перевірок за виконанням рішень Рахункової палати та усунення причин бюджетних правопорушень.

**Метою** статті є визначення пріоритетів розвитку галузі зовнішнього аудиту та стратегічних завдань із удосконалення організації вищого державного фінансового контролю в умовах євроінтеграції України.

**Матеріали та методи.** Системний підхід використано при розкритті сутності зовнішнього державного фінансового контролю, методи стандартизації – для вдосконалення регламентного забезпечення діяльності Рахункової палати України, наукового абстрагування і синтезу – при обґрунтуванні напрямів підвищення ефективності організації діяльності вищого органу державного фінансового контролю. Інформаційною базою стали праці вітчизняних науковців, офіційні документи Рахункової палати України та *EUROSAI*.

**Результати дослідження.** Інститут зовнішнього аудиту – це система зовнішнього незалежного контролю від імені суспільства за діяльністю держави з управління національними ресурсами країни, в якому проявляються такі конституційні засади діяльності держави як демократизм, відкритість влади, пріоритет прав людини у громадянському суспільстві [5, с. 159]. При цьому, органи влади мають сприяти відкритості зовнішнього контролю, оскільки висновок аудитора є ефективним

механізмом легітимізації соціально-економічних рішень держави. Розвинутий зовнішній аудит – дієвий інструмент для зниження інформаційної асиметрії у відносинах громадянського суспільства і держави, що допомагає підвищувати ефективність роботи держапарату в цілому.

Закон України «Про Рахункову палату» (частина друга статті 4) встановлює, що державний зовнішній фінансовий контроль (аудит) забезпечується Рахунковою палатою шляхом здійснення фінансового аудиту, аудиту ефективності, експертизи, аналізу та інших контрольних заходів [6]. Фінансовий аудит полягає у перевірці, аналізі та оцінці правильності ведення, повноті обліку та достовірності звітності щодо надходжень і витрат бюджету, встановленні фактичного стану справ про цільове використання бюджетних коштів, дотриманні законодавства при здійсненні операцій з бюджетними коштами. Аудит ефективності є самостійною оцінною формою в системі державного фінансового контролю, що включає дослідження ефективності використання бюджетних коштів, ухвалення рішень у сфері управління державними ресурсами; виконання державних програм (функцій); використання державних фінансових ресурсів.

Рахункова палата України активно впроваджує аудит ефективності як один із найбільш перспективних і соціально значущих видів контрольної діяльності, що відображено в її внутрішніх регламентах, планах роботи та річних звітах. Відповідно до міжнародних стандартів аудит ефективності і фінансовий аудит є найважливішими формами зовнішнього державного фінансового контролю. Метою аудиту ефективності є оцінка використання бюджетних коштів з точки зору економності, продуктивності та результативності. Обов'язковою умовою його проведення є визначення критеріїв оцінки очікуваних результатів і оцінки досягнення запланованих цілей. Враховуючи багатогранність категорії «ефективність», критерії можуть носити економічний, соціальний, технічний, технологічний, управлінський характер і відбивати прямі та кінцеві соціальні результати діяльності об'єктів аудиту.

Закон України «Про Рахункову палату» у редакції 2015 р. покликаний посилити роль даного відомства, якому належить стати основним контролером за публічними фінансами, у тому числі за рахунок визначення такого напрямку як надходження до державного бюджету податків, зборів, обов'язкових платежів та інших доходів, включаючи адміністрування контролюючими органами таких надходжень [7, с. 151]. Визнаючи прогресивний характер прийнятого законодавчого акта в цілому, слід указати, що він водночас обмежує можливості для попередження корупції у сфері використання публічних коштів. Аргументами на користь цієї тези є: нечітке визначення статусу Рахункової палати як вищого органу фінансового контролю (аудиту), що суперечить міжнародним стандартам; обмежена сфера охоплення контрольними заходами з боку Рахункової палати публічних фінансів; відсутність у переліку повноважень аудиту відповідності, який поряд із фінансовим аудитом і аудитом ефективності є однією з основних форм контролю; поверхневий опис процедури проведення

конкурсу на посаду членів Рахункової палати, призначення та припинення їх повноважень відповідно до досвіду провідних європейських країн; невизначеність періодичності та строків проведення заходів державного зовнішнього фінансового контролю та питань незалежного підтвердження або аудиту фінансової та бюджетної звітності розпорядників бюджетних коштів. Вадами недосконалого правового статусу Рахункової палати України є: асиметрія та недостовірність інформації, яку отримують органи державного управління, відповідальні за формування та реалізацію бюджетної політики; обмеженість санкцій до об'єктів контролю за виявлені порушення та можливості вимоги їх негайного усунення. У разі виявлення на об'єкті контролю ознак кримінального або адміністративного правопорушення Рахункова палата інформує про них відповідні правоохоронні органи. Такий підхід є правильним, оскільки завданням реформи органу парламентського контролю у сфері фінансів має бути не перетворення його в черговий фіскальний орган, а посилення його незалежності з метою надання державі та суспільству достовірної оцінки ефективності витрачання публічних коштів.

Рахункова палата у своїй діяльності повинна застосовувати міжнародні стандарти для вищих органів фінансового контролю (*The International Standards of Supreme Audit Institutions, ISSAI*), стандарти *INTOSAI*, організації вищих органів фінансового контролю Європи (*European Organization of Supreme Audit Institutions, EUROSAI*) в частині, що не суперечить Конституції та законам України та здійснювати внутрішній аудит діяльності своїх структурних підрозділів.

Рахункова палата України активно співпрацює з *INTOSAI* та *EUROSAI*. Її делегація брала участь у XXII Конгресі *INTOSAI*, що відбувся 5–11 грудня 2016 р. (м. Абу-Дабі, Об'єднані Арабські Емірати). На ньому підбито підсумки діяльності міжнародної спільноти вищих органів фінансового контролю (*ВОФК*) за трирічний цикл, напрацьовано ідеї і плани на наступний період, обговорено такі теми: «Яким чином *INTOSAI* може сприяти виконанню Порядку денного ООН з питань сталого розвитку до 2030 р., включаючи належне управління та посилення боротьби з корупцією», «Професіоналізація: що може підвищити довіру до *INTOSAI* та зробити її більш авторитетною міжнародною організацією», «Портфель програм *IDI* з інституційного розвитку на 2016–2018 роки» [8]. Аббревіатура *IDI* (*INTOSAI Development Initiative*) означає ініціативи з розвитку *INTOSAI*. На Конгресі було затверджено Стратегічний план розвитку *INTOSAI* на 2017–2022 рр. та схвалено нові редакції низки міжнародних стандартів *ISSAI* щодо кодексу етики та загальних керівних принципів аудиту ефективності.

Рахункова палата впродовж багатьох років є активним членом робочої групи *EUROSAI* з аудиту навколишнього середовища (*Working Group on Environmental Auditing, WGEA*). У рамках презентації свого функціонування Рахункова палата України представила основні результати діяльності робочої групи *EUROSAI* з аудиту коштів, виділених на попередження і ліквідацію наслідків катастроф, яку вона очолює. До складу робочої групи на кінець 2016 р. входили 18 постійних членів

(ВОФК Азербайджану, Албанії, Білорусі, Болгарії, Вірменії, Грузії, Італії, Казахстану, Латвії, Литви, Молдови, Польщі, Росії, Румунії, Сербії, Туреччини, України, Європейського суду аудиторів), а також два спостерігачі – ВОФК Естонії та Угорщини [9]. На XLIV засіданні Ради керуючих *EUROSAI* 13–14 червня 2016 р., м. Люксембург (Велике Герцогство Люксембург), у якому брала участь делегація Рахункової палати України, учасники заходу обговорили питання підготовки Стратегічного плану *EUROSAI* на 2017–2023 рр., заслухали звіт про діяльність *EUROSAI* у 2015 р., річні звіти цільових, робочих та спеціальних груп організації, розглянули фінансові питання, а також затвердили рішення про надання фінансових субсидій з бюджету *EUROSAI* тощо [9–10]. Рахунковою палатою України було ініційовано проведення міжнародного координованого аудиту у рамках робочої групи щодо попередження та ліквідації наслідків повеней, землетрусів, лісових пожеж, поводження з відходами та їх утилізації. У межах діяльності робочої групи проводиться робота з ведення бази даних аудиту природних і техногенних катастроф в Європі та бази знань сфери запобігання та ліквідації наслідків катастроф.

У рамках XIV засідання *EUROSAI WGEA* та її Наглядового комітету 27–29 вересн. 2016 р. в м. Скоп'є (Республіка Македонія) відбувся навчальний семінар «Аудит сталого розвитку», під час якого делегація ВОФК України ознайомила членів робочої групи з досвідом участі в міжнародному координованому аудиті. Найбільш важливе значення для України мають домовленості про здійснення міжнародного координованого аудиту транскордонного біосферного резервату «Східні Карпати» за участі ВОФК Польщі, Словаччини та України. У квітні 2016 р. в м. Люблін (Республіка Польща) керівники ВОФК Білорусі, Польщі й України підписали Спільне комюніке про результати міжнародного координованого аудиту захисту від забруднення вод басейну ріки Західний Буг (аудит виконання рекомендацій), мета якого – оцінка впровадження рекомендацій ВОФК, прийнятих у 2006 р. за результатами міжнародного координованого аудиту «Захист від забруднення вод басейну річки Західний Буг». На постійній основі Рахункова палата України здійснює щорічний моніторинг виконання рекомендацій міжнародного координованого аудиту Чорнобильського фонду «Укриття». Під головуванням Рахункової палати України та за підтримки Рахункової палати Азербайджанської Республіки 6–7 квітн. 2016 р. в м. Баку (Азербайджанська Республіка) відбулося II засідання робочої групи, в якому брали участь представники чотирнадцяти вищих органів фінансового контролю. У його рамках відбувся семінар на тему «Практичне використання ВОФК міжнародних стандартів *INTOSAI* серії 5500–5599 «Керівні принципи щодо аудиту допомоги у зв'язку з катастрофами: ризики шахрайства і корупції, використання нових методів отримання даних», на який було запрошено міжнародних експертів з ВОФК Республіки Індонезія, Королівства Нідерланди та Турецької Республіки. Учасники семінару ознайомилися з зазначеними стандартами та їх особливостями, поділилися досвідом та проблемами

розроблення методології у сфері катастроф, а також надали можливості застосування їх у практичній діяльності ВОФК [9].

Серйозним викликом процесу наближення до європейських стандартів як для Рахункової палати, так і для уряду України в тісній співпраці з Міністерством фінансів, є також питання імплементації вимог міжнародних стандартів *INTOSAI GOV* 9100-9199 щодо загальної основи (вимог і цілей) для систем внутрішнього контролю, в т. ч. стосовно звітування про ефективність роботи внутрішнього контролю та його оцінки, забезпечення підґрунтя для підзвітності в урядуванні, управлінні ризиками в установі, принципів незалежності внутрішнього аудитора, кооперації та координації між зовнішніми і внутрішніми аудиторами в публічному секторі [11, с. 119].

На XI засіданні робочої групи *EUROSAI* з аудиту інформаційних технологій (ІТ), що відбулося 1–4 червн. 2016 р. в м. Прага (Чеська Республіка), розглянуто функціонування та наповнення комплексу баз даних аудиту вищих органів фінансового контролю *EUROSAI*. На засіданні дискутували з питань підготовки аудиту та аудиторів ІТ, доступу до баз даних електронних систем об'єктів перевірки, визначення ефективних методів аналізу даних, які повинні застосовуватися при фінансовому аудиті та аудиті ефективності. Результатом засідання стало прийняття намірів щодо обговорення проекту загальної методики проведення аудиту інформаційних технологій для запровадження в європейських вищих органах фінансового контролю [9].

Під час щорічного засідання цільової групи 2 *EUROSAI* «Професійні стандарти» 3–4 листоп. 2016 р. в м. Бонн (ФРН) порушувалися питання співпраці з Комітетом *INTOSAI* з професійних стандартів та Європейською конфедерацією інститутів внутрішнього аудиту, а також підготовки до X Конгресу *EUROSAI* на тему «Імплементація Міжнародних стандартів вищих органів фінансового контролю (МС ВОФК), виклики та їх вирішення», проведеного в Туреччині у травні 2017 р. [9].

Учасники засідання цільової групи 3 *EUROSAI* «Обмін знаннями» 14–17 листоп. 2016 р. в м. Індржихув-Градец (Чеська Республіка) підсумували роботу групи за звітний період та розглянули подальшу роботу. В рамках обміну знаннями представник Рахункової палати України презентував звіт про діяльність робочої групи *EUROSAI* з аудиту коштів, виділених на попередження та ліквідацію наслідків катастроф [9].

Пріоритетним напрямом діяльності Рахункової палати України є налагодження співпраці в рамках Контактного комітету ВОФК країн – членів ЄС та Європейського суду аудиторів. Його питання порушувалися в ході переговорів Рахункової палати з Вищою палатою контролю Республіки Польща 21 квітн. 2016 р. у м. Люблін (Республіка Польща), під час яких українська делегація підтвердила зацікавленість у поглибленні співпраці з Контактним комітетом разом із ВОФК Молдови та Грузії [9].

Співпраця Рахункової палати України з міжнародними організаціями, проектами і програмами технічної допомоги сприяє інституційному розвитку Рахункової палати, вдосконаленню нормативно-правової

бази з урахуванням світового досвіду, підвищенню кваліфікації її працівників шляхом участі у навчальних заходах. За участю Рахункової палати, Представництва ЄС в Україні та Центру адаптації державної служби до стандартів ЄС Національного агентства України з питань державної служби було розроблено та узгоджено технічне завдання проекту *Twinning (Twinning Fiche)* [12]. *Twinning* – це інструмент інституційного співробітництва Європейського Союзу між державними органами країн-членів ЄС та країн-бенефіціарів, які отримують технічну допомогу. Його було вперше використано у 1998 р. для надання допомоги країнам-кандидатам на вступ до ЄС у досягненні необхідного рівня навичок та досвіду для впровадження законодавства ЄС та забезпечення його виконання за принципом «рівний-рівному». Метою проекту *Twinning* є вдосконалення адміністративної спроможності органу державної влади країни-бенефіціара шляхом навчання кадрів, реорганізації структури, а також наближення національних нормативно-правових актів та стандартів якості до законодавства та стандартів країн-членів ЄС.

Два лідери проекту (один зі сторони країни-члена ЄС, другий – від країни-бенефіціара) та постійний радник проекту (ПРП) становлять його опору. ПРП має бути відряджений із країни-члена ЄС до державного органу бенефіціара на весь термін реалізації проекту та координувати його діяльність. Робочий план проекту зазвичай передбачає короткострокові місії експертів із країн-членів ЄС, різноманітні семінари, тренінги, навчальні поїздки та консультування тощо. Сутність інструмента *Twinning* полягає у навчанні через впровадження та обмін найкращих практик.

У контексті виконання задач євроінтеграції важливе значення має взаємодія між Рахунковою палатою та Німецьким товариством міжнародного співробітництва (*Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, GIZ*). Згідно з Планом заходів із реалізації співробітництва між Рахунковою палатою України та *GIZ* на 2016–2017 роки у рамках проекту «Підтримка реформи управління державними фінансами» було проведено пілотний проект, за результатами якого розпочато роботу з підготовки посібника з питань фінансового аудиту та аудиту ефективності. Рахункова палата України бере активну участь у навчальних заходах, організованих під егідою *IDI INTOSAI* та азійської (*Asian Organization of Supreme Audit Institutions, ASOSAI*) організацій вищого державного фінансового контролю зі спільного аудиту за напрямом «Аудит управління при катастрофах» [12].

**Висновки.** У сучасних умовах пріоритетами розвитку галузі зовнішнього аудиту в Україні є: застосування міжнародних стандартів для вищих органів фінансового контролю, стандартів міжнародної організації вищих контрольних органів, організації вищих органів фінансового контролю Європи. Стратегічними завданнями є: сприяння сталому розвитку держави, боротьба з корупцією, поширення етики та загальних керівних принципів аудиту ефективності, інституціональне становлення системи вищого державного фінансового контролю.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Міжнародний документ від 30.11.2015 № 984\_011. URL : [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011).
2. Крутевич М. М. Конституційно-правові основи діяльності Рахункової палати в Україні. Окремі аспекти. Юридична наука. 2015. № 7. С. 7–13.
3. Слободяник Ю. Б. Перспективи розвитку Рахункової палати України як вищого органу державного аудиту. Фінанси України. 2015. № 3. С. 114–126.
4. Койчева О. Взаємна відповідальність у діяльності Рахункової палати. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2015. Vol. 2. Iss. 2. С. 275–281.
5. Шпитко М. М. Проблемні питання та напрями удосконалення державного фінансового аудиту, що здійснюється Рахунковою палатою України. Наук. вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. Серія : Право. 2015. Вип. 232. С. 156–161.
6. Про Рахункову палату : Закон України від 02.07.2015 № 576-VIII. Відом. Верховної Ради. 2015. № 36. Ст. 360. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/576-19>.
7. Фукс Н. А., Уложенко В. М. Діяльність Рахункової палати України в контексті нового Закону «Про Рахункову палату». Наук. часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 18 : Економіка і право. 2015. Вип. 30. С. 145–154.
8. IDI-EUROSAI meeting at the 22nd INCOSAI. URL : <http://www.eurosai.org/ru/calendar-and-news/news/IDI-EUROSAI-meeting-at-the-22nd-INCOSAI>.
9. Звіт Рахункової палати за 2016 рік. URL : [http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16751480/Zvit\\_RP\\_2016.pdf](http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16751480/Zvit_RP_2016.pdf).
10. Звіт Рахункової палати за 2015 рік. URL : [http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16748714/Zvit\\_RP\\_2015.pdf](http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16748714/Zvit_RP_2015.pdf).
11. Невідомий В. І. Розвиток інституційної спроможності Рахункової палати України як незалежної державної аудиторської установи. Фінанси України. 2016. № 1. С. 116–125.
12. Twinning Project Fiche. URL : [https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/tenders/twinning\\_en](https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/tenders/twinning_en).

Стаття надійшла до редакції 10.02.2018.

***Kosova T., Shevchenko V. Supreme state financial control in the conditions of European integration of Ukraine.***

***Background.*** The European vector of integration of Ukraine requires the reform of public finance management in the area of the budgetary policy, internal control and external auditing. Article 346 of the Association Agreement between Ukraine and the European Union (EU) stipulates that cooperation in the field of public finance management is aimed at ensuring the development of budgetary policy and sound internal control and external auditing systems based on international standards, and are consistent with the fundamental principles of accountability, transparency, economy, efficiency and effectiveness.

***Analysis of resent researches and publications.*** Problematic aspects of the organization of state financial control are in the field of scientific interests of many scientists. The main ones include incomplete provision and timely use of budget funds, the lack of powers of the Accounting Chamber of Ukraine to apply measures of influence to violators of the budget process. The analysis of funding and the implementation of the programs of sectorial budget support of the European Union has established the fact of insufficient provision and timely use of these funds.

The ***aim*** of the article is to determine the priorities for the development of the external auditing industry and the strategic tasks for improving the organization of supreme state financial control in the conditions of European integration of Ukraine.



**Materials and methods.** *The system approach is used when disclosing the essence of the external state financial control, standardization methods – to improve the regulatory support of the Accounting Chamber of Ukraine, scientific abstraction and synthesis – in substantiating the directions of increasing the efficiency of the organization of the supreme body of state financial control.*

**The results of the research.** *The Institute of External Auditing is a system of external, independent control on behalf of society on the activities of the state on the management of national resources of the country, which manifests the following constitutional principles of state activity, such as democracy, openness of power, the priority of human rights in civil society. At the same time, the authorities should promote the openness of external control, as the auditor's conclusion is an effective mechanism for the legitimization of socio-economic decisions of the state. Besides, developed external auditing is an effective tool for reducing information asymmetry in civil society and state relations, and at the same time, it contributes to improving the efficiency of the state apparatus as a whole.*

**Conclusion.** *In modern conditions, the priorities of the development of the external auditing industry in Ukraine are: application of international standards for supreme financial control bodies, standards of the international organization of the supreme control bodies, organization of the supreme financial control bodies of Europe. The strategic tasks are: promoting sustainable development of the state, combating corruption, dissemination of ethics and general guidelines for performance auditing, institutional formation of the system of supreme state financial control.*

**Keywords:** state financial control, international standards, supreme bodies, type of coordinated audits.

## REFERENCES

1. Uгода pro asociaciju mizh Ukrai'noju, z odnijej' storony, ta Jevropejs'kym Sojuzom, Jevropejs'kym spivtovarystvom z atomnoi' energii' i i'hnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi' storony : Mizhnarodnyj dokument vid 30.11.2015 № 984\_011. URL : [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011).
2. Krutevyh M. M. Konstytucijno-pravovi osnovy dijial'nosti Rahunkovoi' palaty v Ukrai'ni. Okremi aspekty. Jurydychna nauka. 2015. № 7. S. 7–13.
3. Slobodjanyk Ju. B. Perspektyvy rozvytku Rahunkovoi' palaty Ukrai'ny jak vyshhogo organu derzhavnogo audytu. Finansy Ukrai'ny. 2015. № 3. S. 114–126.
4. Kojcheva O. Vzajemna vidpovidal'nist' u dijial'nosti Rahunkovoi' palaty. Evropsky politicky a pravni diskurz. 2015. Vol. 2. Iss. 2. S. 275–281.
5. Shpytko M. M. Problemni pytannja ta naprjamy udoskonalennja derzhavnogo finansovogo audytu, shho zdijnsjujet'sja Rahunkovoju palatoju Ukrai'ny. Nauk. visn. Nac. un-tu biosursiv i pryrodokorystuvannja Ukrai'ny. Serija : Pravo. 2015. Vyp. 232. S. 156–161.
6. Pro Rahunkovu palatu : Zakon Ukrai'ny vid 02.07.2015 № 576-VIII. Vidom. Verhovnoi' Rady. 2015. № 36. St. 360. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/576-19>.
7. Fuks N. A., Ulozhenko V. M. Dijal'nist' Rahunkovoi' palaty Ukrai'ny v konteksti novogo Zakonu «Pro Rahunkovu palatu». Nauk. chasopys NPU im. M. P. Dragomanova. Serija 18 : Ekonomika i pravo. 2015. Vyp. 30. S. 145–154.
8. IDI-EUROSAI meeting at the 22nd INCOSAI. URL : <http://www.eurosai.org/ru/calendar-and-news/news/IDI-EUROSAI-meeting-at-the-22nd-INCOSAI>.
9. Zvit Rahunkovoi' palaty za 2016 rik. URL : [http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16751480/Zvit\\_RP\\_2016.pdf](http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16751480/Zvit_RP_2016.pdf).
10. Zvit Rahunkovoi' palaty za 2015 rik. URL : [http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16748714/Zvit\\_RP\\_2015.pdf](http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16748714/Zvit_RP_2015.pdf).
11. Nevidomyj V. I. Rozvytok instytucijnoi' spromozhnosti Rahunkovoi' palaty Ukrai'ny jak nezaleznoi' derzhavnoi' audytors'koi' ustanovy. Finansy Ukrai'ny. 2016. № 1. S. 116–125.
12. Twinning Project Fiche. URL : [https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/tenders/twinning\\_en](https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/tenders/twinning_en).

UDC 368.91

**BALA Renu,**

Dr., PhD, Department of Business Economics,  
Institute of Insurance and Risk Management, Hyderabad, India

**SRIMANNARAYANA Gajula,**

Department of Actuarial Sciences,  
Institute of Insurance and Risk Management, Hyderabad, India

**MEHTA Timsy,**

Dr., Assistant Professor, Department of Journalism & Mass Communication, Chaudhary  
Devi Lal University, Sirsa India

## THE PERCEPTION OF LIFE INSURANCE BY THE POPULATION OF HYDERABAD

*The study focuses on the people of Hyderabad and intends to map out their inclination towards buying the products and services of public and private insurers. A survey was conducted among 200 respondents and the obtained data were treated to find out the perceptions related to various parameters for buying the life insurance policy. The results of data analysis revealed that the respondents used to perceive such policies as a future protection tool and preferred public life insurers over private ones. Among the eight investment options which were supposed to be available to them, life insurance was ranked fourth while first three being bank deposit, real estate, and equity respectively.*

*Keywords:* India, life insurance; perception of consumers; investment preferences; survey based Study.

*Бала Р., Сриманнараяна Г., Мехта Т. Восприятие населением Хайдебада страхования жизни. Исследования проведены среди жителей г. Хайдебада с целью определения спроса услуг государственного и частного страхования. Опросом было охвачено 200 респондентов. Полученные данные рассматривались на предмет анализа восприятия, связанного с разными требованиями покупателей полисов страхования жизни. Результаты анализа данных показали, что респонденты воспринимали государственную социальную политику как инструмент будущей защиты и предпочли государственное страхование частному. Из восьми вариантов инвестирования, доступных для населения, страхование жизни заняло четвертую позицию, а к первым трем отнесены были соответственно банковский депозит, недвижимость и частный капитал.*

*Ключевые слова:* Индия, страхование жизни, потребительский спрос, инвестиционное предпочтение, социологический опрос.

**Background.** There are evidences indicating that the survival of any organization depends on its acceptance by customers. These days life insurers in India are facing tough competition due to liberalization. Here,

---

© Bala R., Srimannarayana G., Mehta T., 2018

customers are the real pillars of the success of a life insurer [1]. In such competitive situation, the existence and growth of the insurer will depend on its consumer's satisfaction and perception [2]. Then, it is helpful for an insurer to be familiar with the perception of customers in order to out beat the competitors and to gain the customer's goodwill [3]. Insurance is a unique services industry [4]. The role of life insurance in the wellbeing of the policyholders can be easily interpreted as it protects them against the risks of life such as untimely demise [5]. According to the annual report of Insurance Regulatory and Development Authority of India (IRDAI) at the international level, Indian life insurance business has been ranked 10<sup>th</sup> among the 88 countries during the year 2015 [6]. The huge population of India still does not have any life insurance coverage. In this regard; Finance Minister advised the insurers to make simple products for the Indian masses because a simple product will gain more response [7]. On the other side; private insurers along with the world market experience; issue various policies to attract the Indian consumers; yet failed to get the market [8]. The objective of this study is to examine the perception of people towards life insurance market in terms of life insurers, their products, and services.

**The analysis of recent research and publications.** Das [9] examined the behavior of the retail investors based on the comparative choice between life insurance and the mutual fund, with the sample size of 100 respondents (who had invested in both options) from Cuttack and Bhubaneswar; based on simple random sampling technique. The data were collected through structured telephonic interviews and percentage, Chi-square, two-way analysis of variance (ANOVA), rank correlation, Z test and Kendall's concordance test; statistical tools were used for data analysis. The study findings stated that majority of the respondents preferred to invest in life insurance compared to mutual fund. Most of the respondents said that the public life insurer was better than the private.

Sahu and Pandey [8] evaluated the influencing factors of consumer perceptions about investment in life insurance, with the sample size of 150 respondents in Gwalior, based on purposive sampling technique. The data were collected through structured questionnaires and statistical tools namely factor analysis, Z test and correlation were used for data analysis. The study found the six factors as insurer loyalty, service quality, ease of procedures, satisfaction level, insurer image, and insurer-client relationship.

Singh [7] examined the perception of the consumer in the insurance sector, with the sample size of 1947 respondents across 334 cities/towns from all states and union territories of India, based on multistage sampling technique. The data were collected through structured questionnaires, line and bar charts; statistical tools were used for data analysis. The study findings stated that majority of the respondents (66,38 %) preferred LIC for life insurance and the rest of the respondents preferred other insurers. It was also found that majority of the respondents (35,70 %) had invested in life insurance due to risk coverage, 32,43 % respondents pursued life insurance

policies for tax saving, and 19,65 % respondents found it is an easy way to invest. Negi and Singh (in 2012) examined the factors influencing the purchase of life insurance products, with the sample size of 613 from Uttarakhand, based on purposive sampling technique. The data were collected through structured questionnaires, factor analysis, and ANOVA; statistical tools were used for data analysis. The study found the following factors: product quality and brand image, service quality, customer friendliness, brand loyalty and commitment to the consumers, where the product quality and brand image came up as the highest-ranking factors.

Yadav [1] examined the factors influencing the customer investment decision in life insurance policies, with the sample size of 150 policyholders from Jabalpur, based on purposive sampling technique. The data were collected through structured and direct interview. The chi-square, correlation, weighted average score statistical tools were used for data analysis. The study found that the age group between 30–40 years was more interested in buying life insurance policy compared to other age groups. Along with, it was also observable that the most of policyholders (54,6 %) preferred public life insurer; sensing that public insurers were safer than the private ones.

Khurana [10] examined the difference between customer expectations and perceptions towards service quality of life insurers, using the sample size of 200 from Hissar, based on quota sampling technique. The data were collected through structured questionnaires & percentage factor analysis; paired sample test statistical tools were used for data analysis. The study used seven factors which were extracted from the respondent's responses (i.e., tangibility, credibility, competency, empathy, reliability, responsiveness and assurance). The study concluded that there was a significant difference in the customer's expectations and perceptions towards the service quality of life insurers; it was the highest in the case of competency.

Stroe and Iliescu [11] analyzed the perception and attitudes of students (between 20–30 years) regarding the necessity of insurances and insurance market, using the sample size of 100 from Italy based on purposive sampling technique. The data were collected through structured questionnaires; percentage and pie-charts statistical tools were used for data analysis. The study concluded that students found an insurance policy useful, but due to the lack of money they did not purchase insurance policies. It was also seen that majority of students would purchase insurance policies due to the feeling of trust and security that insurance created; they wished to protect their families if they had the money to purchase insurance.

Nisamudheen [3] examined the customer perception about life insurers with the reference of LIC and HDFCSL, with the sample size of 100 respondents (i.e. 50 policyholders from LIC and 50 from HDFC) from Malappuram district, Kerala based on random sampling technique. The data were collected through personal interviews; percentage, weighted average, analysis of variance, and Chi-square test; statistical tools were used for data

analysis. The study found that there was a significant difference between the service level perception of LIC and HDFCSL customers. In LIC 48 % of customers opined that its services were good and in HDFCSL 40 % of customers found the services good. The study also found that the agents were the main sources of information for consumers (50 % respondents in LIC and 30 % in HDFCSL).

Sandeep [5] examined the factors that influenced the consumer perception towards life insurance policies, with the sample size of 100 respondents from Amritsar, Ludhiana, and Chandigarh based on stratified and purposive sampling technique. The data were collected through structured questionnaires; percentage and factor analysis statistical tools were used for data analysis. The study listed the six factors as customized and timely services, better insurer reputation, effective service quality, customer convenience, tangible benefits, and healthy insurer-customer relationship.

Shubhada [2] observed the level of satisfaction of the policyholders based on services provided by LIC to them, using the sample size of 205 from Jalgaon based on convenience sampling technique. The data were collected through structured questionnaires, satisfaction index (conducted based on the response given) and statistical tools were used for data analysis. The study found that high satisfaction was for the issue of the policy document, prompt services and transparency in dealing. The other side, satisfaction was found low for accessing the information through call centers and for educating the customers about the services.

After reviewing the extant literature for life insurance available for the researcher, it was pointed out that no study had been conducted in Hyderabad so far. Therefore, the present study intends to fill that gap. By doing so, the current study is helpful in two disciplines. Firstly, the study aims at understanding the consumer's perceptions towards life insurers and the quality of product and service offered by them. Secondly, this study contributes to the growing review of literature for the insurance sector.

The **aim** of the study is organized into different sections. The literature review section follows the introduction.

**Materials and methods.** This study was conducted with 200 respondents who were selected on the basis of their sufficient knowledge of insurance, in which 67,5 % respondents were males and the rest 32,5 % were females; moreover sample was dominated by the age group of 21–30 years with 77 %, followed by 31–40 years and above 40 years; with 13 % and 10 % respectively. Among those; 57 % were students and the rest 43 % were employees. Terrestrial area of the respondents was Institute of Insurance and Risk Management and Insurance Information Bureau of India, Hyderabad, where the headquarters of the IRDAI is situated.

To understand the perception about life insurance market, the study adopted a survey research design that used exploratory research type. The researcher used online structured questionnaires to collect the data from respondents and the respondents were selected on the basis of the non-probability purposive sampling technique.

The time-period of the data collection was 3 months from November 2016 to January 2017. The researcher explained the purpose of the research to each respondent through personal contact and made a request to seek clarification, in case they could not understand any part of the questionnaire after sending the questionnaires to them. Even though most of the respondents were able to understand the questions, some respondents sought clarifications; the same was clarified by the researcher. Further, to ensure the appropriateness of the responses at the time of answering the questionnaire, the respondents individually were given clear instruction and enough time to answer the same.

The collected data from the respondents were copied into the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for analysis. After that, the study has applied frequency and percentage as a statistical tool for data analysis. The results of the data analysis have been mentioned in the following section.

**The results of the research.** This study mainly focused on the perception of people about the life insurance market, concluding the seven factors that could influence their buying behavior. These were investment preference related to time, the decision of investment, the source of information, perception towards life insurance as a tool of future security, considering parameters at the time of buying policies, insurer's ownership preference, rationality behind investment and priority among eight investment options.

*Table 1* describes the investment preferences related to time, 41,5 % respondents preferred both short-term as well as long-term investment, followed by 28 % and 23,5 % respondents who had preferred long-term investments and short-term investments respectively. Moreover, it was also cleared from the table that 63,5 % respondents decided to invest after their family's opinion, followed by 33 % respondents who took the decision on their own. The remaining 3,5 % decided after the opinions of their relatives and friends.

*Table 1*

**Preference and Decision for Investment**

Preference for Investment			Decision for investment		
Variables	N*	%	Variables	N	%
Short-Term	47	23,5	Family	127	63,5
Long-Term	56	28,0	Myself	66	33,0
Both	97	48,5	Relative/Friends	7	3,5
Total	200	100,0	Total	200	100,0

\* (N) stands for a number of respondents.

*Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.*

*Table 2* illustrates that out of the total 200 respondents, 28 % respondents got the information at the time of buying life insurance policy through agents, followed by 23 % who obtained information through their own research, 20 % got it through their families, while 17 % got it through

friends/relatives and 12 % got it through advertisements and websites. Further, *Table 2* puts forward that 45,5 % respondents were satisfied with the online services of life insurers followed by 37 % those who didn't know about those online services. Among those, 10 % were highly satisfied and 6,5 % were unsatisfied. The remaining 1 % respondents were highly unsatisfied.

*Table 2*

**Source of Information and Satisfaction Level**

What is your source of information for buying a life insurance policy?			How much are you satisfied with online services provided by Life Insurers?		
Variables	N*	%	Variables	N	%
Own Research	46	23,0	Highly Satisfied	20	10,0
Agent	56	28,0	Satisfied	91	45,5
Friends/Relatives	34	17,0	I don't know	74	37,0
Family	40	20,0	Unsatisfied	13	6,5
Advertise/Websites	24	12,0	Highly Unsatisfied	2	1,0
Total	200	100,0	Total	200	100,0

\* (N) stands for a number of respondents.

*Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.*

*Table 3* shows that 86 % respondents accepted that the ownership of the life insurer held importance for them. Further, the table states that 81 % respondents wanted to choose the public life insurer instead of private in the life insurance market.

*Table 3*

**Does Ownership of the Life Insurer Matter to You?  
Which One Would You Choose?**

Does ownership of the insurer matter to you?			Which life insurer would you want to choose?		
Variables	N*	%	Variables	N	%
Yes	172	86,0	Public	162	81,0
No	28	14,0	Private	38	19,0
Total	200	100,0	Total	200	100,0

\* (N) stands for a number of respondents.

*Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.*

*Table 4* shows that at the time of buying life insurance policy the respondents want to review the various factors including the name and reputation of an insurer, the policy terms and conditions, bonus and interest, accessibility, and pre and post selling services of the insurer. Out of 200 respondents, 52,5 % said the name and reputation of the insurer, 50 % said the policy terms and conditions, 46,5 % said the bonus and interest, 43,5 % said the accessibility and 40 % said the pre and post selling services. In brief, the important factor was the name and reputation of the insurer.

Table 4

**Number of Parameters You Prefer at the Time of Buying Life Insurance Policy**

Variables	Premium		Policy Terms & Conditions		Name & Reputation		Bonus & Interest		Accessibility		Pre & Post Selling Services	
	N*	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1 <sup>st</sup>	78	39.0	100	50.0	105	52.5	93	46.5	87	43.5	80	40.0
2 <sup>nd</sup>	99	49.5	89	44.5	79	39.5	84	42.0	80	40.0	83	41.5
3 <sup>rd</sup>	3	1.5	4	2.0	3	1.5	9	4.5	4	2.0	10	5.0
4 <sup>th</sup>	7	3.5	3	1.5	3	1.5	4	2.0	7	3.5	6	3.0
5 <sup>th</sup>	13	6.5	4	2.0	10	5.0	10	5.0	22	11.0	21	10.5
Total	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0

\* (N) stands for a number of respondents.

Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.

Table 5

**Rationality behind the Investment in Life Insurance**

Variables	Individual Risk Coverage		Tax Benefit		Family Risk Coverage		Growth & Returns	
	N*	%	N	%	N	%	N	%
Rank								
1 <sup>st</sup>	47	23.5	23	11.5	103	51.5	34	17.0
2 <sup>nd</sup>	70	35.0	53	26.5	40	20.0	36	18.0
3 <sup>rd</sup>	51	25.5	46	23.0	40	20.0	61	30.5
4 <sup>th</sup>	32	16.0	78	39.0	17	8.5	69	34.5
Total	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0

\* (N) stands for a number of respondents.

Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.



Table 6

**Yours Investment Priority**

Options	Bond & Debenture		Equity Share		Bank Deposit		Life Insurance		Mutual Funds		Public Provident Fund		Real Estate		Others	
	N*	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1st	21	10.5	28	14.0	67	33.5	27	13.5	15	7.5	10	5.0	31	15.5	3	1.5
2nd	34	17.0	18	9.0	45	22.5	42	21.0	25	12.5	19	9.5	16	8.0	6	3.0
3rd	23	11.5	34	17.0	30	15.0	36	18.0	37	18.5	15	7.5	21	10.5	5	2.5
4th	30	15.0	24	12.0	20	10.0	33	16.5	34	17.0	29	14.5	18	9.0	14	7.0
5th	30	15.0	27	13.5	16	8.0	28	14.0	28	14.0	34	17.0	28	14.0	7	3.5
6th	28	14.0	29	14.5	11	5.5	13	6.5	36	18.0	34	17.0	33	16.5	15	7.5
7th	26	13.0	19	9.5	8	4.0	14	7.0	19	9.5	39	19.5	33	16.5	36	18.0
8th	8	4.0	21	10.5	3	1.5	7	3.5	6	3.0	20	10.0	20	10.0	114	57.0
Total	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0

\* (N) stands for a number of respondents.

Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.

Table 7

**Yours Perception about Life Insurance**

Variables	A Saving Tool		A Tax Saving Tool		A Future Protection Tool	
	N*	%	N	%	N	%
1 <sup>st</sup>	31	15.5	27	13.5	143	71.5
2 <sup>nd</sup>	95	47.5	71	35.5	31	15.5
3 <sup>rd</sup>	74	37.0	102	51.0	26	13.0
Total	200	100.0	200	100.0	200	100.0

\* (N) stands for a number of respondents.

Source: Primary data collected by author and analyzed with SPSS.

*Table 5* shows that 23,5 % respondents said the rationality behind the investment in life insurance was the individual risk coverage, 1,5 % said the family risk coverage, 17 % said the growth and return and 11,5 % said the tax benefit.

*Table 6* displays the eight investment options supposed to be available to the respondents. These were bond and debenture, equity, bank deposits, life insurance policies, mutual funds, public provident funds, real estate and others (i.e., gold and silver etc.). It was found that 33,5 % respondents gave the priority to bank deposits, 15,5 % gave to real estate investments, 14 % gave to equity, and 13,5 % gave to the life insurance policy. Apart from that, 10,5 % gave priority to the bond and debenture, 7,5 % gave to mutual funds, 5 % gave to public provident funds and 1,5 % gave to the other options.

*Table 7* shows that 71,5 % respondents perceived the life insurance as a future protection tool, while 15,5 % perceived as a saving tool and 13,5 % perceived as a tax saving tool.

First, related to the investment preference, most of the respondents gave their preference to the both types of investments, short-term as well as long-term. Next, a greater part of the respondents took their investment decision after their family's opinion. It is telling that such types of decisions primarily were administered by their families.

It was also found that agents were the main source of information for buying life insurance policy and the name and reputation of the insurer was a key factor. At the same time, people preferred the public life insurers over the private ones. That is an evidence of the goodwill for public life insurer and important role of the agent in the life insurance market.

As far as rationality behind the investment was concerned, it was found that most of the respondents perceived life insurance policy as a tool of family risk coverage. It means that the core function of the life insurers was occupying the exact perception of respondents. It is an evidence of the core competence of the life insurers in the financial market.

Among the given eight investment options, the life insurance was ranked fourth, first three being bank deposit, real estate, and equity respectively. Hence it is essential for the life insurers to do extra efforts to reach the level of bank deposits, which take the top spot among all the investment options.

**Conclusion.** Based on the result of data analysis it has been concluded that most of the respondents prefer to invest for both short-term as well as long-term and they invest only after consulting with appropriate being. Next, the role of the agent to get the information is crucial even in the age of the internet. In the life insurance market, the public life insurers are still dominating in terms of goodwill. Added to this, the name and reputation of an insurer is a key parameter for buying the life insurance policy. The main reason for the people to invest in life insurance is to cover

the risk of life. Among the eight investment options, the bank deposits are dominating the market.

As with any study of this nature, this study has its own limitations. First using the sample of students has advantages in terms of life stage of respondents, yet it fails to capture the complete real experience of the existing policyholders with life insurers. Second, this study was conducted with a small sample of Hyderabad; hence the results may not be generalized to other population. Despite the aforesaid limitations, it is the ever first study to be conducted on the perception of people towards life insurance market, especially in Hyderabad. Hence, this study has set the groundwork for the further researches.

## REFERENCES

1. Yadav B. and Tiwari A. A study on factors affecting customers investment towards life insurance policies. International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research. 2012. Vol. 1. Issue 7. P. 106–122.
2. Shubhada M. K. Service Quality and Customer Satisfaction: An Empirical Study of LIC Policyholders in Jalgaon District. Research Gate, February 2013. URL : [https://www.researchgate.net/publication/264501392\\_Service\\_Quality\\_and\\_Customer\\_Satisfaction\\_An\\_Empirical\\_Study\\_of\\_LIC's\\_Policyholders\\_in\\_Jalgaon\\_District](https://www.researchgate.net/publication/264501392_Service_Quality_and_Customer_Satisfaction_An_Empirical_Study_of_LIC's_Policyholders_in_Jalgaon_District).
3. Nisamudheen T. A Comparative Study of Customer Perception about Insurance Company with Special Reference to LIC and HDFC. Standard Life Policies. 2013. Vol. 2. № 1. P. 35–39.
4. Pranav S., Syed Roshana Farvin M., Dharmalingam M. Customers' Perception in Insurance Virtual Environment: A Study on Online Services. Pacific Business Review International. 2014. Vol. 7. Issue 1. P. 73–79.
5. Sandeep C. Consumer Perception Regarding Life Insurance Policies: A Factor Analytical Approach. Pacific Business Review International. Vol. 9. Issue 6. P. 52–61.
6. IRDAI Annual Report for 2015.
7. Singh B. K. An Empirical Study on Perception of Consumer in Insurance Sector. Indian Journal of Economy and Business. 2010. Vol. 9. Issue 1. P. 39–55.
8. Sahu P., Jauswal G., Pandey V. K. A Study of Buying Behavior of Consumers towards Life Insurance Policies. Aima Journal of Management & Research. 2009. Vol. 3. Issue 3. P. 1–10.
9. Das B., Mohanty S., Shil N.C. Mutual Fund vs . Life Insurance: Behavioral Analysis of Retail Investors. International Journal of Business and Management. 2008. Vol. 3. №10 P. 89–103.
10. Khurana S. Analysis of Service Quality Gap in Indian Banking Industry. European Journal of Commerce and Management. 2013. Vol. 12. Issue 3. P. 58–73.
11. Stroe M. A. and Iliescu M. Attitudes and Perception in Consumer's Insurance Decision. Global Economic Observer. Vol. 1. № 2. P. 922–930.

*Articles submitted to editor office of 10.01.2018.*

**Бала Р., Сріманнараяна Г., Мехта Т. Сприйняття населенням Хайдарабада страхування життя.**

**Постановка проблеми.** Практика показує, що соціальна підтримка населення державою – важливий фактор його розвитку. За даними річного звіту Індивідуального органу страхового регулювання та розвитку Індії (IRDAI), що

страхування життя в країні серед 88 країн світу у 2015 р. посідало 10 місце. Величезна кількість населення Індії все ще не має жодного полісу страхування життя. Міністр фінансів країни порадив страховикам створювати прості програми страхування народних мас. Сьогодні перед страховиками життя в Індії постають актуальні питання задоволення та сприйняття споживачем їх послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам вивчення попиту населення послуг страхових компаній індійські науковці присвячують велику кількість праць. Серед питань, які вони порушують – це: методика проведення соціологічних опитувань, впливові фактори сприйняття споживачами інвестицій у страхування життя, наповненість послугами страхового ринку. Поза увагою в цей час залишилася проблематика розвитку страхового ринку у м. Хайдарабаді.

**Метою** даного дослідження є вивчення сприйняття мешканцями м. Хайдарабада страхування життя як впливової умови формування попиту послуг страхових компаній.

**Матеріали та методи.** Дослідження проведено з 200 респондентів, яких відібрали на основі їх знань про страхування, серед яких 67,5 % респондентів були чоловіками, решта 32,5 % – жінки; у вибірці переважала вікова група 21–30 років (77 %), потім 31–40 років (13 %) та старше 40 років (10 %). Центром дослідження став Інститут страхування та управління ризиками у м. Хайдарабад, оскільки там розташована штаб-квартира Адміністрації з регулювання та розвитку страхування в Індії (IRDAI). Дослідники використовували онлайн-опитування для збору даних респондентів. Часовий період збирання даних становив 3 місяці, з листопада 2016 р. по січень 2017 р.

**Результати досліджень.** Дослідники вивчили дані щодо аналізу різних вимог та переваг покупців полісів страхування життя. У межі дослідження було вміщено такі аспекти: короткострокові та довгострокові терміни страхування, джерела інформації про умови страхування, рівень задоволення вимог споживачів страхових послуг, кількість параметрів, яким споживачі надають переваги, коли приймають рішення про страхування.

**Висновки.** Результати дослідження показали, що респонденти сприймають державну соціальну політику як інструмент захисту свого життя і надають перевагу саме державному страхуванню. Из восьми варіантів інвестицій, доступних для населення, страхування життя займає четверту позицію, поступаючись банківським депозитам, придбанню нерухомості та розвитку приватного бізнесу.

**Ключові слова:** Індія, страхування життя, споживчий попит, інвестиційні переваги, соціологічне опитування.

UDC 657.37(479.24)

**ORUCOV Vasif,**

Doctoral candidate of Azerbaijan State Agrarian University

## IMPROVING THE FINANCIAL REPORTING OF BUDGETARY ORGANIZATIONS OF AZERBAIJAN

*The issues of improving accounting and financial reporting in budget organizations of Azerbaijan are considered. Particular attention is paid to the automation of electronic financial reporting of an enterprise and its presentation to higher-level organizations online, as well as the organization of electronic financial control by treasury bodies, including electronic document circulation between budget organizations and the treasury body.*

*Keywords:* budget organization, software, electronic accounting, electronic financial reporting, electronic financial control, accounting standards, online mode, information quality.

*Оруджев В. Совершенствование финансовой отчетности бюджетных организаций Азербайджана. Рассмотрены вопросы совершенствования бухгалтерского учета и финансовой отчетности в бюджетных организациях Азербайджана. Акцентировано внимание на вопросах автоматизации процесса формирования электронной финансовой отчетности предприятиями, ее дальнейшего прохождения в вышестоящих организациях в онлайн-режиме, а также организации электронного финансового контроля казначейскими органами, включая электронный документооборот между бюджетными организациями и казначейским органом.*

*Ключевые слова:* бюджетная организация, программное обеспечение, электронный бухгалтерский учет, электронная финансовая отчетность, электронный финансовый контроль, стандарты бухгалтерского учета, онлайн-режим, качество информации.

**Background.** The current level of economic development in our country requires the improvement of accounting and financial reporting, which is one of the most important means of its management, at an appropriate level of development. In modern conditions, the process of improving accounting and financial reporting in accordance with the high level of civilized economic development continues in two adjacent aspects. One of these aspects is the wide and comprehensive use of modern computer technologies in the field of accounting and financial reporting in all areas of the economy, and other one is their improvement in accordance with the

requirements of international standards, more adaptive to the characteristics of a market economy. These two aspects of the development of accounting and financial reporting are also typical for budget organizations. The formation of an electronic system of accounting in budget organizations and, as a result, the widespread use of all attributes of electronic financial reporting, as well as the formation of electronic financial control based on them, is one of the pressing problems facing the development of accounting and financial reporting in this sector of the economy.

**Analysis of recent research and publications.** Various issues of improving accounting and financial reporting in budget institutions, as well as the organization of budget treasury control, have been investigated by many well-known economists, among them S. G. Borisova, L. V. Gusarova, T. Yu. Drujilovskaya, E. Drujilovskaya, G. Y. Kasyanova, T. S. Maslova, I. N. Tokarev and others [1–8]. In our country, the problems of improving accounting, financial reporting and treasury control have been studied by a number of economists, such as T. A. Abbasov, B. X. Atasov, B. A. Khan-kishiyev, Sh. H. Aliyev, S. M. Sabzaliyev, V. M. Quliyev, A. F. Mammadova, V. M. Mehdiyev [9–14]. However, the application of the electronic information system in this area has not been sufficiently investigated.

The **aim** of the article is to replenish the existing emptiness in this area and to investigate some issues of using electronic information developments in improving the current state of accounting, financial reporting and treasury control of budget organizations.

**Materials and methods.** In the course of the research, systematic approach, analysis and synthesis methods, as well as other methods of modern scientific research were used. The research database is composed of National Accounting Standards, International Financial Reporting Standards, Decisions and Guidelines issued by the Ministry of Finance, Electronic Financial Reporting Portal, and computerized accounting software for budget organizations.

**Results.** The organization of transparent financial control over the economic and financial activities of budget organizations is more important than in other organizations and institutions that are accounting entities, recalled in Article 1, the Law of the Republic of Azerbaijan «On Accounting» [15; p. 3]. Since the funds spent in budget organizations are budget funds of the state and part of the national wealth of the country. In the transparent financial control the important role is played by the information generated in the process of accounting and reflected in the forms of financial reporting. Without such information, it is impossible to organize transparent financial control over the economic and financial activities of the organization.

In budget organizations, accounting and financial reporting are significantly different from commercial organizations, which is due to the fact that transparent financial control is more important here. Here the

accounting reporting is divided into two groups, the first group is financial reporting, and the second one is management reporting. It is considered important for the management of the organization, as well as for more effective formulation of the transparent financial control over budget expenditures.

Studies show that the regulatory framework of accounting in budget organizations is significantly different from commercial organizations. Thus, the legal and legislative bases of accounting in commercial organizations are limited by the Law of the Republic of Azerbaijan «On Accounting» and the relevant accounting standards established by the requirements of this Law, and in addition to these, in the budget organizations, the Law of the Republic of Azerbaijan «On Budget System», adopted annual laws on the state budget and other regulatory legal acts relating to the management of budget systems [16; p. 5]. As a result of such a statement of the issue, the scope and information capacity of financial statements (financial and management together) in budget organizations is wider than in commercial organizations.

Accounting reporting in budget organizations is divided into two groups: financial reporting and management reporting. The rules of both reporting groups are primarily regulated by the requirements of the Law of the Azerbaijan Republic «On Accounting», and at a later stage, accounting and financial reporting are regulated by national accounting standards for budget organizations, and accounting and management reporting is regulated by the Law on Budget System, the Laws of Azerbaijan Republic on the annual state budget and other relevant regulatory legal acts relating to the budget system.

Accounting, financial and management reporting, as well as treasury, together with treasury accounting in budget organizations in the modern era, are integral parts of transparency and form a unified information system necessary to establish a transparent system of financial control over the financial and economic activities of organizations organized by the government. In our country there is an electronic system of financial reporting, both for budgetary organizations and for commercial enterprises. Along with these, different computer software for accounting is used. In the budget organizations of Azerbaijan, for this purpose, a computer software package called «Gunesh» is used (the word «Gunesh» means the Sun in Azerbaijan language). However, there is no electronic exchange of information between the online electronic financial reporting system and the electronic computer accounting system. As a result of the conducted research it was found out that software for computer accounting will ensure the creation of an electronic accounting system in the organization, the automation of the processing of accounting information and as a result, compilation of forms of financial and management accounts of the organization in electronic mode, but along with these does not have the

function of including to the electronic system of financial reporting existing on the official website of the Ministry of Finance of the Republic of Azerbaijan. It should be noted that in the future it is advisable to combine this system of electronic financial reporting into a single electronic government portal operating in the country. Since this issue is the subject of another study, it is not advisable to comment it here. It would be better if the computer programs on electronic were accounting used in enterprises and organizations, as well as the electronic financial reporting system existing on the website of the Ministry of Finance mutually improved so that it was possible to make a direct electronic transfer of the compiled forms of financial and management reports of enterprises and organizations in the portal of the electronic reporting system of the Ministry of Finance. This formulation of the question contributes to the improvement of the information message of the financial statements and the forms of management reports prepared in the computer accounting software of the enterprise and the organization. This will also serve as a basis for improving the information links existing between accounting and financial management reports. There are more favorable conditions for budgetary organizations, which, unlike commercial organizations, can include in this electronic system not only financial reports, but also forms of their management reporting. It is advisable to carry out certain improvements in the electronic financial reporting system that exists both on computer accounting software and on the official website of the Ministry of Finance of the Republic of Azerbaijan [17].

The study of the current state of electronic accounting and electronic financial reporting in budget organizations shows that the modern system of fiscal control based on computer technology of accounting information should ensure the formation of the necessary information for all existing processes, starting with the development of estimates of budget expenditures for all enterprises, institutions and organizations financed from the state budget prior to their execution at the places of destination, including their reports on performance, delivered to relevant organizations in an electronic format, suitable for use and coordinated with their joint supervision and in consequence of these, provided the necessary information for the execution of the state budget.

It is well known that the financial statements compiled at enterprises and organizations and designed to manage the economy are a form of presentation of information that was obtained from the accounting processes. Accounting is a kind of information system that focuses on multifaceted goals, serving many purposes. One of these goals is financial reporting.

The optimal formulation of electronic financial reporting in the organization is possible if the electronic accounting is used. At the same time, the option of «accepting the opposite» is also inevitable here. The research notes the existence of an electronic financial reporting system,



which currently operates on-line. However, the question is not yet revealed whether this system was or was not established on the basis of electronic accounting.

In our opinion, it is possible to clarify the situation in the electronic financial report, electronic accounting and electronic financial control system, having studied this issue and answering several questions that may arise here. To do this, it is necessary to formulate questions that may arise in the context of this situation, and consider all possible answers.

Let's assume that the organization regularly presents forms of electronic financial reporting in the online mode. The parent organization is satisfied with the timely submission of reports and their information quality. But in this case there may be different answers to the following question:

*Question 1.* Has the electronic financial reporting provided by the organization online been generated on the basis of the fully automated electronic accounting system in the organization?

Answer 1: Electronic accounting is created in the organization. All forms of financial statements are generated in full automatic mode on the basis of electronic accounting information and then presented on-line.

Answer 2: The organization does not have electronic accounting. Accounting processes use computer technologies for processing accounting information, but the forms of financial reporting are not developed automatically, but simply using the office programs «Microsoft Excel» and «Microsoft Word», and then presented online.

Answer 3: There is no electronic accounting in the organization. Accounting processes are mainly based on traditional manuscripts. In the accounting service, organizations use less computer technology. After compiling the financial statements for the manuscript, in order to meet the requirements of the higher-level organization, they are submitted online by assembling the report forms in the templates created in the Microsoft Excel file.

As can be seen from the content of the answers, there are various options for presenting financial statements of the organization in the «online» mode, and not all of them are based on electronic accounting. That is, the organization can create an electronic financial report and submit it on an «online» basis, even if the organization does not have electronic accounting.

However, one can make a realistic impression of the true essence of the question by formulating answers to the second question. The second issue relates to financial control, since the main purpose of electronic accounting in the organization and submission of the electronic financial report is to provide operational financial control over economic and financial indicators, including the implementation of the organization's cost estimates.

*Question 2.* Electronic financial reporting provided by the organization online, will it provide all the necessary information for electronic financial

.....

control over the financial and economic activities of the organization, including monitoring the implementation of the cost estimates?

Answer 1: Yes, it will.

Answer 2: No, it will not.

The first answer is that if the organization has electronic accounting and all forms of financial statements are compiled on the basis of information from the electronic accounting system, fully automated and then presented on-line. Such a variant corresponds to the conditions of the first answer to the first above-mentioned question. The other two options do not provide the information necessary for the formation of electronic financial control over the financial and economic activities of the organization, including the implementation of the cost estimate.

Thus, it follows that the modern system of budget and financial control based on computer accounting information technologies should ensure the formation of the necessary information for the execution of the state budget, in particular, the development of budget budgets for all enterprises, institutions and organizations financed from the state budget, all the processes of their execution in the destinations, as well as the preparation of reports on their implementation, their delivery to the relevant organizations in electronic format, suitable for use, and their consolidation in higher administrations, ensuring the formation of the necessary information for the execution of the state budget.

According to the current state, the existing electronic version of the electronic financial report submission online for budget organizations located on the website «www.maliyye.gov.az» of the Ministry of Finance of the Republic of Azerbaijan may partially meet the requirements for electronic financial control. In our opinion, to ensure a full information guarantee of electronic financial control, it is necessary to ensure the integrated introduction of electronic accounting in budget organizations. The electronic system of accounting is based on computer software that provides development and transfer of accounting information and other modern requirements. Such programs implemented in budget organizations will provide for the transfer from remote terminals: budget forecasts for budget organizations and their main offices financed from the state budget, as well as their subordinate organizations; their approved estimates; orders for the opening of current financing; sending cash on current financial allocations; checking by the main administration of their compliance with the approved budget plan; consolidation of the collection of incoming information and others.

Electronic accounting system is a new information processing technology that has a technical and logical basis that provides processing and provision of operational, statistical and accounting information on economic transactions occurring in the process of economic and financial activities of the enterprise and organization.

Joint application of the electronic accounting system both in budget organizations and local treasury bodies also contributes to the organization of operational financial control by the treasury body over the financial and economic activities of the budget organization. This requires the existence of a co-operative electronic accounting system between the budget organization and the local treasury. The electronic accounting system facilitates the exchange of documents and information between the local treasury body and the budget organization, while simultaneously facilitating the implementation of the processes of mutual approval of the cost performance function of the organization.

In our opinion, it is advisable to apply the accounting software package «Gunesh» in both institutions, both in budget organizations and in treasury bodies, to create an electronic accounting system in budget organizations and create an electronic system of financial control by treasury agencies.

**Conclusion.** Thus, as a result of the study of the current state of electronic accounting, financial reporting and financial control carried out by the treasury bodies, it was stated that there is currently no specific electronic system that has the only software required for operational financial control in budget organizations and treasury bodies. Despite considerable efforts to introduce computer accounting technology in the system of budgetary organizations, these studies did not lead to the creation of a unified system of electronic accounting and financial reporting, which as a next stage of these works has a negative impact on the formation of electronic financial control.

As a result of the research, the technology of processing accounting information in the conditions of application of the software package for accounting «Gunesh» revealed that the application of this program in budget organizations and in the treasury bodies creates the necessary conditions for the organization of an electronic accounting system. On this basis, complete automation of the development of all forms of electronic financial reporting, their submission to higher-level organizations online, and the transfer of current electronic financial documents to the local treasury body in the framework of the necessary procedures and receiving from them alternative information on responses.

## REFERENCES

1. Borisova S. G. Accounting in budget organizations. Tutorial. M., 2007. 352 p.
2. Gusarova L. V. Practical aspects of the preparation of financial statements of non-profit organizations by international standards. J. International Accounting. № 5 (155). Kazan, 2011.
3. Drujilovskaya T. Yu., Drujilovskaya E. New requirements to the composition of financial statements and the formation of the balance sheet of non-profit organizations: their possible changes / Series: Accounting in budget and non-profit organizations. J. International Accounting. № 7 (319). Nijniy Novgorod, 2013.

4. Document circulation in state and municipal institutions / Under the general. Ed. G. Yu. Kasyanova. M. : ABAC, 2013. 334 s.
5. Budgetary institutions: accounting under the new rules / ed. G. Y. Kasyanova. M. : ABAC, 2012. 374 s.
6. Accounting in state and municipal institutions: new regulations from 2011 / ed. G. Y. Kasyanova. M. : ABAK, 2011. 828 s.
7. Maslova T. S. Theoretical aspects of organization and methodology of accounting of budget institutions. Accounting in budgetary and non-profit organizations. J. International Accounting. № 6 (174). Nijniy Novgorod, 2007.
8. Tokarev I. N. Development of budgetary accounting in the Russian Federation / Autorefert of the thesis for a scientific degree Ph.D. on specialty 08.00.12 Accounting, Statistics. M., 2007.
9. Abbasov T. A. Accounting and reporting in budget-funded organizations (GAAP and IFRS). Textbook. Baku, Sabah, 2014. 424 s.
10. Atasov B. X. Financial markets. Textbook for High Schools. Baku, Cooperative Publishing House, 2016. 456 p.
11. Khankishiyev B. A., Aliyev Sh. H. Accounting and reporting in budget organizations. Textbook. Baku, East-West Publishing House, 2013. 320 s.
12. Sabzaliyev S. M., Quliyev V. M. Account management. Textbook. Baku : Publishing house «Science and Education», 2014. 524 s.
13. Mammadova A. F. Accounting and reporting in budget organizations. Textbook. Baku, Baku Printing House. № 3, 2016. 434 h.
14. Mehdiyev V. M. National Accounting Standards and Computer Accounting: Substance, Formation and Implementation Problems. Baku, SABAH Publishing House, 2014. 228 p.
15. The Law of the Republic of Azerbaijan «On Accounting». Baku-2004.
16. The Law of the Republic of Azerbaijan «On Budget System». Baku-2012.
17. The official website of the Ministry of Finance of the Republic of Azerbaijan. URL : [www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az).

*Articles submitted to editor office of 15.01.2018.*

**Оруджев В. Удосконалення фінансової звітності бюджетних організацій Азербайджану.**

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах процес поліпшення бухгалтерського обліку та фінансової звітності триває в двох суміжних площинах: широкого та всебічного використання сучасних комп'ютерних технологій в області бухгалтерського обліку та фінансової звітності в усіх галузях економіки, з одного боку, їх вдосконалення відповідно до вимог міжнародних стандартів, більш адаптованих до умов ринкової економіки, з іншого боку. Формування електронної системи бухгалтерського обліку в бюджетних організаціях і, як наслідок, широке використання всіх атрибутів електронної фінансової звітності, а також формування на їх основі електронного фінансового контролю є одним із нагальних завдань, що стоять перед розвитком бухгалтерської та фінансової звітності в цьому секторі економіки.

**Мета статті** – заповнити існуючі прогалини в цій області, дослідити окремі питання використання електронних інформаційних розробок для поліпшення стану бухгалтерського обліку, фінансової звітності та казначейського контролю в бюджетних організаціях.

**Матеріали та методи.** В ході дослідження використовувались методи системного підходу, аналізу та синтезу, а також інші методи сучасних наукових досліджень. База даних досліджень складається з Національних стандартів бухгалтерського обліку, Міжнародних стандартів фінансової звітності, рішень та

положень Міністерства фінансів Азербайджану, порталу електронних фінансових звітів та комп'ютеризованого програмного забезпечення бухгалтерського обліку для бюджетних організацій.

**Результати дослідження.** З'ясовано, що вдосконалення електронної системи формування та подання фінансових звітів, включаючи створення електронної системи обліку в казначейських органах, а також створення спільної інформаційної системи відповідає вимогам формування електронного фінансового контролю в органах казначейства, можливе в умовах застосування пакета програмного забезпечення для бухгалтерського обліку «Гюнеш». Його застосування повністю забезпечує організації електронної системи бухгалтерського обліку, а в подальшому в автоматичному режимі виконуються всі процеси складання форм фінансової звітності, їх генерації в інформаційну систему органів казначейства і керуючих органів на всіх ієрархічних рівнях, а також необхідні процедури щодо отримання від них зворотного зв'язку.

У результаті вивчення поточного стану електронного бухгалтерського обліку, фінансової звітності та фінансового контролю, проведеного органами казначейства, визначено, що в даний час немає жодної спеціальної електронної системи з єдиним програмним забезпеченням для здійснення оперативного фінансового контролю.

**Висновки.** Технологія обробки бухгалтерської інформації в умовах застосування пакета програм «Гюнеш» показала, що його паралельне використання в бюджетних організаціях та казначейських установах створює необхідні умови для організації електронної системи бухгалтерського обліку. На цій основі здійснюється повна автоматизація формування всіх форм електронної фінансової звітності, їх подання до організації вищого рівня в режимі он-лайн, передача поточних електронних фінансових документів місцевому казначейському органу в рамках необхідних процедур та отримання від них зворотного зв'язку.

**Ключові слова:** бюджетна організація, програмне забезпечення, електронний бухгалтерський облік, електронна фінансова звітність, електронний фінансовий контроль, стандарти бухгалтерського обліку, онлайн-режим, якість інформації.

УДК 330.341.2:336.025.12

**БАРАНЮК Юрій,**

аспірант кафедри фінансів, голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених Київського національного торговельно-економічного університету

## ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

*Проаналізовано регіональні особливості інституціоналізації державного фінансового контролю у світі. Виявлено регіони, в яких переважає вищий орган державного фінансового контролю превентивного типу, а також регіони з контрольним органом карального типу. Встановлено, що модель державного фінансового контролю, яка наділена судовими функціями, характеризується меншим рівнем законодавчого регулювання, значно нижчими показниками проведення фінансового аудиту, аудиту результативності й ефективності та інших контрольних заходів. Тоді як в країнах, де домінує парламентська модель державного фінансового контролю без судових функцій, значно вищий рівень прозорості і публічності контрольного процесу.*

*Ключові слова:* державний фінансовий контроль, регіональні особливості, світовий досвід, інституціоналізація, вищий орган контролю.

*Баранюк Ю. Институционализация государственного финансового контроля. Проанализированы региональные особенности институционализации государственного финансового контроля в мире. Выявлены регионы, в которых преобладает высший орган государственного финансового контроля превентивного типа, а также регионы с контрольным органом карательного типа. Установлено, что модель государственного финансового контроля, наделена судебными функциями, характеризуется меньшим уровнем законодательного регулирования, значительно более низкими показателями проведения финансового аудита, аудита результативности и эффективности и других контрольных мероприятий. Тогда как в странах, где доминирует парламентская модель государственного финансового контроля без судебных функций, более высокий уровень прозрачности и публичности контрольного процесса.*

*Ключевые слова:* государственный финансовый контроль, региональные особенности, мировой опыт, институционализация, высший орган контроля.

**Постановка проблеми.** Розвиток державного фінансового контролю (ДФК) відбувається в кожній країні своєрідно, що спричинено сформованим історичним адміністративним устроєм та потребами системи державного управління. В Україні адміністративний устрій розвивається через призму законодавчої, виконавчої та судової гілок влади, а система ДФК інтегрована в них. Це дозволяє розширювати

---

© Баранюк Ю., 2018

можливості контрольного процесу, виявляти нові напрями його інституційної модернізації.

Актуалізація трансформації інституційно-функціональної моделі ДФК в Україні повинна здійснюватися винятково на основі кращого світового досвіду та з визначенням умов його успішної імплементації.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У світовій економічній науці відбувається зміна поглядів на усталену модель державного управління, регулювання та контролю. Відомими українськими вченими А. Мазаракі та С. Волосович визначаються доміанти інституційної модернізації фінансової системи на прикладі економіки України, пропонується активізація розвитку державно-приватного партнерства [1], що кардинально змінює бачення ролі органів ДФК в економіці та потребує відповідних інституційних трансформацій означеної системи. І. Чугунов та М. Пасічний визначають напрями розвитку фінансової політики України в умовах глобалізації [2], в якій також особливе місце відводиться системі ДФК.

В умовах глобалізації фінансової системи державна політика повинна враховувати всі досягнення людства і максимально швидко реагувати на зміни. Проте економіка України й досі відноситься до групи країн із моделлю державного регулювання в очікуванні. Доказом цього є відсутність як державного регулювання, так і відповідно ДФК зі сторони Національного банку за операціями у віртуальній валюті, що розкрито у дослідженні С. Волосович. Автором праці [3] наводяться моделі регулювання електронних грошей, до яких відносять: ліберальну (о. Мен, о. Джерсі, Великобританію), консервативну (США, Австралія, Гонконг, Сінгапур, Норвегія, Канада), репресивну (Бангладеш, В'єтнам, Болівія, Еквадор, Таїланд) та очікування (Ізраїль, Індія, Тайвань, Швейцарія, Україна).

Розкриті вище моделі є індикатором адаптивності національних систем фінансового регулювання та контролю до змін, викликаних глобальним середовищем. Проте, хто ж має реагувати на ці зміни першим у системі органів ДФК і до чийх це обов'язків відноситься? В праці [4] наводиться організаційно-функціональна структура системи ДФК в Україні із виокремленням інститутів, які його здійснюють. Як засвідчують результати дослідження, сформована система не ефективна і не забезпечує дотримання учасниками фінансових відносин норм законодавства, що не дозволяє навіть висунути гіпотезу про можливий розвиток цієї системи в напрямі пошуку нових підконтрольних фінансових ресурсів, таких як криптовалюти.

Щодо зарубіжного досвіду ДФК, багато вітчизняних науковців досліджували це питання. Серед них: О. Александрович, В. Нікітін, О. Литвин, Д. Черніков, М. Кузьо [5–7] та ін. В їх дослідженнях розкривається досвід країн Європи щодо організації та методології проведення ДФК, в окремих – звертається увага і на такі країни як Китай, США, Канада, Бразилія та ін.

Високо оцінюючи внесок дослідників, які присвятили свої наукові публікації питанням ДФК, варто зазначити, що є необхідність у здійсненні компаративного аналізу регіональних особливостей інституціоналізації означеної системи в світі.

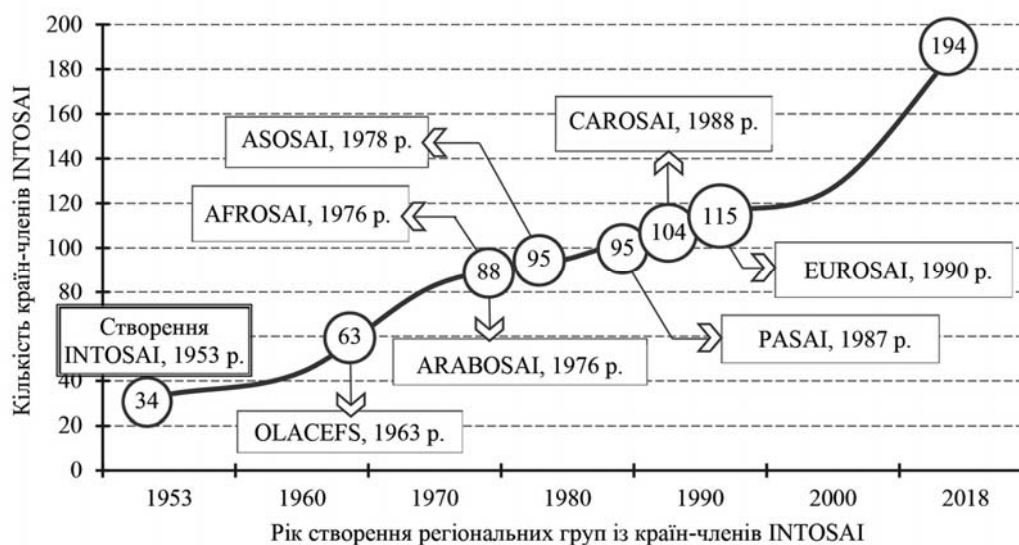
**Мета** статті полягає у виявленні регіональних особливостей інституціоналізації ДФК та пошуку найефективнішої його моделі.

**Матеріали та методи.** Інформаційною базою дослідження стали наукові праці вчених та практиків, опубліковані в Україні та за кордоном. У статті використані статистичні дані Світового банку та Світової організації вищих органів фінансового контролю (*The International Organisation of Supreme Audit Institutions, INTOSAI*). Також використовувалася інформація із веб-сайтів Європейської організації вищих органів фінансового контролю (*The European Organisation of Supreme Audit Institutions, EUROSAI*), Організації вищих органів фінансового контролю Латинської Америки та Карибського басейну (*Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores, OLACEFS*), Організації вищих франкомовних контрольних органів Африки (*Conseil Régional de Formation des Institutions de l'Afrique Francophone, CREFIAF*), Азійської організації вищих органів фінансового контролю (*The Asian Organization of Supreme Audit Institutions, ASOSAI*), Тихоокеанської асоціації вищих органів контролю (*The Pacific Association of Supreme Audit Institutions, PASAI*), Карибської організації вищих контрольних органів (*The Caribbean Organization of Supreme Audit Institutions, CAROSAI*) та громадської організації Ініціативи розвитку *INTOSAI* (*The INTOSAI Development Initiative, IDI*). Застосовано методи якісного та кількісного аналізу, єдності історичного і логічного, порівняння й узагальнення.

**Результати дослідження.** Інституційний розвиток державного фінансового контролю в світі розпочався в середині минулого століття зі створення *INTOSAI*. На її першому Конгресі, який відбувся у 1953 р. на Кубі, зустрілися керівники 34-х вищих контрольних органів за державними фінансами. Їх основною метою було створення такої платформи, яка б дозволила акумулювати кращий світовий досвід та забезпечила його розвиток і передачу у вигляді знань, які сприяли б зміцненню інституціоналізації ДФК в країнах-членах *INTOSAI*. Фактично за 65 років історії *INTOSAI* вдалося досягти цієї мети [8].

Нині *INTOSAI* діє як наддержавна організація, яка має розгалужену структуру регіональних офісів та членами якої є 194 країни світу (рис. 1). Самий же статус *INTOSAI* – спеціальний консультативний орган при Економічній та Соціальній Раді Організації Об'єднаних Націй. При цьому, *INTOSAI* – автономна, незалежна та неполітична організація, яка функціонує під девізом: «*Experientia mutua omnibus prodest*» [8], що з латинської перекладається як «досвід взаємної вигоди всім».





**Рис. 1. Інституційний розвиток державного фінансового контролю у світі**

Джерело: побудовано автором.

Із 1960-х років розпочався період стрімкої інституціоналізації ДФК у світі, спричинений щорічним приєднанням до *INTOSAI* нових країн-членів. Разом із глобальною інституціоналізацією ДФК були створені материкові відокремлені об'єднання органів фінансового контролю. Першою регіональною організацією *INTOSAI* стала *OLACEFS*, заснована в Каракасі (Венесуела) в 1963 р. на I Латиноамериканському конгресі вищих контрольних інститутів. Рекомендації за результатами роботи конгресу полягали в тому, щоб створити Латиноамериканський інститут фіскального контролю для здійснення спеціальних досліджень, який буде інформаційним, освітнім і координаційним центром інституційної взаємодії та допомоги органам у сфері контролю за публічними фінансами.

На II Латиноамериканській конференції органів фінансового контролю у 1965 р. в Сантьяго (Чилі) був створений Латиноамериканський інститут аудиторських наук (*Instituto Latinoamericano de Ciencias Fiscalizadoras, ILACIF*). Підготовлений за результатами конференції, проект статуту організації набрав юридичної сили міжнародного документа, який одразу підписали 13 країн, а згодом до них приєдналися ще 8 [9]. Вже з 1990 р. *ILACIF* був перейменований в *OLACEFS*, який наразі об'єднує вищі контрольні інститути країн Латинської Америки та Карибського басейну і виконує завдання проведення наукових досліджень, розробки навчальних програм, надання технічної консультації та допомоги для вищих органів фінансового контролю країн цього регіону. Дещо згодом, у 1976 р., були створені Арабська (*The Arab Organization of Supreme Audit Institutions, ARABOSAI*) та Африканська (*The African Organization of Supreme Audit Institutions, AFROSAI*)

організації вищих контрольних органів із цілями та завданнями, подібними до повноважень *OLACEFS*.

В африканському регіоні разом із *AFROSAI* також функціонує *CREFIAP*, яка об'єднує країни, розташовані на південь від Сахари, 19 країн із франкомовної Африки, 3 – з португаломовної Африки і 1 – з іспаномовної частини континенту. Її цілі дещо відрізняються від *OLACEFS*, *AFROSAI* чи *ARABOSAI*. До них відносять: сприяння залучення жінок до роботи за фахом; сприяння боротьбі з корупцією та бідністю; сприяння дотримання прав людини, демократії та належного врядування; сприяння охороні навколишнього середовища та ін. [10].

Історія інституціоналізації ДФК в азійському регіоні починається зі створення *ASOSAI* в 1978 р. Особливістю її є те, що країни-члени організації розподілені на групи: керуючі країни, країни-учасники та асоційовані країни. Склад країн-керівників обирається одноразово терміном на 3 роки. Нині членство в *ASOSAI* становить 46 органів ДФК, а на XIII Асамблеї організації в 2015 р. до Керівної ради були обрані голови наступних вищих органів фінансового контролю: Індії, Малайзії, Кореї, Японії, Індонезії, Непалу, Пакистану, Саудівської Аравії, Таїланду, Туреччини та В'єтнаму [11].

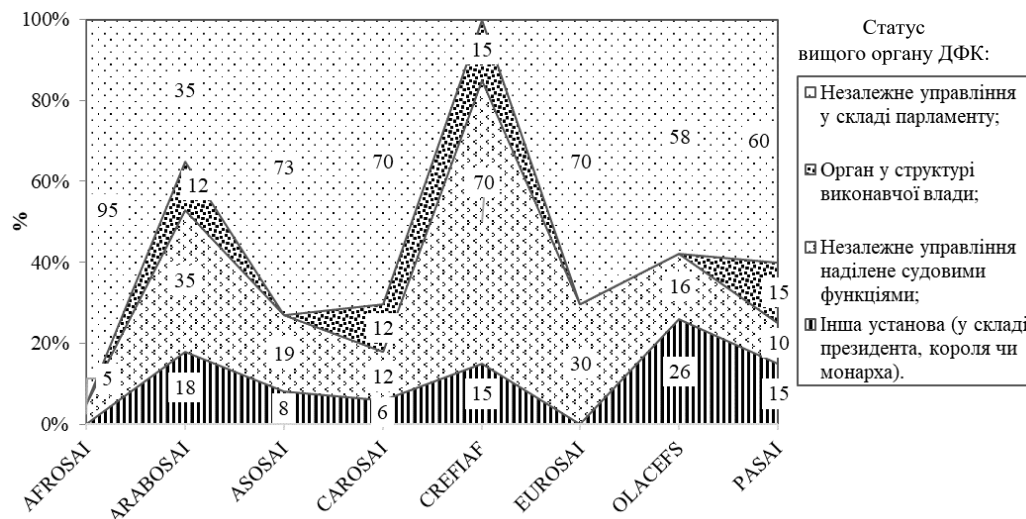
Перші робочі засідання контактних груп органів ДФК в Тихоокеанському регіоні почалися в 1973 р., проте їх офіційне визнання як локальної робочої групи *INTOSAI* датується 1987 р. Спочатку як Південно-тихоокеанська асоціація вищих органів контролю (*The South Pacific Association of Supreme Audit Institutions, SPASAI*), а з 2009 р. – *PASAI*. На початок 2018 р. *PASAI* об'єднує 28 країн, які мають за мету успішне виконання регіонального плану зміцнення інституцій ДФК країн-членів [12].

Дещо згодом, у 1988 р., створена *CAROSAI*, яка налічує 23 країни-члени і має специфічне завдання, що виділяє її з-поміж інших регіональних організацій – це сприяння проведенню комплексних контрольних заходів в країнах-членах. Нині основними цінностями *CAROSAI* є забезпечення зростання професіоналізму, інклюзивності, партнерства, достовірності даних та підзвітності [13].

В Європі регіональна інституціоналізація ДФК розпочалася з 1990 р. і зараз об'єднує 49 країн-членів. За період функціонування *EUROSAI* вдалося організувати співпрацю у сфері ДФК серед усіх країн Європи. За рішенням X Конгресу *EUROSAI*, у 2017 р. створено нові комітети організації, а саме: Портфелі країн-членів Керівного комітету; Співголови по стратегічним цілям; Координаційна рада та Гнучкі проектні групи [14], що має важливе значення як для інституційного розвитку *EUROSAI*, так і *INTOSAI* в цілому, оскільки існує потреба в координації спільної роботи.

Результати дослідження *INTOSAI* у форматі Глобального опитування [15] у 2017 р. демонструють, що інституціоналізація вищого органу ДФК у світі здійснюється за різними моделями (рис. 2). Серед

вищих органів ДФК країн-членів *INTOSAI* у 51 % випадку організаційно-інституційна модель є парламентською з єдиним керівним вищим органом контролю, тобто суттєво переважає у більшості країн *AFROSAI*, *ASOSAI*, *CAROSAI*, *EUROSAI*, *OLACEFS* та *PASAI*.



**Рис. 2. Регіональні особливості інституціоналізації вищого органу державного фінансового контролю**

Джерело: побудовано автором за даними [15].

У структурі виконавчої влади інституції ДФК присутні у країнах *ARABOSAI*, *CREFIAF*, *CAROSAI* та *PASAI*.

Переважання судових інституцій ДФК в країнах-членах *ARABOSAI* і *CREFIAF* є результатом колоніального панування над ними Франції, інституційна модель вищого органу фінансового контролю якої визначається як Рахункова палата, що наділена судовими функціями. Країни північно-західної частини Африки перебували у складі Франції понад три століття до так званого «Року Африки». Згодом, у 1970 р., раніше колоніальні країни Африки об'єдналися в Міжнародну організацію Франкофонії для збереження та розбудови традицій, сформованих у період Французької імперії. Це значною мірою і слугує орієнтиром у розвитку цих країн та повністю пояснює це явище у північно-західній частині континенту. Нині країн Франкофонії об'єднують також питання миру та безпеки, прав людини, сталого розвитку й розширення економічного співробітництва.

В *AFROSAI* (південно-східній частині Африки) переважає модель державного фінансового контролю у формі незалежного контрольного управління у складі парламенту без судових функцій, що пояснюється тяжінням до економічного устрою Великої Британії, оскільки більшість країн цього регіону були колоніями Англії та Португалії. Судові функції у цих країнах здійснює окрема гілка влади, а органи ДФК виступають як інформаційне забезпечення для органів правосуддя.

У країнах Америки та Азії (*OLASEFS, CAROSAI, ASOSAI, PASAI*) також переважає інституційна модель ДФК у складі парламенту без судових функцій. Хоча в окремих країнах, як наприклад Китай, в провінції Тайвань органи ДФК становлять окрему гілку державної влади – контрольної влади. Статус контрольної влади закріплений Конституцією Тайваню й, крім контрольної, виділяють такі гілки влади: законодавчу, виконавчу, судову та екзаменаційну, кожна з яких здійснюється окремим органом державного управління (юанем).

За конституцією Тайваню Контрольна палата є вищим органом ДФК та здійснює контрольні та дозвільні повноваження, а також повноваження щодо представлених на її розгляд справ з імпичменту державних службовців за порушення службових обов'язків або закону членами Судової чи Екзаменаційної палат. Раніше Контрольна палата була наділена і правом ініціювання більшістю голосів імпичменту президента та віце-президента, проте у 1997 р. це право було передано Законодавчій палаті [5, с. 7].

Дещо інституційно схожа до Китаю організація контрольного процесу Бразилії. Схожість повноважень Рахункової палати Бразилії розкривається через інституційну незалежність від судової гілки влади, до складу якої входить власна прокуратура. Відтак, Рахункова палата Бразилії, відпрацювавши справу, передає її у свою ж прокуратуру, рішення якої не оскаржуються, тобто мають силу Конституційного суду. Оригінальність досвіду Бразилії також прослідковується у сформованій ефективній практиці по боротьбі з фінансовими порушеннями. За результатами перевірок Рахункової палати в Бразилії складається список організацій, що порушили закон. Надалі ці компанії ніколи не отримують державний контракт [6, с. 253], що дозволяє стверджувати про важливу бюджетно-розпорядчу роль Рахункової палати Бразилії в публічному управлінні.

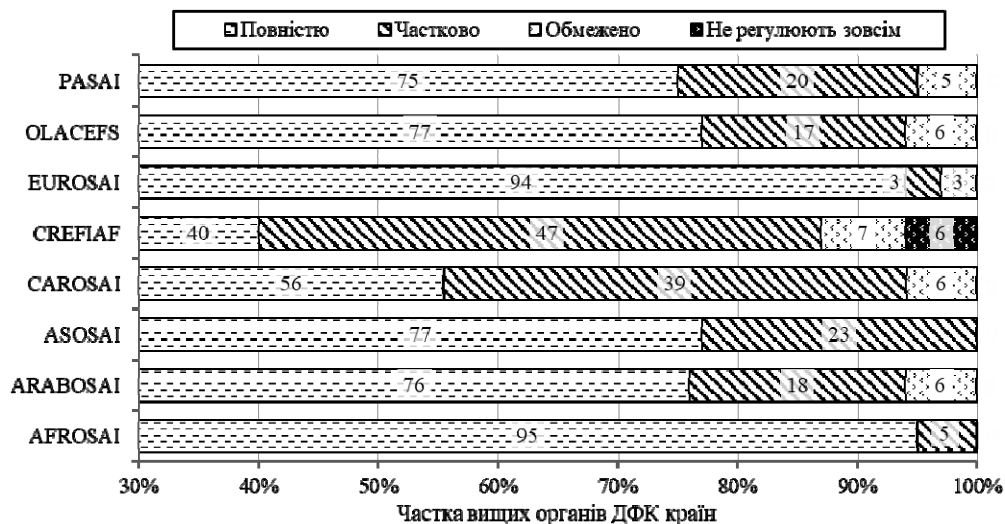
За даними *EUROSAI* інституціоналізація ДФК країн Європейського союзу в 70 % країн-членів тяжіє до парламентської структури, а в 30 % – до судової. Це наслідок їх суспільного розвитку, ядро якого складає історична епоха Франції, Англії та Португалії [14].

Україна з 1998 р. входить до складу *INTOSAI*, а з 1999 р. – *EUROSAI* і вітчизняна Рахункова палата відноситься до парламентського вищого органу ДФК без судових функцій [16].

Огляд інституціоналізації ДФК країн у світі дає підстави для висновку про розвиток вищого органу контролю, який здійснюється в напрямі створення каральної або превентивної інституції. Доволі часто сам орган навіть і не здійснює правосуддя, але в його складі є спеціалізований орган, що демонструє досвід Бразилії.

Крім суспільно-історичних передумов інституціоналізації системи ДФК, вплив на неї має і сучасність, основним виразом якої є діюче нормативно-правове законодавство. У Глобальному опитуванні 2017 р., яке проводилося серед країн-членів *INTOSAI*, більшість вищих органів

фінансового контролю повідомили, що саме конституція їхньої країни (79 %) та федеральні чи національні закони (76 %) є найважливішими, що регулюють їх поле діяльності. Проте, понад 40 % всіх вищих органів фінансового контролю в *CAROSAI* та 60 % – в *CREFIAP* меншою мірою регулюються нормативно-правовими документами, закріпленими на законодавчо-конституційному рівні, (рис. 3).



**Рис. 3. Умови правового регулювання діяльності вищих органів державного фінансового контролю регіональних груп *INTOSAI*, %**

Джерело: побудовано автором за даними [15].

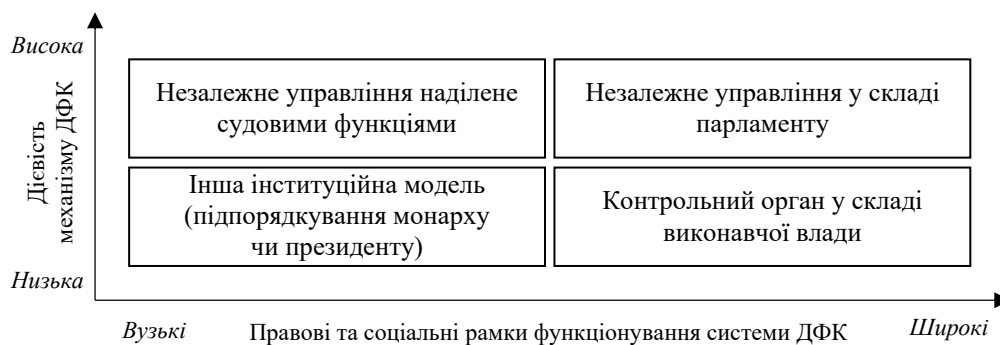
Дані рис. 3 свідчать, що в країнах *AFROSAI* та *EUROSAI* чітко визначено правові межі функціонування органів ДФК, які повністю взаємодіють із законодавчою гілкою влади, органами виконавчої влади та публічного управління. При цьому, зазначені органи державної влади зацікавлені в наявності та постійному розвитку всієї системи ДФК. Така зацікавленість більше обумовлена наслідками світової фінансової кризи 2008–2010 років, оскільки змусила економічних суб'єктів висувати підвищені вимоги до сфери державного управління та здійснення фінансового контролю [17, с. 102].

Світова економіка й досі перебуває в зоні значних фінансових ризиків. Доказом цього є зміна значення Промислового американського індексу *Dow Jones* у понеділок, 5 лютого 2018 р. Його значення різко знизилося майже на 1600 пунктів, що стало рекордним падінням за всю історію, а завершилися торги протягом дня з падінням на 1175 умовних одиниць (–4,6 %). Таке відносне зниження стало рекордним з серпня 2011 р., що було викликане європейською борговою кризою в таких країнах як Греція, Ірландія, Португалія, Іспанія та Кіпр. Більше того, зниження індексу *Dow Jones* у лютому 2018 р. є найбільш наближеним до «Чорного понеділка» в 1987 р. (–22,6 %) і 15 жовтня 2008 р. (–7,9 %), що завершувалися світовими кризами. Внаслідок теперішнього зниження

*Dow Jones* впали також індекси не тільки на американських фондових біржах, а й на європейських, азійських та австралійських [18].

З огляду на зазначене, є необхідність посилення контрольних заходів як на рівні окремих держав, так і на світовому ринку. Останніми десятиліттями розвиток системи ДФК відбувається в напрямі не стільки здійснення суцільного контролю, як вибіркового. Зміст такого підходу полягає у проведенні контрольних процедур стосовно менш ніж 100 % сукупності даних, що підлягають дослідженню. Водночас отримані результати мають дозволити суб'єкту контролю отримати докази, що будуть не тільки достатніми для характеристики окремих перевірених фактів, а й дадуть змогу розповсюдити отримані висновки на всю сукупність даних. Вибіркова перевірка в усьому світі вже визнана основою методики проведення фінансових аудитів. Її застосування дає змогу суб'єкту контролю значно зменшити обсяг роботи та затрачений час [19, с. 45].

Відтак, зменшення коефіцієнта вибірки для органів ДФК, із однієї сторони, зменшує одночасно й тягар для підприємств, оскільки їх показники фінансово-господарської діяльності все рідше будуть перевірятися, знизиться кількість перевірок стану управління державним майном. З іншої сторони, за умови суцільної перевірки, органи ДФК можуть акумулювати інформацію про підконтрольний об'єкт в достатньому обсязі, що сприятиме спроможності якісно проводити аналіз даних. Зазначені обставини дають можливість зобразити в системі координат моделі інституціоналізації ДФК за такими параметрами як правові та соціальні рамки функціонування системи та дієвості її механізму (рис. 4).



**Рис. 4. Інституційні моделі вищого органу державного фінансового контролю країн *INTOSAI***

*Джерело: побудовано автором.*

Визнання незалежного управління у складі парламенту без судових функцій як моделі, що характеризується ширшим рівнем правових та соціальних рамок функціонування системи здійснено з огляду на те, що даний тип контрольного органу домінує в країнах *AFROSAI*, *ASOSAI* та *EUROSAI*, а в країнах-членах зазначених регіональних груп *INTOSAI*

найвищий рівень правового регулювання, виходячи із даних *рис. 3*. До високого рівня правових та соціальних рамок функціонування системи ДФК можна також віднести контрольний орган у складі виконавчої влади, виходячи із того, що органи виконавчої влади розробляють і втілюють державну політику, спрямовану на забезпечення виконання законів, та керують фактично всіма сферами суспільного життя. Вони як де-факто, так і де-юре в усьому світі є розпорядниками публічних фінансів, а ДФК здійснюють через необхідність перевірити повноту акумулювання чи відповідність використання раніше виділених коштів, хоча за економічною природою та відношенням до держави такий вид контролю є внутрішнім.

Віднесення незалежного управління у складі парламенту без судових функцій та контрольного управління із судовими функціями до інституцій, які характеризуються вищою дієвістю порівняно з органами у складі виконавчої влади чи очільника країни пояснюється тим, що перші дві моделі домінують у світовій практиці, що є наслідком як адміністративного устрою, так і поширення кращої світової практики здійснення ДФК відповідно до стандартів *INTOSAI*.

Згаданими органами ДФК в різних країнах проводяться такі контрольні заходи як фінансовий аудит, аудит ефективності, аудит результативності та інші спеціальні контрольні заходи. За їх результатами вищий орган ДФК надає відповідний висновок, в якому містяться рекомендації підконтрольному економічному суб'єкту чи висвітлюються вжиті санкції. Проте зазначені рекомендації не завжди сприяють подальшому зростанню правосвідомості серед порушників норм фінансового законодавства, а доволі часто взагалі ігноруються.

Результати Глобального опитування 2017 р. демонструють, що визначені та рекомендовані *INTOSAI* контрольні заходи більшість вищих органів ДФК проводять, зокрема: 152 країни проводять фінансовий аудит (93 %), 150 – аудит відповідності (91 %), 143 – аудит результативності (87 %) та 20 – контроль законності (18 %) [15, с. 23].

Проте більшість вищих контрольних органів країн-членів *CREFIAP* не відповідають критеріям охоплення контрольними заходами публічних фінансів та лише менше третини вищих органів фінансового контролю *OLACEFS* досягли базового показника охоплення фінансовим аудитом у 2017 р. (*табл. 1*), який встановлений на рівні трьох четвертих їх обсягу. Тобто, в більшості країн-членів *OLACEFS* частка звітності, яку вони перевірили за допомогою процедур фінансового аудиту, становить менше 75 % від отриманої.

Для аудиту відповідності встановленим орієнтиром для охоплення була межа у розмірі 60 % за вартістю підконтрольних об'єктів. Результати Глобального опитування засвідчили, що 42 % вищих органів фінансового контролю у 2017 р. не відповідають критеріям проведення аудиту відповідності. Існують помітні регіональні варіації, наприклад, 21 % вищих контрольних органів *AFROSAI* не відповідали цьому еталону проти 82 % – у *CREFIAP*.

Таблиця 1

Результат Глобального опитування – 2017 *INTOSAI*, %

Назва організації	Обсяг покриття контрольними заходами публічних фінансів			Індикатор Світового банку ( <i>PEFA</i> )	Оцінка Світового банку якості контрольної діяльності
	Внутрішній показник за:				
	ФА*	АВ**	АР***		
<i>AFROSAI</i>	74	79	42	89	95
<i>ARABOSAI</i>	71	76	76	–	77
<i>ASOSAI</i>	80	68	65	99	95
<i>CAROSAI</i>	67	40	20	86	75
<i>CREFIAF</i>	44	18	0	–	38
<i>EUROSAI</i>	65	56	77	79	75
<i>OLACEFS</i>	31	50	56	76	46
<i>PASAI</i>	79	53	47	94	71
Середнє значення ( <i>INTOSAI</i> )	66	58	54	81	72
Кількість досліджених країн	153			70	194

\* ФА – фінансовий аудит;

\*\* АВ – аудит відповідності;

\*\*\* АР – аудит результативності;

Джерело: побудовано автором за даними [15].

Щодо аудиту результативності, то критеріями віднесення країни до такої, що ним охоплена, були наступні: не менше 10 емітованих звітів вищим органом фінансового контролю щодо аудиту результативності за останні 3 роки та/або 20 % від усіх ресурсів у розпорядженні вищий орган фінансового контролю скеровує на аудит результативності. При цьому, понад 46 % вищих органів фінансового контролю в усьому світі не відповідали цим критеріям у 2017 р. Серед них у країнах-членах *ARABOSAI* та *EUROSAI* частка вищих органів ДФК, що не відповідає зазначеним критеріям, мінімальна, тоді як вищі органи фінансового контролю *AFROSAI*, *CAROSAI* та *CREFIAF* повідомили про високий рівень непокриття аудитом результативності публічних фінансів, 58 %, 80 % і 100 % відповідно.

Іншим показником визначення охоплення публічних фінансів контрольними заходами керується Світовий банк. Відповідно до методики *The Public Expenditure and Financial Accountability (PEFA)*, здійснюється оцінка ефективності державного фінансового управління, на основі чого визначаються 94 характеристики за 31 компонентом. Це дозволяє визначити обсяг публічних фінансів конкретної країни й обсяг підконтрольних ресурсів. У результаті можна визначити рівень покриття державних фінансів контрольно-аудиторськими перевітками.



У Глобальному опитуванні 2017 р. вищим органам ДФК було запропоновано надати дані про загальний обсяг бюджетних коштів та тих коштів, які вони перевіряли в період 2014–2016 років. Із 171 вищого контрольного органу 103 – надали свої бюджетні показники, а 86 – обсяг підконтрольних фінансів. Проте, тільки 70 вищих органів контролю надали показники одночасно як обсягу публічних фінансів, так і підконтрольних ресурсів у повному обсязі. Тому аналіз охоплення контрольними заходами публічних фінансів проводився за показниками не всіх вищих органів фінансового контролю.

Аналіз обсягу публічних фінансів та обсягу підконтрольних фінансів показує високий загальний рівень їх охоплення. Тільки 19 % вищих органів ДФК у всіх регіонах *INTOSAI* не відповідали цьому критерію. Найкраща ситуація в країнах *ASOSAI* та *PASAI* – вищі органи фінансового контролю зазначеного регіону характеризуються наближеним до абсолютного показника покриття публічних фінансів, тоді як найнижчий рівень становив в країнах *EUROSAI* та *OLACEF*.

Світовий банк розраховує індикатор *PEFA-26*, який для зовнішнього контролю містить три окремі аспекти, один з яких стосується сфери та характеру контролю, включаючи дотримання стандартів аудиту. Оцінювання здійснюються в межах шкали від «А» до «D» в спадній тенденції. Прийнятним рівнем є «С» і вище, що вимагає проведення перевірки органів виконавчої влади, які здійснюють розпорядження коштів, в розмірі щонайменше 50 % від загальних витрат щорічно [15, с. 25–27].

Частка країн, які отримали незадовільну оцінку за показником сфери та характеру здійснення контролю (індикатор *PEFA-26*), переважає в регіонах *CREFIAF* та *OLACEFS* (62 % та 54 % відповідно). Тоді як у країнах *AFROSAI* та *ASOSAI* – частка вищих органів державного фінансового контролю, які отримали незадовільну оцінку, менше 5 %.

Визначення сфери та характеру контролю засвідчує, що перевірка органів виконавчої влади на різних континентах та регіонах здійснюється по-різному. Досить цікавим є той факт, чому в окремих країнах така низька частка покриття контрольними заходами публічних фінансів. Д. Черников і М. Кузьо проаналізували інформацію щодо повноважень вищих органів ДФК на прикладі країн ЄС. У всіх досліджених 25-ти країнах Європейського союзу вищі органи ДФК наділені повноваженнями контролювати центральні органи влади, 8 – органи регіональної влади, 17 – органи місцевої влади, 23 – державні підприємства, 25 – публічні установи, 14 – муніципалітет. З цього слідує, що в країнах *CREFIAF* та *OLACEFS* ці показники значно гірші [7].

Отже, обсяг підконтрольних фінансів відіграє важливу роль у системі ДФК, проте важливим аспектом залишається можливість донесення виявлених відхилень за результатами контрольних заходів до суспільства у спосіб опублікування отриманих результатів. У Глобальному опитуванні, яке здійснювалася при підготовці до XXII Конгресу *INTOSAI*, керівництво вищих органів фінансового контролю

запитували про публікацію щорічного звіту за результатами їх роботи. Згідно з даними цього опитування, 87 % контрольних установ повідомили, що публікують щорічні звіти. Це роблять всі без винятку країни *ARABOSAI* та *OLACEFS*, у той час, коли із країн-членів *CREFIAF* публікують річний звіт лише 40 % (табл. 2).

Таблиця 2

**Стан прозорості інформації  
про результати контрольних заходів країн *INTOSAI*, %**

Назва організації	Частка країн, в яких розповсюдження інформації за результатами контрольних заходів дозволено				Частка країн, які публікують річний звіт
	Повністю	Частково	Обмежено	Заборонено	
<i>AFROSAI</i>	63	16	5	16	67
<i>ARABOSAI</i>	35	35	6	24	100
<i>ASOSAI</i>	77	19	0	4	85
<i>CAROSAI</i>	65	18	12	6	40
<i>CREFIAF</i>	36	21	14	29	78
<i>EUROSAI</i>	97	3	0	0	95
<i>OLACEFS</i>	68	21	0	11	100
<i>PASAI</i>	67	24	0	10	82
Середнє значення ( <i>INTOSAI</i> )	68	18	4	10	86
Кількість досліджених країн	168				117

Джерело: побудовано автором за даними [15].

Публікування тільки річного звіту не дозволяє сформувавши уяву про прозорість контрольного процесу. Індикатором у цьому аспекті є доступ до інформації через опублікування проміжних звітів контролюючого органу і даних оперативних перевірок. Найменший показник абсолютної публічності проміжних звітів спостерігається в країнах *ARABOSAI* та *CREFIAF*, тоді як найвищий – у країнах-членах *EUROSAI*. Відтак, частка заборонених матеріалів для опублікування переважає в цих же країнах *ARABOSAI* та *CREFIAF*, тоді як в *EUROSAI* документів, які були б засекреченими за результатами ДФК, немає взагалі.

**Висновки.** Інституціоналізація ДФК в світі розпочалася зі створення *INTOSAI*. За весь період історії її функціонування кількість країн-членів зросла до 194-х, а кількість регіональних офісів організації – 8. Серед вищих органів ДФК у більшості країн-членів *INTOSAI* переважає парламентська організаційно-інституційна модель з єдиним керівним вищим органом контролю. Подібна модель домінує у більшості країн *AFROSAI*, *ASOSAI*, *CAROSAI*, *EUROSAI*, *OLACEFS* та *PASAI*. Тоді як судова модель є більш помітною в *ARABOSAI* і *CREFIAF*. Представлений розподіл інституціоналізації ДФК в світі пояснюється бажанням керівних органів державної влади створити каральну або превентивну інституцію.

Вимірами інституціоналізації ДФК в тій чи іншій країні є формальні та соціальні норми і дієвість механізму контролю. Світовий досвід засвідчує, що не в усіх країнах сформовані формальні норми, зокрема, тільки у 79 % випадків сфера ДФК регулюється конституцією країни, а у 76 % випадках ще й федеральними чи національними законами. В інших країнах сфера ДФК регулюється більшою мірою традиціями чи внутрішньо-нормативними документами контрольного органу. До таких вищих органів фінансового контролю відносяться інституції країн-членів CAROSAI та CREFIAF.

Порівняльний аналіз регіональних особливостей інституціоналізації вищих органів ДФК крізь призму формальних і неформальних обмежень, а також дієвості механізму контролю, вказує на те, що незалежне управління у складі парламенту без судових функцій та контрольний орган у складі виконавчої влади характеризуються більш широким рівнем правових та соціальних рамок функціонування. Тоді як контрольне управління із судовими функціями та незалежне управління у складі парламенту без судових функцій відносяться до інституцій, які характеризуються вищою дієвістю контролю порівняно з органами у складі виконавчої влади чи очільника країни. Отже, незалежне управління у складі парламенту без судових функцій нині є найбільш оптимальною та ефективною системою інституціоналізації вищого органу фінансового контролю в світі.

Отримані висновки підтверджуються даними статистики за результатами Глобального опитування проведеного *INTOSAI*. Країни-члени *CREFIAF* та *OLACEFS*, в яких переважає каральний тип вищого органу ДФК, мають значно нижчі показники проведення фінансового аудиту, аудиту результативності та ефективності. Більше того, вищі органи фінансового контролю Франкофонії у Африці (*CREFIAF*) та арабських країн (*ARABOSAI*) не всі матеріали контрольних заходів публікують, значна частка результатів перевірок заборонені до розголошення, що взагалі не відповідає принципам прозорості, зафіксованих у Лімській декларації.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні етапів становлення та розвитку ДФК в Україні у взаємозв'язку зі змінами в інституційному середовищі. Це дозволить виявити доміанти низької ефективності означеної системи в Україні та на основі використання досвіду інституціоналізації ДФК в країнах зарубіжжя вдасться запропонувати напрями їх нейтралізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазаракі А. А., Волосович С. В. Домінанти інституційної модернізації фінансової системи України. Вісн. КНТЕУ. 2016. № 1. С. 5–23.
2. Чугунов І. Я., Пасічний М. Д. Фінансова політика України в умовах глобалізації економіки. Вісн. КНТЕУ. 2016. № 5. С. 5–18.

3. Волосович С. В. Віртуальна валюта: глобалізаційні виклики і перспективи розвитку. Економіка України. 2016. № 4. С. 68–79.
4. Bardash S. V., Baraniuk Yu. R. Financial audit as a part of state administration in Ukraine: condition and public need. Baltic Journal of Economic Studies. 2016. № 2 (2). P. 5–14.
5. Нікітін В. В., Александрович О. О. Організація державного контролю в Китаї: традиції та сучасний досвід державного управління. Теорія та практика державного управління. 2015. № 1. С. 208–216.
6. Литвин О. І. Зарубіжний досвід здійснення державного фінансового контролю. Наук. вісн. Львів. нац. ун-ту ветеринар. медицини та біотехнологій ім. Гжицького. 2013. Т. 15. № 3 (4). С. 251–258.
7. Черніков Д. О., Кузьо М. С. Державний зовнішній аудит в контексті європейської інтеграції. Лабораторія законодавчих ініціатив. 2015. 31 с. URL : <http://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/10.pdf>.
8. The International Organisation of Supreme Audit Institutions : About us. INTOSAI. 2018. URL : <http://www.intosai.org/about-us.html>.
9. La Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores : Historia. OLACEFS. 2018. URL : <http://www.olacefs.com/historia>.
10. CREFIAF must unite : The Post Newspaper. Cameroun Web. 2014. URL : <https://www.camerounweb.com/CameroonHomePage/NewsArchive/CREFIAF-must-unite-309631>.
11. The Asian Organisation of Supreme Audit Institutions : Governing board. ASOSAI. 2018. URL : [http://asosai.org/asosai/about/organ\\_governing\\_board.jsp?gubun=ABOUT05](http://asosai.org/asosai/about/organ_governing_board.jsp?gubun=ABOUT05).
12. The Pacific Association of Supreme Audit Institutions : Charter. PASAI. 2016. URL : [https://static1.squarespace.com/static/57019a6db6aa607cbb909ab2/t/599a66533e00be6b0e3c36a0/1503290969547/PASAI+Charter\\_FINAL+WEB\\_170817\\_.pdf](https://static1.squarespace.com/static/57019a6db6aa607cbb909ab2/t/599a66533e00be6b0e3c36a0/1503290969547/PASAI+Charter_FINAL+WEB_170817_.pdf).
13. The Caribbean Organization of Supreme Audit Institutions : Core values. CAROSAI. 2018. URL : <http://carosai.org/about-us/core-values>.
14. The European Organisation of Supreme Audit Institutions : Institutional information. EUROSAI. 2018. URL : <http://www.eurosai.org/en/about-us/about-eurosai/institutional-information/index.html>.
15. Global SAI Stocktaking Report 2017 : Report prepared by IDI to report findings from the INTOSAI Global Survey and other data. IDI INTOSAI. 2018. 158 p. URL : <http://www.idi.no/en/all-news/idi-news/item/128-global-sai-stocktaking-report-2017>.
16. Барановська В. Г., Баранюк Ю. Р. Розвиток зовнішнього незалежного контролю державних фінансів в Україні. Молодіж. екон. дайджест ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана». 2015. № 2–3 (5–6). С. 187–192.
17. Волосович С. В. Експортно-кредитні агентства як інститут розвитку. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. № 4. С. 98–107.
18. US stock plunge sparks global sell-off. BBS News. 2018. URL : <http://www.bbc.com/news/business-42942921>.
19. Тайнен ван Я., Рудніцька Р., Кестерен ван М., Беторін Р. та ін. Внутрішній фінансовий аудит. Київ : ТОВ «Європ. ін-т держ. упр. та аудиту», 2015. 77 с.

*Стаття надійшла до редакції 07.02.2018.*

***Baraniuk Yu. Institutionalization of public financial control.***

***Background.*** *The development of state financial control occurs in each country in a peculiar way, which is caused both by the established historical administrative system and the needs of the system of public administration.*

**Analysis of recent research and publications.** Many scholars have been studying issues of state regulation and financial control, including: A. Mazaraki, I. Chugunov, S. Bardash, S. Volosovych, V. Baranovska, O. Aleksandrovykh, O. Lytvyn, V. Nikitin, D. Chernikov, M. Kuzio etc. Highly appreciating the contribution of researchers, it is worth noting that there is a need for a comparative analysis of the regional peculiarities of the institutionalization of the designated system in the world.

The **aim** of the article is to identify regional peculiarities of the institutionalization of public financial control and the search for the most effective model.

**Materials and methods.** The scientific works of scientists and practitioners published in Ukraine and abroad became the information base of the research. The article used statistical data of international organizations. It was applied methods of qualitative and quantitative analysis, the unity of historical and logical, comparison and generalization.

**Results.** The regional features of institutionalization of state financial control in the world are analyzed. There are identified regions in which the supreme body of state financial control of preventive type prevails, as well as regions with a controlling body of punitive type. It has been established that the model of state financial control, which is endowed with judicial functions, is characterized by a lower level of legislative regulation, much lower indicators of financial audit, performance and efficiency audit and other control measures. While in countries dominated by the parliamentary model of public financial control, without judicial functions, there is a much higher level of transparency and publicity of the control process.

**Conclusion.** Independent administration of the parliament without judicial functions is by far the most optimal and effective system of institutionalization of the supreme body of state financial control in the world.

**Keywords:** state financial control, regional features, world experience, institutionalization, supreme control body.

## REFERENCES

1. Mazaraki A. A., Volosovych S. V. Dominanty instyucijnoi' modernizacii' finansovoi' systemy Ukraïny. Visn. KNTEU. 2016. № 1. S. 5–23.
2. Chugunov I. Ja., Pasichnyj M. D. Finansova polityka Ukraïny v umovah globalizacii' ekonomiky. Visn. KNTEU. 2016. № 5. S. 5–18.
3. Volosovych S. V. Virtual'na valjuta: globalizacijni vyklyky i perspektyvy rozvytku. Ekonomika Ukraïny. 2016. № 4. S. 68–79.
4. Bardash S. V., Baraniuk Yu. R. Financial audit as a part of state administration in Ukraine: condition and public need. Baltic Journal of Economic Studies. 2016. № 2 (2). P. 5–14.
5. Nikitin V. V., Aleksandrovykh O. O. Organizacija derzhavnogo kontrolju v Kytai': tradycii' ta suchasnyj dosvid derzhavnogo upravlinnja. Teorija ta praktyka derzhavnogo upravlinnja. 2015. № 1. S. 208–216.
6. Lytvyn O. I. Zarubizhnyj dosvid zdijsnennja derzhavnogo finansovogo kontrolju. Nauk. visn. L'viv. nac. un-tu veterynar. medycyny ta biotehnologij im. G'zhyc'kogo. 2013. T. 15. № 3 (4). S. 251–258.
7. Chernikov D. O., Kuz'o M. S. Derzhavnyj zovnishnij audyt v konteksti jevropejs'koi' integracii'. Laboratorija zakonodavchyh iniciatyv. 2015. 31 s. URL : <http://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/10.pdf>.
8. The International Organisation of Supreme Audit Institutions : About us. INTOSAI. 2018. URL : <http://www.intosai.org/about-us.html>.

9. La Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores : Historia. OLACEFS. 2018. URL : [http://www.olacefs.com/historia\\_](http://www.olacefs.com/historia_)
10. CREFIAF must unite : The Post Newspaper. Cameroun Web. 2014. URL : <https://www.camerounweb.com/CameroonHomePage/NewsArchive/CREFIAF-must-unite-309631>.
11. The Asian Organisation of Supreme Audit Institutions : Governing board. ASOSAI. 2018. URL : [http://asosai.org/asosai/about/organ\\_governing\\_board.jsp?gubun=ABOUT05](http://asosai.org/asosai/about/organ_governing_board.jsp?gubun=ABOUT05).
12. The Pacific Association of Supreme Audit Institutions : Charter. PASAI. 2016. URL : [https://static1.squarespace.com/static/57019a6db6aa607cbb909ab2/t/599a66533e00be6b0e3c36a0/1503290969547/PASAI+Charter\\_FINAL+WEB\\_170817\\_.pdf](https://static1.squarespace.com/static/57019a6db6aa607cbb909ab2/t/599a66533e00be6b0e3c36a0/1503290969547/PASAI+Charter_FINAL+WEB_170817_.pdf).
13. The Caribbean Organization of Supreme Audit Institutions : Core values. CAROSAI. 2018. URL : <http://carosai.org/about-us/core-values>.
14. The European Organisation of Supreme Audit Institutions : Institutional information. EUROSAI. 2018. URL : <http://www.eurosai.org/en/about-us/about-eurosai/institutional-information/index.html>.
15. Global SAI Stocktaking Report 2017 : Report prepared by IDI to report findings from the INTOSAI Global Survey and other data. IDI INTOSAI. 2018. 158 p. URL : <http://www.idi.no/en/all-news/idi-news/item/128-global-sai-stocktaking-report-2017>.
16. Baranov'ska V. G., Baranjuk Ju. R. Rozvytok zovnishn'ogo nezalezhnogo kontrolju derzhavnyh finansiv v Ukraini. Molodizh. ekon. dajdzhest DVNZ «KNEU im. Vadyma Get'mana». 2015. № 2–3 (5–6). S. 187–192.
17. Volosovyh S. V. Eksportno-kredytni agentstva jak instytut rozvytku. Zovnishnja torgivlja: ekonomika, finansy, pravo. 2017. № 4. S. 98–107.
18. US stock plunge sparks global sell-off. BBS News. 2018. URL : <http://www.bbc.com/news/business-42942921>.
19. Tajnen van Ja., Rudnic'ka R., Kesteren van M., Betorin R. ta in. Vnutrishnij finansovyj audyt. Kyi'v : TOV «Jevrop. in-t derzh. upr. ta audytu», 2015. 77 s.