



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 10'2020

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

<https://doi.org/10.37634/efp.2020.10>

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 02 липня 2020 р. № 886 (економічні науки).

Наказ Міністерства освіти і науки України від 24 вересня 2020 р. № 1188 (юридичні науки).

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 р. № 353/10 (облік та аудит).

Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944 та включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus.

Префікс doi журналу: 10.37634/efp.

жовтня 2020 р.). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 26.10.2020

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 19 від 15



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2020
© "Економіка. Фінанси. Право",
2020

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ECONOMICS FINANCES LAW

MONTHLY INFORMATIONAL AND ANALYTICAL JOURNAL

№ 10'2020

(issued from 1994)

ISSN 2409-1944

<https://doi.org/10.37634/efp.2020.10>

Journal is included in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published results of dissertations for the degree of doctor and candidate (PhD).

Order of Ministry of Education and Science of Ukraine of 02 July 2020 № 886 (economic sciences).

Order of Ministry of Education and Science of Ukraine on September 24, 2020 № 1188 (legal sciences).

Order of Audit Chamber of Ukraine on 21 December 2017 № 353/10 (accounting and audit).

Certificate of registration of a series of KV № 21620-11520PR dated October 12 2015.

Journal is awarded the international identification number ISSN 2409-1944 and included in the international Scientometrics base Index Copernicus.

Journal's doi: 10.37634/efp.

Founders:

Audit firm "Analytik" jointly with the National Academy of Internal Affairs of Ukraine

Articles must pass

selection, internal and external review

Recommended for publication and dissemination through the Internet by the Academic Council of the National Academy of Internal Affairs of Ukraine (Protocol № 19 dated October 15, 2020). Full or partial reprint of the

materials of the journal is allowed only with the consent of the editorial office.

The authors are responsible for the selection and presentation of the facts. The content and authenticity of the advertisement is the responsibility of the advertiser.

Signed for print 26.10.2020

Format 60/84/8

Publication – 250 copies

Address of the editorial office: 01001, Kyiv,

Khreshchatyk str., 44

Phones: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Fax: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Web: www.efp.in.ua



*The subject of
publishing*

© "Analytik", 2020
© "Economics. Finances. Law",
2020

Typography: LLC "International Business
Center"

Головний редактор

Левченко Валентина Петрівна, д.е.н., член Ради нагляду за аудиторською діяльністю Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Бойко Антон Олександрович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики, Сумський державний університет

Величко Олена Георгіївна, радник першого віце-прем'єра міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

Вережубова Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, Білоруський державний економічний університет

Герасимович Анатолій Михайлович, д.е.н., професор, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Головач Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, головний науковий співробітник Наукової лабораторії з проблем кримінальної поліції навчально-наукового інституту № 1 Національної академії внутрішніх справ, м. Київ

Евангелос Сіскос, д.е.н., професор, Університет Західної Македонії

Криштопа Ірина Ігорівна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, вчений секретар Державного підприємства «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування»

Полякова Євгенія Сергіївна, к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи, проректор з науково-педагогічної роботи (навчальний процес) Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

Потишняк Олена Миколаївна, д.е.н., професор, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Ткаченко Сергій Анатолійович, д.е.н., професор, ректор Вищого навчального закладу "Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»", Академік Академії економічних наук України

Тринчук Віктор Вікторович, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

Чижевська Людмила Віталіївна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і аудиту Державного університету «Житомирська політехніка», академік Академії економічних наук України

Члени редакційної колегії з правових наук:

Балгімбекова Гульнара, к.ю.н., завідувач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління ПРАТ «Аудиторська фірма "Аналітик"», Заслужений юрист України

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативно-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., проф., заслужений юрист України, академік Міжнародної академії безпеки та конфліктології

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Національної академії правових наук України

Мусін Куат Саніязданович, к.ю.н., старший викладач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., професор, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморського національного університету імені Петра Могили, академік Національної академії наук вищої освіти України

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна". Заслужений юрист України.

Яровий Анатолій Олександрович, к.ю.н., доцент, професор кафедри права публічного адміністрування Маріупольського державного університету, суддя у відставці

Випусковий редактор: Туманян Анна Оганесівна

Editor-in-chief

Levchenko Valentyna Petrivna, Dr. Economics, member of the Supervisory Board for audit activity of the Authority public oversight for audit activity, Director of the All-Ukrainian Professional Non-Governmental Organization "Union of Auditors of Ukraine"

Members of the editorial board of Economic Sciences:

Boiko Anton Oleksandrovych, PhD Economics, Associate Professor of Economic Cybernetics Department, Sumy State University

Velychko Olena Heorhiivna, Advisor to the First Vice Prime Minister of Ukraine - Minister of Economic Development and Trade of Ukraine

Verezubova Tatyana Anatolevna, Dr. Economics, Professor, Head of the Department of Finances, Belarusian State Economic University

Evangelos Siskos, Dr. Economics, Professor, University of Western Macedonia

Herasymovych Anatolii Mykhailovych, Dr. Economics, Professor, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

Holovach Tetiana Anatoliivna, Dr. Economics, Professor, Chief Scientist of the Scientific Laboratory for Criminal Police of the Educational and Scientific Institute № 1 of the National Academy of Internal Affairs, Kyiv

Kryshchopa Iryna Ihorivna, Dr. Economics, Professor, Professor of Accounting and Taxation Department, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

Mantsevych Yurii Mykolaiovych, Dr. Economics, Associate Professor, Scientific Secretary of the State Enterprise "Research and Design Institute of Urban Development"

Pollakova Yevheniia Serhiivna, PhD Economics, Associate Professor of Finances and Banking Department, vice-rector for scientific and pedagogical work, Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»

Potyshniak Olena Mykolaivna, Dr. Economics, Professor, Professor of the Production, Business and Management Department of the Kharkiv National Technical University of Agriculture after Petro Vasylenko

Prushkivskiy Volodymyr Hennadiiovych, Dr. Economics, Professor, First Vice-Rector of the Zaporizhia National Technical University

Tkachenko Serhii Anatoliiovych, Dr. Economics, Professor, Rector of the Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"», Academician of Academy of Economic Sciences of Ukraine

Trynchuk Viktor Viktorovych, PhD Economics, Associate Professor of tourism and hotel business department, National University of Food Technology

Chyzhevska Liudmyla Vitaliivna, Dr. Economics, Professor, Professor of the Production, Professor of Accounting and Auditing Department, State University "Zhytomyr Polytechnic", Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine

Members of the editorial board of Law Sciences:

Balgimbekova Gulnara, PhD Law, Head of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

Holovach Volodymyr Volodymyrovych, PhD Law, Head of the Board of the Audit Firm "Analitik", Honored Lawyer of Ukraine

Konstantinov Serhii Fedorovych, Dr. Law, Professor, Head of the Administrative Activity Department of the National Academy of Internal Affairs

Vasylnchuk Viktor Ivanovych, Dr. Law, Professor, Professor of the Operational and Investigating Department of the National Academy of Internal Affairs, Honored Lawyer of Ukraine, Colonel of the Police

Hlushkov Valerii Oleksandrovych, Dr. Law, Professor, Honored Lawyer of Ukraine, Academician of the International Security and Conflict Academy

Luts Volodymyr Vasylovych, Dr. Law, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of National Academy of Law Sciences of Ukraine

Musin Kuat Saniazdanovych, PhD Law, Senior Lecturer of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

Ozerskyi Ihor Volodymyrovych, Dr. Law, Professor, Professor of the Civil and Criminal Law and Process Department of Black Sea National University after Petro Mohyla, Academician of the National Academy of Sciences of Higher Education of Ukraine

Frytskiy Yurii Olehovych, Dr. Law, Professor, Head of the Constitutional, Administrative Law and Social and Humanitarian disciplines Department, Law and Public Relations Institute of the "Ukraine" University, Honored Lawyer of Ukraine

Yarovyj Anatolii Oleksandrovych, PhD Law, Professor of Law and Public Administration Department, Mariupol State University, retired judge

Issue Editor: Tumanian Anna Ohanesivna

ЗМІСТ

<i>Л.П. ГАЦЬКА</i> . Дослідження поведінки споживачів в екологічному маркетингу	5
<i>В.В. ВАВІЛОВА</i> . Оцінка впливу чинників зовнішнього середовища на формування та розвиток логістичних систем аптечних підприємств	9
<i>О.В. ПОШИВАЛОВА</i> . Моделювання бізнес-процесів торговельного підприємства	19
<i>О.В. ПЕТРУШКА</i> . Іноземний досвід фінансового забезпечення громадян на випадок безробіття	23
<i>О.М. КОВАЛЕНКО, О.В. СТАНІСЛАВИК</i> . Технологічні аспекти оцінки ефективності діяльності підприємств	27
<i>О.Г. ДЕНИСЮК, О.В. ВЛАСЮК</i> . Особливості політики ціноутворення на стоматологічному ринку України	32
<i>М.В. ПОЛЕНКОВА</i> . Стратегічні орієнтири сільськогосподарських підприємств у контексті сталого розвитку	38

CONTENTS

<i>L.P. HATSKA</i> . Research of consumer behavior in environmental marketing	5
<i>V.V. VAVILOVA</i> . Assessment of the influence of the environmental factors on the formation and development of logistics systems pharmacy enterprises	9
<i>O.V. POSHYVALOVA</i> . Modeling of business processes of the commercial enterprise	19
<i>O.V. PETRUSHKA</i> . Foreign experience of financial support of citizens in case of unemployment	23
<i>O.M. KOVALENKO, O.V. STANISLAVYK</i> . Technological aspects of evaluation of enterprise efficiency	27
<i>O.H. DENYSIUK, O.V. VLASIUK</i> . Features of the pricing policy in the dental market of Ukraine	32
<i>M.V. POLENKOVA</i> . Strategic orientations of agricultural enterprises in the context of sustainable development ...	38

ГАЦЬКА

Людмила Павлівна
gatska@ukr.net

УДК 338.138

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В ЕКОЛОГІЧНОМУ
МАРКЕТИНГУк.е.н., доцент, Київський
національний
університет імені Тараса
Шевченка

RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR IN ENVIRONMENTAL MARKETING

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.1>*HATSKA Liudmyla Pavlivna – PhD in Economics, Associate Professor, Kyiv National University after Taras Shevchenko*

У статті здійснено теоретичний аналіз різних підходів до формування моделі поведінки споживача екологічних товарів та послуг. Розглянуто особливості маркетингових стратегій залучення різних груп «зелених» споживачів та основні інструменти екологічного спрямування структури споживання, до яких віднесено екомаркування, екобрендинг, інформаційне спрямування споживачів на сталі продукти, редагування вибору споживачів та «підштовхування» (nudge). Зроблено висновок, що типологія споживачів ринку екологічних товарів і послуг та застосування специфічних інструментів екологічного маркетингу для цільових груп сприятиме спрямуванню споживчого попиту на сталі продукти та стимулюватиме розвиток екологічного підприємництва.

* * *

В статье осуществлен теоретический анализ различных подходов к формированию модели поведения потребителя экологических товаров и услуг. Рассмотрены особенности маркетинговых стратегий привлечения различных групп «зеленых» потребителей и основные инструменты экологической ориентации структуры потребления, к которым отнесены экомаркировка, экобрендинг, информирование потребителей об устойчивых товарах, редактирование выбора потребителей и «подталкивание» (nudge). Сделан вывод, что типология потребителей рынка экологических товаров и услуг, а также применение специфических инструментов экологического маркетинга для целевых групп будет способствовать ориентации потребительского спроса на устойчивые продукты и стимулировать развитие экологического предпринимательства.

* * *

The relevance of the research topic is determined by the prospects of Ukraine's accession to the European Green Course and the resulting need to intensify efforts to form and constantly increase demand for environmental goods and services. A significant role in this issue is given to environmental marketing, namely – the study of consumer behavior of environmental goods and services, environmental market segmentation, selection of target groups and development of marketing strategies for each of them. Much attention is paid to these issues in our work.

The article also contains a theoretical analysis of different approaches to the formation of a model of consumer behavior of environmental goods and services. We focused on the peculiarities of the application in environmental marketing of economic, psychological and social approaches to the formation of behavioral patterns of different groups of consumers in relation to the environmental friendliness of goods. We also considered the features of marketing strategies to attract different groups of "green" consumers and the main tools of environmental orientation of the consumption structure. Last one include eco-labeling, eco-branding, consumer information orientation on sustainable products, editing consumer choices and nudge.

We made a conclusion that consumers of ecological goods should be considered as a dynamic structure that is constantly changing based on the growing awareness of buyers and their understanding of the problems of sustainable development and requires constant monitoring. In Ukraine, "green buyers" can be an excellent target group of high-value market segment, which is not yet sufficiently developed. The use of environmental marketing tools will help direct consumer demand for sustainable products and stimulate the development of environmental entrepreneurship.

Ключові слова: екологічний маркетинг, ринок екологічних товарів та послуг, екологічне спрямування структури споживання

Ключевые слова: экологический маркетинг, рынок экологических товаров и услуг, экологическая ориентация структуры потребления

Keywords: ecological marketing, market of ecological goods and services, ecological direction of consumption structure

ВСТУП

Глобальний світовий споживчий ринок у сучасних умовах надзвичайно не ефективний. Споживання і промислових, і кінцевих споживачів має неприйнятний, згубний для планети рівень. Загалом люди споживають природних ресурсів майже вдвічі більше, ніж може надати наша Земля. В 1970-х рр. споживання вперше перевищило можливості планети й з того часу невпинно зростає, створюючи реальну загрозу нестачі ресурсів та глобальних катастроф для

наступних поколінь. Починаючи з 1971 р., Глобальна мережа екокліду (GFN) розраховує День екологічного боргу (Earth Overshoot Day) – щорічний маркер часу, коли ми починаємо жити не за своїми коштами в даному році (у 2020 р. це 22 серпня) [6]. День екологічного боргу щороку зміщується на кілька днів раніше і свідчить про те, що необхідно негайно змінювати ситуацію, формувати нову модель поведінки споживача, яка б відрізнялась від сформованого нині суспільства споживання і вписувалась у межі можли-

востей природи. Суттєва роль у цьому відводиться екологічному маркетингу, адже зміна поведінки споживачів потребує знань відносно того як діють споживачі на ринку, які існують моделі поведінки різних груп споживачів. Тому маркетингові дослідження поведінки споживачів, сегментація екологічного ринку, вибір цільових груп та розробка маркетингової стратегії для кожної з них мають суттєве значення для досягнення цілей сталого розвитку і визначають актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питанням екологічного маркетингу присвячували свої роботи як закордонні вчені, такі як Ж. Оттман, Х. Хан [9], П. Хупен, Ш. Горовіц, П. Стерн [10], Ф.-М. Бельц [8] та ін., так і вітчизняні – С. Ільшченко [3], О. Прокопенко [4], Н. Зіновчук та А. Рашенко [2], А. Вічевич [1], Н. Биканова та ін. Вони досліджували сутнісні питання екологічного маркетингу та маркетингових досліджень на екологічному ринку, чинники, що впливають на прийняття рішень про придбання екологічно чистих продуктів. Проте динамічність сфери екологічної економіки, швидкі темпи змін, що відбуваються зараз і будуть прискорюватись у рамках Європейського зеленого курсу, прагнення України приєднатись до цього курсу потребують подальших досліджень поведінки споживачів екологічних товарів та послуг.

МЕТА статті – теоретичний аналіз різних підходів до типології та формування моделей поведінки споживачів екологічних товарів і послуг, виявлення специфіки розробки маркетингової стратегії залучення різних груп «зелених» споживачів з використанням інструментів екологічного спрямування структури споживання.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення поставленої мети у статті використано різні методи наукового дослідження, а саме: аналіз (для визначення та обґрунтування критеріїв типології споживачів екологічних товарів та розробки моделей їх поведінки); графічний (для наочного зображення окремих підходів); індукція та дедукція (у формуванні висновків).

РЕЗУЛЬТАТИ

З маркетингового погляду ринок у значенні «ринок-система» – це сукупність всіх реальних і потенційних споживачів певного товару та всіх груп стейкхолдерів, що беруть участь у процесі обміну товарів і послуг. У цьому сенсі екологічний ринок можемо розглядати як сукупність споживачів, що беруть участь (або потенційно можуть взяти участь) у купівлі товарів та послуг, спрямованих на збереження, відновлення і раціональне використання навколишнього природного середовища, поліпшення якості життя людей і забезпечення їх екологічної безпеки.

Концепція екологічного маркетингу орієнтована на максимальне задоволення інтересів покупців, тому аналіз їх поведінки та механізму прийняття рішень про покупку повинен базуватись на виявленні серед споживачів однорідних за інтересами та потребами груп і їх класифікації за ставленням до екологічності.

У науковій літературі зустрічаються різні варіанти класифікації за критерієм ставлення до екологічності (табл. 1). Ці підходи подібні між собою і поєднують в окремі класифікаційні групи людей більш та менш виявленою екологічною поведінкою та екологічною діяльністю.

Таблиця 1

Підходи до класифікації споживачів за критерієм ставлення до екологічності

№ п/п	Автор	Класифікація споживачів за критерієм ставлення до екологічності
1	П. Стерн	1. Екологічний активізм (наприклад, членство в екологічній організації, організація екологічного протесту тощо); 2. Неактивні поведінкові практики у суспільній сфері (наприклад, написання екологічних петицій, приєднання до екологічних організацій), підтримка існуючої екологічної політики (готовність сплачувати екологічні податки); 3. Інвайронменталізм у приватній сфері (наприклад, споживання «органічних» продуктів харчування, сортування домашніх відходів тощо); 4. Інші різновиди проекологічної поведінки (вплив на навколишнє середовище через інші поведінкові практики) [10].
2	Н. Биканова	1. Ідеальний проекологічний тип, що має розвинуту екологічну свідомість, здійснює екологічну діяльність; 2. Неповний позитивний тип, що характеризується наявністю стурбованої раціональної / нераціонально масової активної свідомості; 3. Неповний негативний тип з раціональною/нераціональною пасивною свідомістю; 4. Антиекологічний тип з нестурбованою нераціональною пасивною свідомістю.
3	О. Прокопенко	1. Ті, що не довіряють екологічності товарів; 2. Ті, що не звертають уваги на екологічність товарів; 3. Ті, що звертають увагу на екологічність: а) істинно зелені – беруть участь в екологічно спрямованих заходах, готові платити вищу ціну за екологічність товарів; б) помірно зелені – споживачі, що готові платити нормально підвищену ціну за екологічні товари; в) подібні до зелених – занепокоєні станом довкілля, мають бажання покращити його, але не проявляють екологічно спрямованої поведінки, в тому числі споживчої [4].

Моделі поведінки істинно зелених, помірно зелених та подібних до зелених споживачів мають певні особливості, які реалізуються в рамках трьох основних підходів: економічного, психологічного та соціального.

1. Економічний підхід (підхід здорового глузду) визначається поняттям економічної корисності. Згідно з економічним підходом, споживач буде робити вибір на користь екологічних товарів у тому випадку, якщо переваги від екологічності будуть для нього вищими, ніж втрати від зростання ціни [4].

Дослідження, проведене О. Прокопенко у м. Суми, показало, що, за даними проведеного опитування, екологічні проблеми хвилюють значну частину населення. Практично всі опитані (95–98 %) відзначають погіршення екологічної обстановки й хотіли б запобігти подальшому погіршенню стану довкілля [4]. Це підтверджує наявність потенційного попиту на екологічну продукцію широкого вжитку. Проте далеко не всі, хто стурбований станом довкілля, готові купувати екологічні товари.

Подібне опитування проведене нами у вересні 2020 р. серед студентів економічного факультету КНУ ім. Тараса Шевченка. Воно підтвердило актуальність висновків О. Прокопенко і показало, що відсоток тих, хто готовий платити більше за екологічні товари, у студентів також значно нижчий за відсоток людей, стурбованих станом довкілля:

- 95 % всіх опитаних вважають за необхідне вживати екопродукцію, однак лише 76,4 % вживають її;
- споживачі, що вживають екопродукцію, головну увагу приділяють запобіганню шкоди своєму здоров'ю, а не довкіллю (60 %);
- споживачі не купують екопродукцію переважно через нестачу коштів (71 %).

Ця невідповідність між високим рівнем стурбованості людей станом довкілля та їх готовністю щось робити для його покращення (у такому випадку доплачувати за екологічність товару) називається «розривом між ставленням і поведінкою» та показує, що класичний економічний підхід, згідно з яким споживачі діють раціонально і відповідно до їх ставлення до екологічних проблем, не завжди вірний.

2. Психологічний підхід – базується на теорії мотивації та дослідженні мотивів, що спонукають до споживання екологічних товарів. Мотиви, які спонукають споживачів купувати екологічні товари, можуть бути:

- 1) Раціональними (якість, економічність, експлуатаційні параметри продукції);
- 2) Емоційними (наприклад, унікальні властивості товару: вирощено на чистих Альпійських луках; стиль життя: вживати тільки натуральні продукти);
- 3) Моральними (наприклад, відчуття причетності до розв'язання глобальних проблем) [2].

3. Соціологічний підхід – декларує, що основну роль у поведінці покупця відіграє суспільне середовище, яке оточує людину і до якого вона хоче належати. Останніми роками у світі зростає престижність здорового способу життя, котрий ґрунтується на раціональному споживанні та екологічності довкілля. У розвинутих країнах бережливе ставлення до природи, прагнення харчуватись, одягатись і користува-

тись у побуті здоровими, нешкідливими товарами поступово стає нормою для все більшої кількості населення. Приклад «зеленого» способу життя успішних країн і успішних людей – стимул обирати відповідну поведінку для тих, хто тільки починає свій шлях до «зеленої» економіки.

Важливо відзначити, що «зелені» покупці можуть бути абсолютно різними за демографічними та географічними ознаками, їх можна знайти в усіх діапазонах доходів, вікових категорій, рівнів освіти та різних розмірів домогосподарств. Проте зазвичай вони мають вік, освіту та доходи трохи вище середнього. Типовий «зелений» споживач регулярно відвідує магазин, купує порівняно більше продуктів за кожне відвідування і демонструє більше лояльності до бренду. До того ж він менш чутливий до цін, ніж середній покупець.

Через все це «зелені покупці» можуть становити чудову цільову групу високовартісного сегменту ринку, який ще не достатньо освоєний. Дослідження поведінки споживачів, проведене компанією «Делойт» [7] серед майже 6,5 тис. покупців, показало, що серед опитаних майже 95 % хочуть купувати «зелені» товари; 75 % знають, що таке «зелені» товари і як їх ідентифікувати; 63 % під час здійснення покупок шукають «зелені» товари; 47 % побачили на полицях «зелені» товари. Проте всього 22 % купили зелені продукти, що свідчить про наявний латентний попит на екологічні товари та послуги. Для того, щоб задовольнити потреби всіх зацікавлених споживачів і спрямувати їх вибір на сталі продукти, необхідно розробити комплексну маркетингову стратегію, яка допомогла б споживачам зробити правильний вибір, а виробникам і продавцям – збільшити продажі та розширити свою частку ринку.

Маркетингова стратегія залучення «зелених» споживачів повинна забезпечити можливість:

1. Визначити й чітко сформулювати позиціонування і ціннісні пропозиції щодо «зелених» товарів в асортименті компанії та узгодити їх з очікуваннями та потребами ключових клієнтів.

2. Запропонувати комплекс маркетингу для реалізації ціннісних пропозицій і задоволення латентного попиту на екологічні товари і послуги.

3. Розробити систему інтегрованих маркетингових комунікацій для просування екологічних товарів та послуг, формування і розвитку екологічних брендів.

4. Інтегрувати стійкість у ланцюги вартості – формування екологічних вимог до постачальників сировини й комплектуючих (greening up-stream), дистриб'юторів, гуртових та роздрібних продавців товару (greening down-stream) [1, 3].

Для того щоб реалізувати дану стратегію і допомогти споживачам зробити правильний вибір, можна застосувати низку інструментів екологічного спрямування структури споживання, до яких відносяться:

Екологічне маркування – це графічне зображення комплексу відомостей екологічного характеру про товар чи послугу, яке означає, що продукція здійснює менший вплив на довкілля, ніж аналогічні товари, та / або вироблена з застосуванням екологічно оптимальних технологій.

Екобрендинг – різновид брендингу, який є діяльністю зі створення та впровадження екологічно спря-

мованого товару на ринок за допомогою маркетингових інструментів, управління технологією просування і рекламною підтримкою з наголосом на екологічних якостях товару.

Інформаційне спрямування споживачів на сталі продукти. Часто можна змінити споживчу поведінку просто шляхом надання інформації й намагатися переконати індивідуального споживача. Якщо людина має достатньо інформації про переваги та недоліки різних товарів, про ризики та загрози для довкілля в їх виробництві, споживанні та утилізації, вона може свідомо обирати більш екологічно прийнятні товари.

Редагування вибору споживача – це видалення впевнено «небажаних» продуктів з діапазону вибору або зміни його на «бажані» альтернативи. Вибір редагування практикується у багатьох сферах споживання. У Швеції, наприклад, хлориди у складі мийних засобів був «відредагованим вибором», що був здійснений супермаркетами ще в 1990-х рр. [9]. Проте варто зазначити, що в переважній більшості випадків споживачі негативно відносяться до відредагованого вибору. Зазвичай вони покладаються на повну свободу вибору, і спроба обмежити її може бути ризикованою для супермаркетів.

«Підштовхування», або керований вибір – більш тонке заохочування одних рішень і перешкоджання іншим. Теорія «підштовхування» належить до поведінкової економіки. Вона розроблена Р. Талером, лауреатом Нобелівської премії з економіки 2017 р. [5] і стосується маніпуляції людською поведінкою у м'якій формі, без заборон і наказів. Поняття керованого вибору – це підштовхування людей до прийняття оптимальних для них самих рішень навіть тоді, коли вони самі ці рішення приймати не хочуть, через те, що психологічні особливості сприйняття ситуації підштовхують їх до іншої поведінки, ніж здається їм оптимальною.

ВИСНОВКИ

Перспективи приєднання України до Європейського Зеленого Курсу викликають нагальну потребу активізації зусиль для формування і постійного зростання попиту на екологічні товари та послуги. Суттєва роль у даному питанні відводиться екологічному маркетингу, а саме – дослідженню поведінки споживачів екологічних товарів та послуг, сегментації екологічного ринку, вибору цільових груп та розробленню маркетингової стратегії для кожної з них.

Як показав теоретичний аналіз різних підходів до типології споживачів екологічних товарів та послуг, в екологічному маркетингу існує специфіка застосування економічного, психологічного та соціального підходів у формуванні моделей поведінки різних за ставленням до екологічності товарів груп споживачів. Для того щоб задовольнити потреби всіх зацікавлених споживачів і спрямувати їх вибір на сталі продукти, необхідно розробити комплексну маркетингову стратегію, яка допомогла б споживачам зробити правильний вибір, а виробникам і продавцям – збільшити

продажі й розширити свою частку ринку.

Загалом в Україні «зелені покупці» можуть становити чудову цільову групу високовартісного сегменту ринку, який ще не достатньо освоєний. Застосування інструментів екологічного маркетингу сприятиме спрямуванню споживчого попиту на сталі продукти та стимулюватиме розвиток екологічного підприємництва.

Список використаних джерел

1. Екологічний маркетинг / А.М. Вічевич та ін. Львів: УкрДЛТУ, 2003. 248 с.
2. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг. Житомир: Вид-во ЖДУ ім.І.Франка, 2015. 190 с.
3. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: монографія. Суми: ВТД «Університетська книга», 2012. 250 с.
4. Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг. Київ: Знання, 2012. 319 с.
5. Талер Р., Санстейн К. Nudge: Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 240 с.
6. About Earth Overshoot Day. URL: <https://www.overshootday.org/>
7. Finding the green in today's shoppers Sustainability trends and new shopper insights. Grocery Manufacturers Association; Deloitte Development LLC, 2009.
8. Belz F.-M., Peattie K. Sustainability Marketing: A Global Perspective. John Wiley and Sons, 2012. 352 p.
9. Han H., Hsu L.T.J., Lee J.S., Sheu C. Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and ecofriendly intentions. *International Journal of Hospitality Management*. 2011. № 30. pp. 345–355.
10. Stern P.C. New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*. 2000. № 56 (3). pp. 407–424.

References

1. Environmental marketing / A.M. Vichevych et al. Lviv: UkrDLTU, 2003. 248 p. (in Ukrainian).
2. Zinovchuk N.V., Rashchenko A.V. Environmental marketing. Zhytomyr: ZSU after I. Franko, 2015. 190 p. (in Ukrainian).
3. Illiashenko S.M., Prokopenko O.V. Formation of the market of ecological innovations: economic bases of management: monograph. Sumy: VTD "Universytetska knyha", 2012. 250 p. (in Ukrainian).
4. Prokopenko O.V. Environmental marketing. Kyiv: Znannia, 2012. 319 p. (in Ukrainian).
5. Taler R., Sansteyn K.. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 2017. 240 p. (in Russian).
6. About Earth Overshoot Day. URL: <https://www.overshootday.org/>
7. Finding the green in today's shoppers Sustainability trends and new shopper insights. Grocery Manufacturers Association; Deloitte Development LLC, 2009.
8. Belz F.-M., Peattie K. Sustainability Marketing: A Global Perspective. John Wiley and Sons, 2012. 352 p.
9. Han H., Hsu L.T.J., Lee J.S., Sheu C. Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and ecofriendly intentions. *International Journal of Hospitality Management*. 2011. № 30. pp. 345–355.
10. Stern P.C. New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*. 2000. № 56 (3). pp. 407–424.

БАВІЛОВА

Вікторія Валеріївна

УДК 338.47:[339.378:615.01]:005.02-043.2-026.912

ОЦІНКА ВПЛИВУ ЧИННИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ASSESSMENT OF THE INFLUENCE OF THE ENVIRONMENTAL FACTORS ON THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF LOGISTICS SYSTEMS PHARMACY ENTERPRISES

викладач, Львівський
університет бізнесу та
праваDOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.2>

VAILOVA Viktoriia Valeriivna – lecturer, Lviv university of business and law

На основі результатів дослідження впливу чинників зовнішнього середовища на формування та розвиток логістичних систем аптечних мереж розроблено методіку оцінки просторово-кількісних параметрів логістичних систем аптечних мереж, яка передбачає послідовне виконання операцій на національному, регіональному та локальному рівнях та дозволяє визначити перспективні ринки для розвитку аптечної мережі (просторові характеристики логістичних систем), обрати найбільш прийнятний варіант розміщення аптечної мережі, визначити оптимальну кількість торгових точок у логістичних системах на локальних і регіональних ринках з урахуванням внутрішнього потенціалу мережі, а також розмір аптечної мережі в цілому – на національному рівні (кількісні характеристики логістичних систем аптечних мереж).

* * *

На основе результатов исследования влияния факторов внешней среды на формирование и развитие логистических систем аптечных сетей разработана методика оценки пространственно-количественных параметров логистических систем аптечных сетей, которая предусматривает последовательное выполнение операций на национальном, региональном и локальном уровнях и позволяет определить перспективные рынки для развития аптечной сети (пространственные характеристики логистических систем), выбрать наиболее приемлемый вариант размещения аптечной сети, определить оптимальное количество торговых точек в логистических системах на локальных и региональных рынках с учетом внутреннего потенциала сети, а также размер аптечной сети в целом – на национальном уровне (количественные характеристики логистических систем аптечных сетей).

* * *

The object of the research is the processes of formation of logistics systems of pharmacy chains. The important directions of their formation and development are the determination of the optimal size of the network (the number of retail outlets) and territorial distribution (location of pharmacies and pharmacy points). When solving these problems, it is necessary to take into account factors external to logistic systems: demographic, economic, social, and the like. It has been substantiated that the group of demographic factors can include the number and density of the population, the number of pensioners, the birth rate, etc. Economic factors are characterized by indicators of the level of income of the population, the volume of retail trade (including pharmacy) per capita, the intensity of competition, the development of transport infrastructure, etc. The main social factors influencing the formation and development of logistics systems of pharmacy chains are the standard of living of the population, employment of the able-bodied population, the number of medical and preventive institutions in the territory covered by the pharmacy network.

Based on the results of the study of the influence of environmental factors on the formation and development of logistics systems of pharmacy chains, a methodology for assessing the spatial and quantitative parameters of logistics systems of pharmacy chains was developed, which provides for the sequential execution of operations at the national, regional and local levels and allows you to determine promising markets for the development of a pharmacy chain (spatial characteristics of logistics systems), choose the most appropriate option for the location of the pharmacy chain; to determine the optimal number of outlets in logistics systems in local and regional markets, taking into account the internal potential of the network, as well as the size of the pharmacy chain as a whole – at the national level (quantitative characteristics of the logistics systems of pharmacy chains).

Ключові слова: аптечні мережі, логістичні системи, торгові точки, просторово-кількісні параметри, чинники зовнішнього середовища

Ключевые слова: аптечные сети, логистические системы, торговые точки, пространственно-количественные параметры, факторы внешней среды

Keywords: pharmacy chains, logistics systems, outlets, spatial and quantitative parameters, environmental factors

ВСТУП

У сучасних умовах динамічного розвитку соціально-економічних систем рівень сформованості, відкритості, адекватності їх елементів є важливим фактором ефективності їх функціонування. Логістична діяльність постає одним з найважливіших напрямів функціонування суб'єктів господарювання, водночас у сучасних умовах саме використання системного підходу надає можливість отримання максимального ефекту цього

виду діяльності. Особливого значення набуває формування та розвиток логістичних систем як передумова ефективності логістичної діяльності підприємства, а також ефективності функціонування підприємства взагалі.

Водночас розвиток сучасної науки та досвід використання її результатів у практичній діяльності свідчить, що визначенню та вирішенню проблем формування та розвитку логістичних систем не приділя-

ється необхідної уваги у процесі формування та прийняття управлінських рішень на підприємствах фармацевтичної галузі, зокрема аптечних мережах як суб'єктів фармацевтичного ринку. Недостатній рівень використання сучасних методів формування логістичних систем, виокремлення їх основних елементів, встановлення взаємозв'язків та взаємозалежностей, обмеженість ресурсної бази формування управлінських рішень, використання лише окремих функціональних логістичних складових діяльності призводить до зниження можливостей подальшого розвитку аптечних мереж у сучасних умовах господарювання. Отже, оцінювання впливу чинників зовнішнього середовища на формування та розвиток логістичних систем аптечних мереж (ЛСАМ) є актуальною проблемою та потребує подальшого вирішення.

МЕТОЮ статті є дослідження підходів та визначення етапів оцінювання впливу чинників зовнішнього середовища на формування та розвиток логістичних систем аптечних мереж.

РЕЗУЛЬТАТИ

Функціонування аптечних мереж як суб'єктів фармацевтичного ринку має характеристики, обумовлені специфікою діяльності даних структур, що визначає особливості логістичної діяльності та напрями управління нею. Наукова методологія дослідження проблем управління ЛСАМ отримала розвиток у наукових працях провідних вчених, а саме Г.С. Бабічевої [1], В.І. Гридасова [2], Б.П. Громовик [3], Н.С. Клушко [4], З.М. Мнушко [5], О.В. Посилкіної [6], Р.В. Сагайдак-Нікітюк [7] та ін. Результати дослідження цих науковців характеризують специфічні особливості логістичних потоків підприємств аптечної торгівлі, обумовлені спрямованістю їх діяльності на забезпечення населення фармацевтичними та медичними товарами, методи управління логістичною діяльністю цих суб'єктів з урахуванням галузевих особливостей.

Питанням дослідження окремих закономірностей розміщення аптечних об'єктів, виявлення впливу чинників зовнішнього середовища на фармацевтичні організації, зокрема аптечні установи, присвячено роботи Р.Ю. Гаранкіної, А.А. Максимкіної [8], Л.В. Мошкової, Ю.А. Музири [9], А.С. Славич-Приступи, Д.О. Цургана [10], О.Є. Чуландіної [11] та ін.

Важливими напрямками формування та розвитку ЛСАМ виступають визначення оптимального розміру мережі (кількості торгових точок) і територіального розміщення (місцезнаходження аптек та аптечних пунктів). Розв'язання цих проблем необхідно вразовувати зовнішні відносно ЛСАМ чинники: демографічні, економічні, соціальні тощо.

До групи демографічних чинників можна віднести чисельність і щільність населення, чисельність пенсіонерів, рівень народжуваності тощо. Економічні чинники характеризуються показниками, рівня доходів населення, обсягу роздрібною торгівлі (зокрема аптечної) на душу населення, інтенсивністю конкуренції, розвиненістю транспортної інфраструктури тощо. Головними соціальними чинниками, що впливають на формування і розвиток ЛСАМ, виступають рівень життя населення, зайнятості працездатного населення, кількість лікувально-профілактичних установ на терито-

рії охоплення аптечної мережі.

Під час розв'язання проблеми територіального розміщення аптечної мережі необхідно брати до уваги особливості кожного конкретного регіону, міста, району, аналізувати конкурентне оточення, насиченість ринку аптечними установами, враховувати формат представлених на ринку аптек, рівень роздрібних цін, рівень платоспроможності населення. Крім того, у формуванні логістичної системи конкретної аптечної мережі необхідно брати до уваги її внутрішній потенціал (можливості росту, розвитку) та законодавчі особливості ціноутворення, що діють у межах регіону.

Отже, розв'язання проблеми стосовно формування чи розширення аптечної мережі повинно базуватися на глибокому аналізі реальної соціально-економічної ситуації у кожному конкретному регіоні, в якому планується відкриття нових торгових точок. З іншого боку, керівництву аптечної мережі доцільно проводити оптимізацію вже існуючих торгових точок і робити своєчасні висновки щодо доцільності ведення бізнесу в тій чи іншій локації, що впливає на ефективність функціонування ЛСАМ загалом.

У рамках даного дослідження чинники зовнішнього середовища, що впливають на формування і розвиток ЛСАМ, пропонується розглядати за трьома групами: демографічні, економічні й соціальні. Крім того, рішення стосовно формування чи розширення мережі повинно прийматися з урахуванням перспективності роботи на ринках різного територіального охоплення: глобальному, національному, регіональному чи локальному. Оскільки в роботі розглядається вітчизняний ринок аптечної торгівлі, то чинники зовнішнього середовища згруповані у розрізі трьох груп за трьома рівнями (рис. 1):

1) на національному рівні представлені чинники (показники) визначаються за кожною з областей України і визначається привабливість роботи на кожному з регіональних ринків (областей);

2) на регіональному рівні товарні ринки обмежуються територіальними межами міст і інших населених пунктів у рамках обраної для формування чи розширення аптечної мережі області (за результатами обирається кластер найбільш привабливих міст або конкретне місто з кластеру);

3) на локальному рівні оцінюються райони міста чи окремі товарні зони з точки зору їх привабливості й доцільності відкриття нових торгових точок (визначається конкретне розташування аптеки, аптечного пункту).

Розглянемо процедуру оцінки привабливості товарних ринків для аптечної торгівлі на національному рівні. Для цієї мети було зібрано статичні дані за регіонами України за 2018 р.

Зовнішніми чинниками на національному рівні були обрані наступні:

1) демографічні чинники:

1.1) чисельність населення областей, тис. чол.;

1.2) кількість живонароджених, тис. осіб;

2) економічні чинники:

2.1) кількість точок аптечної торгівлі в областях;

2.2) обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання, млн грн;

	Демографічні чинники	Економічні чинники	Соціальні чинники
Національний рівень	<ul style="list-style-type: none"> - чисельність населення областей; - кількість живонароджених за областями тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - обсяг реалізованої продукції суб'єктів господарювання за областями; - кількість активних підприємств сфери торгівлі; - кількість точок аптечної торгівлі; - наявний дохід на 1 особу; - середньомісячна заробітна плата; - загальний обсяг аптечних продажів областей; - середньорічний товарообіг 1 торгової точки і тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - кількість активних підприємств сфери охорони здоров'я і надання соціальної допомоги за областями; - зайняте населення у сфері торгівлі; - зайняте населення у сфері охорони здоров'я і надання соціальної допомоги тощо.
Регіональний рівень	<ul style="list-style-type: none"> - чисельність населення міст і населених пунктів області; - кількість живонароджених за населеними пунктами і тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - обсяг реалізованої продукції по містах; - середньомісячна заробітна плата робітників і службовців, зайнятих в економіці; - середній розмір місячної пенсії; - кількість аптек і аптечних пунктів у містах; - середній товарообіг 1 аптеки (аптечного пункту); - загальні витрати міського бюджету; - відношення рівня дотацій міста до доходів тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - кількість лікарів на 1000 населення у містах; - ємність амбулаторно-поліклінічних закладів (відвідувань за зміну); - зайнятість населення по містах тощо.
Локальний рівень	<ul style="list-style-type: none"> - щільність населення за районами міста (торговими зонами); - кількість новонароджених, пенсіонерів і т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> - середньомісячна заробітна плата в районах міста; - загальна кількість магазинів в районах міста; - насиченість локального ринку аптечними установами (кількість аптек і аптечних пунктів у торгових зонах); - середній товарообіг 1 аптеки (аптечного пункту); - загальний людинопотік мережі в районі (середня кількість людей, які перетинають квадрат 10 м поряд з торговою точкою); - покриття району торговою мережею тощо. 	<ul style="list-style-type: none"> - забезпеченість населення району лікарями; - ємність амбулаторно-поліклінічних закладів (відвідувань за зміну); - зайнятість населення по містах тощо.

Рис. 1. Класифікація зовнішніх чинників, впливу на формування і розвиток ЛСАМ на національному, регіональному і локальному рівнях [розроблено автором]

- 2.3) кількість активних підприємств (гуртова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів);
- 2.4) наявний дохід у розрахунку на одну особу, грн;
- 2.5) середньомісячна заробітна плата, грн;
- 2.6) кількість точок аптечної торгівлі на 1000 осіб;
- 2.7) середньорічний обсяг аптечних продажів на душу населення, грн/люд.;

3) соціальні чинники:

- 3.1) кількість активних підприємств (охорона здоров'я та надання соціальної допомоги);
- 3.2) зайняте населення (оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів), тис. осіб;
- 3.3) зайняте населення (охорона здоров'я та надання соціальної допомоги), тис. осіб.

Критерієм привабливості регіональних ринків аптечної торгівлі для формування і розвитку аптечних мереж виступає максимальний обсяг реалізації фармацевтичної продукції, зокрема товарообіг однієї торгової точки, оскільки збільшений товарообіг при незмінних постійних витратах приводить до підвищення прибутку і рентабельності окремої аптеки (аптечного пункту) і мережі загалом. Результуючими показниками під час оцінки доцільності роботи на регіональних ринках областей України обрано середній річний товарообіг 1 торгової точки (аптеки, аптечного пункту) Y_1 та загальний обсяг аптечних продажів в регіоні в грошовому вираженні Y_2 .

Наступним кроком аналізу привабливості регіональних ринків є групування (кластеризація) областей за виділеними чинниками.

Однак велика кількість факторів ускладнює процес групування та інтерпретацію результатів кластеризації. Крім того, обрані показники можуть корелювати між собою (наприклад, наявний дохід на душу населення та заробітна плата, чисельність населення

та кількість народжених), що знижує вірогідність адекватної кластеризації. Зазначені моменти вимагають скорочення кількості чинників, що впливають на розміщення аптечної мережі, й вибору найвагоміших з них, які характеризуються найбільшим впливом на цільові показники ефективності мережі (середньорічний товарообіг однієї точки аптечної торгівлі).

Для цього у роботі побудована кореляційна матриця взаємозв'язку чинників та результуючих показників і виявлені найвагоміші чинники, за якими буде здійснюватися групування регіональних ринків:

X_1 – чисельність населення областей, тис. чол.;

X_3 – кількість точок аптечної торгівлі в областях;

X_7 – середньомісячна заробітна плата, грн

X_9 – середньорічний обсяг аптечних продажів на душу населення, грн/люд.;

X_{10} – кількість активних підприємств (охорона здоров'я та надання соціальної допомоги);

X_{12} – зайняте населення (охорона здоров'я та надання соціальної допомоги), тис. осіб.

Оцінка доцільності роботи на певних регіональних ринках та кластеризація регіонів України з погляду їх привабливості для формування і розвитку аптечних мереж в дослідженні здійснювались на основі інструментарію нейронних мереж – самоорганізованих карт Кохонена (self organizing map – SOM), які дозволяють представляти результати багатовимірної кластеризації у вигляді двовимірних карт, де відстані між об'єктами відповідають відстаням між їх векторами в багатовимірному просторі, а самі значення ознак (показників) зображаються різними кольорами та відтінками [12].

В основі такої карти лежить нейронна мережа Ко-

хонена [13], яка складається з маючих зв'язки один з одним зв'язки двох шарів нейронів: вхідного і вихідного [14] та дозволяє вирішувати завдання описової статистики, пошуку залежностей у великих масивах даних, компактного представлення і візуалізації багатомірної інформації, кластеризації і класифікації.

Алгоритм функціонування самоорганізованих карт є один з варіантів кластеризації багатомірних векторів – алгоритм проєктування зі збереженням топологічної подоби.

Кластеризація нейронною мережею Кохонена проходить у два етапи:

1) навчання мережі й побудова відповідної їй карти, в результаті чого записи розподіляються за клітинками;

2) об'єднання отриманих клітинок у кластери алгоритмом k -найближчих сусідів (k -means) чи G -means.

В основі роботи алгоритму k -means лежить принцип оптимального у певному сенсі розбиття множини даних на k кластерів. Алгоритм покликаний згрупувати дані у кластери таким чином, щоб цільова функція алгоритму розбиття досягала екстремуму. Вибір числа k може базуватися на теоретичних міркуваннях чи інтуїції. Важливим показником у алгоритмах кластеризації є поняття центра кластеру – середнє значення змінних об'єктів, що входять в кластер. Алгоритм k -means реалізується у декілька етапів:

1. Попередній розподіл об'єктів за кластерами. Здається число кластерів k , і на першому кроці ці точки вважаються центрами кластерів. Кожному кластеру відповідає один центр. Вибір початкових центрів здійснюється випадковим чином. У результаті кожного об'єкт назначається відповідному кластеру.

2. Ітераційний процес. Розраховуються нові центри кластерів і об'єкти перерозподіляються. Процес розрахунку центрів і перерозподілу об'єктів продовжується доти, доки не стабілізуються центри кластерів, тобто всі об'єкти належатимуть кластеру, якому вони належали до поточної ітерації.

Якщо ж число кластерів назначити складно, то використовують алгоритм g -means, який визначає число кластерів у моделі на основі послідовного виконання статистичного тесту на те, що дані всередині кожного кластеру відповідають певному гаусівському (Gaussian) закону розподілу. Якщо тест дає негативний результат, кластер розбивається на два нових кластери (алгоритмом k -means) з центрами, розташованими на осі головних компонент [15].

Важливою відмінністю алгоритму SOM є те, що в ньому всі нейрони (вузли, центри класів) упорядковані у певну структуру (двовимірну сітку). Проте у ході навчання модифікується не тільки нейрон-переможець (нейрон карти, який найбільшою мірою відповідає вектору входів і визначає, до якого класу належить приклад), але й його сусіди, хоча й меншою мірою.

У зв'язку з цим карти Кохонена можна віднести до методів проєктування багатомірного простору в простір з нижчою розмірністю. Використовуючи цей алгоритм, вектори, близькі у початковому просторі, розташовують рядом і на отриманій карті. SOM передбачає використання впорядкованої структури нейронів, водночас кожний нейрон є n -вимірним век-

тором-стовбцем, де n визначається розмірністю початкового простору (розмірністю вхідних векторів).

Нейрони самоорганізованих карт взаємодіють один з одним. Величина такої взаємодії визначається відстанню між ними на карті. Кожному нейрону мережі Кохонена відповідає свій вектор ознак, в залежності від якого відповідна клітинка на карті буде мати свій колір: від синього (з найнижчими значеннями елементів вхідних векторів) до червоного (з найбільшими значеннями).

Враховуючи характер показників, що пропонується використовувати для кластеризації регіональних ринків аптечної торгівлі, слід зазначити, що найбільші значення чинників X_1 , X_7 , X_9 , X_{10} , X_{12} будуть визначати найбільш привабливий ринок.

Стосовно показника X_3 – кількість точок аптечної торгівлі, то тут ситуація кардинально інша. Даний чинник характеризує насиченість ринку аптечними установами, присутність «конкурентного оточення», рівень конкуренції, конкурентний ризик, тобто чим меншим є його значення, тим привабливіший регіон для розвитку аптечної мережі. Тому для адекватного відображення даного показника на картах Кохонена необхідна процедура його нормалізації. Крім того, доцільніше брати до уваги не загальну кількість торгових точок в регіоні, а кількість точок аптечної торгівлі на 1000 осіб населення. Формула для нормалізації показника має наступний вигляд:

$$X_3^{\text{нормі}} = \frac{X_3^{\text{міні}}}{X_3^{\text{і}}}, \quad (1)$$

де $X_3^{\text{нормі}}$ – нормоване значення кількості точок аптечної торгівлі на 1000 осіб населення в i -му регіоні;

$X_3^{\text{міні}}$ – мінімальне значення кількості торгових точок на 1000 осіб населення серед регіонів України;

$X_3^{\text{і}}$ – фактичне значення кількості торгових точок на 1000 осіб населення в i -му регіоні.

Таким чином, чим ближче нормоване значення кількості торгових точок до 1, тим меншим рівнем конкуренції характеризується регіональний ринок, і навпаки – близьке до 0 значення показника свідчить про високий рівень конкуренції (високу насиченість регіонального ринку аптечними установами).

Розрахунок нормованих значень показника кількості торгових точок на 1000 осіб населення за областями України подано у табл. 1.

Показник $X_3^{\text{нормі}}$ буде характеризувати рівень конкуренції на регіональному ринку аптечної торгівлі лише тоді, якщо досліджувана аптечна мережа не представлена на даному ринку, а лише планує виходити на нього. У протилежному випадку необхідно скоректувати показник X_3 на власні торгові точки (відрахувати).

Кластеризація областей України з точки зору їх привабливості для формування і розвитку аптечних мереж за виділеними показниками X_1 , X_3 , X_7 , X_9 , X_{10} , X_{12} здійснена в програмному продукті Deductor Academic 5.3.

Нормовані значення кількості торгових точок аптечної торгівлі на 1000 осіб населення за регіонами України [систематизовано автором]

Область	$X_3^{нормі}$	Область	$X_3^{нормі}$
Вінницька	0,8049	Одеська	0,7444
Волинська	0,9214	Полтавська	0,8178
Дніпропетровська	0,7967	Рівненська	0,9960
Донецька	0,9409	Сумська	0,8174
Житомирська	0,8645	Тернопільська	0,7736
Закарпатська	0,7315	Харківська	0,8427
Запорізька	0,8468	Херсонська	0,8407
Івано-Франківська	0,7528	Хмельницька	0,7491
Київська	0,9177	Черкаська	0,7362
Кіровоградська	0,6513	Чернівецька	0,8169
Луганська	0,7691	Чернігівська	1,0000
Львівська	0,8624	м. Київ	0,8546
Миколаївська	0,7974	Мінімальна кількість торгових точок на 1000 осіб у Чернігівській області	

Нормоване значення X_3 розраховано попередньо за формулою (1), для решти показників програма дозволяє реалізувати автоматичну лінійну нормалізацію вхідних масивів за формулою перетворення полів з безперервним видом даних:

$$X_{норм} = \frac{X - X_{min}}{X_{max} - X_{min}} \cdot (b - a) + a, \quad (2)$$

де $X_{норм}$ – нормоване значення;

X – поточне значення;

X_{min} , X_{max} – мінімальні та максимальні значення

поля;

a , b – межі діапазону приведення.

Метою нормалізації значень полів є перетворення даних до вигляду, найбільш прийнятному для обробки алгоритмом. Як правило, значення полів приводяться до діапазону $[X_{min}; X_{max}]$, тобто мініальному значенню з початкового діапазону буде відповідати X_{min} , а максимальному X_{max} . Решта значень розподілиться між X_{min} та X_{max} .

Результати побудови самоорганізованих карт Кохонена у програмі Deductor Academic 5.3 ілюструє рис. 2.

Розбиття регіонів України на кластери подано на рис. 3. Як бачимо з рис. 3, регіональні ринки аптечної торгівлі згруповані у 4 кластери за ступенем їх привабливості для формування і розвитку аптечних мереж.

Окремий кластер утворює м. Київ (кластер 1 на рис. 3). Для даного кластеру характерним є найбільша щільність населення, найвищий рівень доходів, максимальний обсяг аптечних продажів на душу населення, найбільша кількість лікувально-профілактичних установ і лікарів на душу населення, тобто столичний ринок є привабливим для розвитку аптечних мереж. Водночас на зазначеному ринку надто високий рівень конкуренції та значна насиченість аптечними установами. Крім того, для локальної аптечної мережі спроби виходу на аптечний ринок м. Києва будуть натикатися на певні бар'єри з боку столичних, мульти-регіональних і національних аптечних мереж.

Розподіл областей України за кластерами пред-

ставлено у табл. 2. Регіони України згруповані у 3 кластери: А+ (з високим рівнем привабливості для формування і розвитку аптечних мереж), А (з середнім рівнем привабливості) та А- (з низьким рівнем привабливості). За профілями можна зробити висновок, що найбільш однорідними є кластери з відповідними номерами 0 (А+), 1 (м. Київ) та 3 (А-). Кластер 2 (А) характеризується меншою схожістю між об'єктами всередині кластеру.

Звернімося до матриці порівняння, яка показує наскільки кластери схожі один на одного і мають однакові елементи у відсотковому та кольоровому співвідношенні. Так, елементи, що містяться у кластері 3 (А-) містяться ще й у кластерах 0 (А+), 1 (м. Київ), 2 (А) і складають в них 44,95 %, 5,15 % та 72,49 % відповідно. Підсумовуючи результати кластеризації регіонів України, слід зазначити, що найбільш привабливими областями з погляду розвитку аптечного бізнесу є Дніпропетровська, Львівська і Харківська. Друге місце посідають регіональні ринки Запорізької, Київської, Одеської та Полтавської областей.

Методика оцінки впливу зовнішніх чинників (демографічних, економічних і соціальних) на розміщення логістичних систем аптечних мереж на регіональному (за містами в регіоні) і локальному (за районами міст чи торговими зонами) рівнях аналогічна національному рівню з певним коректуванням показників (рис. 1).

Вдале розміщення торгових точок аптечної мережі на локальному рівні забезпечує великий і стабільний товарообіг, лояльність постійних клієнтів, підтримує позитивний імідж аптеки (аптечного пункту) і мережі загалом.

Продумане географічне розташування аптеки (аптечного пункту) створить покупцеві максимально комфортні умови, що разом з іншими заходами привабливості клієнтів (зовнішнє оформлення торгової точки, зовнішня реклама, цінова політика, широта асортименту, якість обслуговування, додаткові послуги, кваліфікований, уважний і привітний персонал тощо), визначить його вибір між кількома конкуруючими аптечними мережами чи одиничними аптечними підприємствами, що дозволить збільшити потік потенційних клієнтів і скоротити витрати на їх впорядкування.

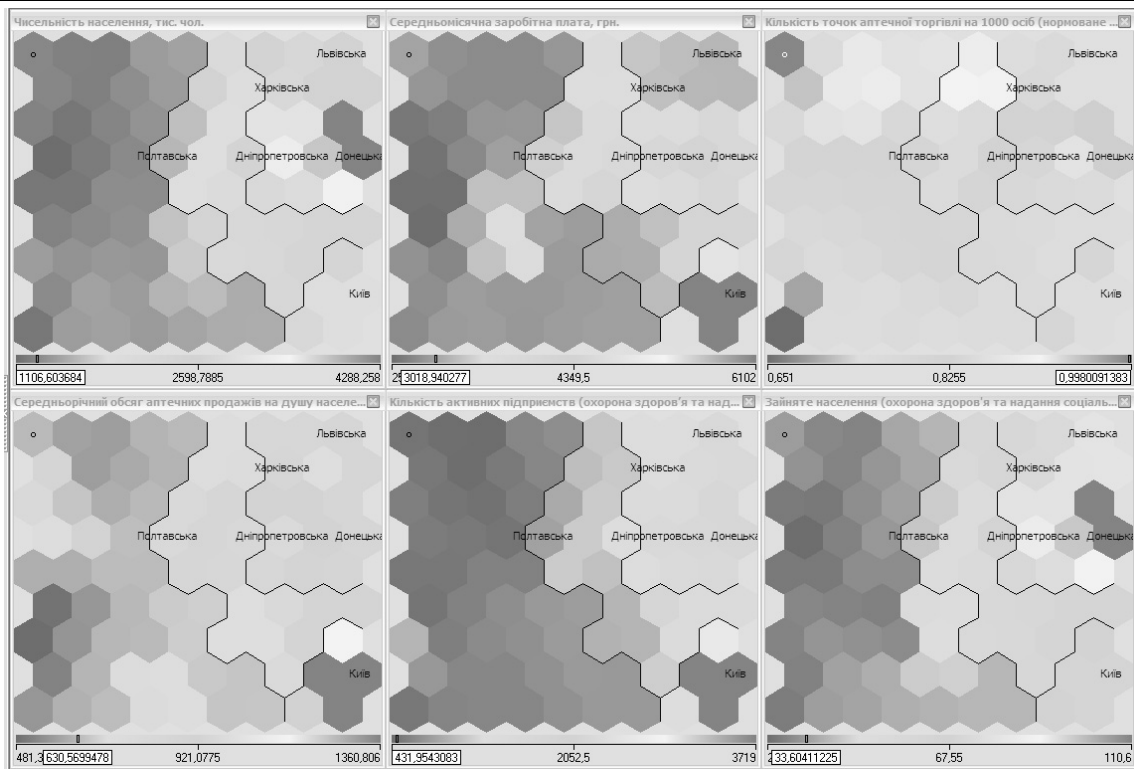


Рис. 2. Карти Кохонена для показників $X_1, X_3, X_7, X_9, X_{10}, X_{12}$ [побудовано автором]

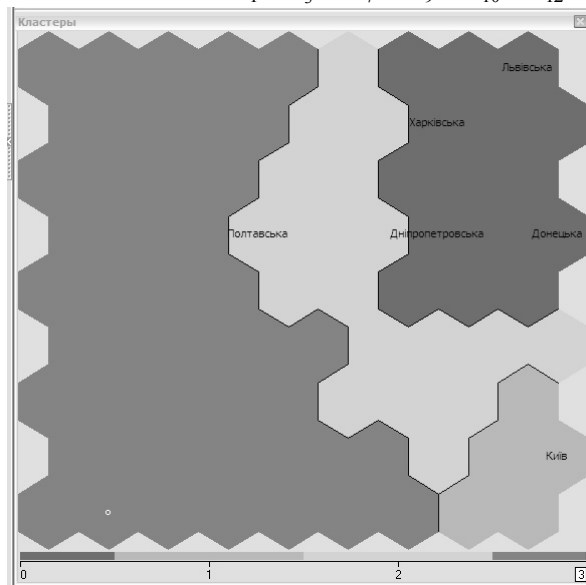


Рис. 3. Групи регіонів за рівнем привабливості для розвитку аптечних мереж [побудовано автором]

Таблиця 2

Кластеризація регіональних ринків аптечної торгівлі в Україні [побудовано автором]

Кластер у програмі Deductor	Позначення кластеру	Рівень привабливості	Області	Характеристика
1	2	3	4	5
Кластер 0	A+	високий	Дніпропетровська, Львівська, Харківська	<p><i>Найбільш привабливі регіональні ринки</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Висока щільність населення; 2) Рівень доходів вище середнього по країні; 3) Великий середньорічний обсяг аптечних продажів на душу населення (в середньому 839 грн); 4) Велика кількість лікувально-профілактичних установ; 5) Найбільша чисельність лікарів й іншого медичного персоналу; 6) Помірний рівень конкуренції і насиченості ринку аптечними установами.

1	2	3	4	5
Кластер 2	A	середній	Запорізька, Київська, Одеська, Полтавська	<p><i>Привабливі регіональні ринки</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Середня щільність населення (60 – 79 чол./км²); 2) Рівень заробітної плати нижче середнього рівня по країні (в середньому 3421,6 грн проти 3728 грн); 3) Нижчий рівень обсягу аптечних продажів на душу населення (близько 700-800 грн); 4) Кількість підприємств сфери охорони здоров'я і надання соціальної допомоги на середньому рівні (близько 1000 на область); 5) Середній рівень зайнятого населення у сфері охорони здоров'я і надання соціальної допомоги (в середньому 54 тис. осіб); 6) Середній рівень конкуренції і насиченості ринку аптеками, аптечними пунктами.
Кластер 3	A-	низький	Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська	<p><i>Найменш привабливі регіональні ринки</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Переважно низька щільність населення за окремим винятком (Тернопільська, Хмельницька, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області); 2) Рівень доходів населення значно нижче середнього рівня по країні (2911,27 грн проти 3728 грн); 3) Найменший рівень обсягу аптечних продажів (в 500-600 грн/люд.); 4) Незначна кількість лікувально-профілактичних установ; 5) Найнижча чисельність населення, зайнятого у сфері охорони здоров'я і надання соціальної допомоги (32,5 тис. осіб в середньому за областями); 6) Високий показник кількості торгових точок, середній рівень конкуренції.

На локальному рівні проблема розміщення торгових точок повинна вирішуватися на основі врахування інтенсивності людинопотоку поблизу потенційного місцезнаходження аптеки (аптечного пункту), наявності конкурентного оточення, транспортних потоків і особливостей району загалом (промислова зона, бізнес-центр, спальний район тощо). Водночас поряд з методикою побудови самоорганізованих карт Кохонена, у визначенні оптимального розміщення торгових точок аптечної мережі на локальному рівні можна використовувати інструменти картографічного аналізу (заснований на отриманні необхідної інформації за допомогою карт для наукового і практичного пізнання відображених на них явищ) та ГІС-моделювання.

Останнє передбачає використання геоінформаційних систем – сукупності апаратних засобів, програмного забезпечення і процедур, що дозволяють управляти, маніпулювати, аналізувати, моделювати, представляти та показувати геореферентні дані для вирішення комплексних проблем ефективного планування й управління ресурсами [16, с. 29]. Зокрема, у дослідженні А.Ф. Імангаліна [17] детально розглядається проблема оцінки розміщення торгових об'єктів, зокрема аптечних установ, у великих містах із застосуванням ГІС-технологій (система ArcGIS, моделі Network Analyst та SpatialAnalyst).

Наступним етапом дослідження, після оцінки перспективності роботи на регіональних, міських і локальних ринках аптечної торгівлі, є визначення оптимальної кількості торгових точок аптечної мережі на цих ринках, починаючи з локального, тобто в межах районів міста (торгових зон). Таким чином, завдання формулюється так: для найбільш перспективних торгових зон, визначених за допомогою карт Кохонена,

розрахуємо оптимальну кількість аптек (аптечних пунктів) у логістичній системі аптечної мережі.

Для вирішення цього завдання насамперед необхідно оцінити кількість потенційних клієнтів у торговій зоні. Якщо відштовхуватися тільки від кількості людей, що проживають в даній зоні, то у даній ситуації не враховується тип зони (спальний район, промислова зона чи район з великим зосередженням офісів компаній), який значно впливає на кількість потенційних клієнтів.

Наприклад, людина може стати клієнтом аптеки (аптечного пункту), що розташована недалеко від її місця роботи, а не в районі проживання. Тому як потенційного клієнта аптек у даній торговій зоні розглядають будь-яку людину, яка проживає та/чи працює в даній зоні:

$$K_i = L_i + W_i, \tag{3}$$

де K_i – кількість потенційних клієнтів аптек у i -тій торговій зоні;

L_i – кількість людей, що проживають в i -тій торговій зоні;

W_i – кількість людей, що працюють в i -тій зоні.

Однак за такого підходу всі «працюючі» клієнти будуть враховані двічі – у торговій зоні проживання і в торговій зоні, де вони працюють, зокрема й клієнти, що й проживають і працюють в одній зоні.

Тому отриману кількість потенційних клієнтів аптек у i -тій торговій зоні з метою усунення подвійного обліку клієнтів необхідно скоректувати, в результаті чого отримаємо формулу:

$$K_i = \frac{L_i + W_i}{1 + D}, \tag{4}$$

де D – частка зайнятого населення даного міста чи міської агломерації.

На основі кількості потенційних клієнтів розрахуємо загальний прогнозований виторг аптек, розміщених в одній торговій зоні:

$$V_{totali} = K_i \times S_j, \quad (5)$$

де V_{totali} – загальний прогнозований виторг аптек в i -тій торговій зоні, грн/міс.;

S_j – середні витрати однієї людини на лікарські засоби в j -тому регіоні (області), грн/міс.

Розрахуємо середній прогнозований виторг однієї аптеки (аптечного пункту) у досліджуваній торговій зоні:

$$V_{apti} = \frac{V_{totali}}{n_i}, \quad (6)$$

де V_{apti} – виторг однієї аптеки у i -тій торговій зоні, грн/міс.;

n_i – кількість існуючих аптек (в тому числі й аптек конкурентів) в i -тій торговій зоні.

Тоді у розміщенні в даній торговій зоні нової аптеки прогнозований виторг кожної з аптек складе:

$$V_{apti} = \frac{V_{totali}}{n_i + 1}. \quad (7)$$

Якщо в досліджуваній зоні планується відкриття m нових аптек (аптечних пунктів), то виторг кожної з них буде дорівнювати:

$$V_{apti} = \frac{V_{totali}}{n_i + m_i}, \quad (8)$$

де m_i – планована кількість нових аптек в i -тій торговій зоні.

У визначенні оптимальної кількості нових аптек для окремої перспективної торгової зони основним обмеженням виступає середній виторг аптеки (аптечного пункту) загалом в Україні (за статистичними даними 2018 р. цей показник складає 144092,58 грн/міс.).

Отже, оптимальна кількість нових аптек для досліджуваної перспективної торгової зони буде визначатися наступним способом:

$$m_i \rightarrow \max : V_{apti} > \bar{V}, \quad (9)$$

де \bar{V} – середній виторг аптеки (пункту) в Україні, грн/міс.

Виходячи з формули (9), у перспективній зоні доцільно відкривати нові аптеки (аптечні пункти) доти, доки середній виторг аптек у даній торговій зоні більше середньої виручки аптек в Україні. У визначенні розміру аптечної мережі у рамках конкретної торгової зони (району міста) поряд з новими торговими точками необхідно також враховувати вже присутні на даному локальному ринку. З урахуванням викладених у даному підрозділі роботи результатів дослідження запропоновано процедуру визначення просторово-кількісних параметрів ЛСАМ у процесі їх формування та розвитку (рис. 4).

На першому етапі визначаються перспективні регіони для формування і розвитку ЛСАМ, на другому етапі – перспективні міста, селища та інші населені пункти з найбільш перспективними покупцями і споживачами. За таких умов визначається рівень доходу споживачів, культура споживання товарів, спожива-

ння на душу населення, насиченість населених пунктів аптечними установами, рівень конкуренції. Після вибору населеного пункту для розміщення торгових точок аптечної мережі проводиться деталізований відбір потенційних торгових зон для розміщення аптек (аптечних пунктів). На даному етапі проводиться оцінка клієнтопотоків, доступність торгової точки для клієнтів з автомобільним транспортом тощо.

Визначення оптимальної кількості торгових точок в аптечній мережі здійснюється у зворотній ієрархічній послідовності від локального до національного рівня (рис. 4), оскільки кількість точок залежить від місцевих особливостей конкретного району (щільність населення, інтенсивність і напрями руху транспортних потоків, типи жилих будов тощо), кількості й характеристик населення, що проживає та працює, рівня конкуренції та інших чинників. Крім того, можливості аптечної мережі стосовно відкриття нових торгових точок обмежуються її внутрішнім ресурсним потенціалом (головним чином, наявністю інвестиційних ресурсів, що можуть бути спрямовані на розширення мережі).

Розрахунок оптимальної кількості торгових точок аптечної торгівлі здійснюється окремо для кожного перспективного району міста. Сума кількості точок за всіма районами визначає розмір аптечної мережі в рамках міста (етап 5 на рис. 4). Під час визначення розміру аптечної мережі на національному рівні підсумовується оптимальна кількість торгових точок за всіма населеними пунктами областей і всіма областями (перспективними регіональними ринками аптечної торгівлі).

ВИСНОВКИ

Приведена у рамках підрозділу методика визначення просторово-кількісних параметрів ЛСАМ дозволяє врахувати вплив чинників зовнішнього середовища (демографічних, економічних, соціальних) на формування і розвиток ЛСАМ, зокрема рівень конкуренції та насиченості ринку аптечними установами; визначити перспективні ринки для розвитку аптечної мережі на національному, регіональному і локальному ринках (просторові характеристики ЛСАМ), обрати найбільш прийнятний варіант розміщення аптечної мережі, визначити оптимальну кількість торгових точок у ЛСАМ на локальних і регіональних ринках з урахуванням внутрішнього потенціалу мережі, а також розмір аптечної мережі в цілому, тобто на національному рівні (кількісні характеристики ЛСАМ).

Список використаних джерел

1. Бабічева Г.С., Мнушко З.М. Аналіз сучасних напрямків розвитку ринкової діяльності аптечних підприємств. *Український журнал клінічної та лабораторної медицини*. 2009. Т. 4. № 1. С. 7–11.
2. Гридасов В.І., Оридорога Л.М., Винник О.В. Фармацевтичне і медичне товарознавство. Х.: Вид-во НФАУ; Золоті сторінки, 2002. 160 с.
3. Громовик Б.П. Методологічні аспекти управління інтегрованими поточковими процесами у фармацевтичній галузі. *Фармацевтичний журнал*. 2003. № 3. С. 3–11.
4. Клуноко Н.С., Рета М.В. Оцінка витрат і ефективності функціонування логістичної системи фармацевтичних підприємств України. *Бізнес-Інформ*. 2011. № 10. С. 76–80.

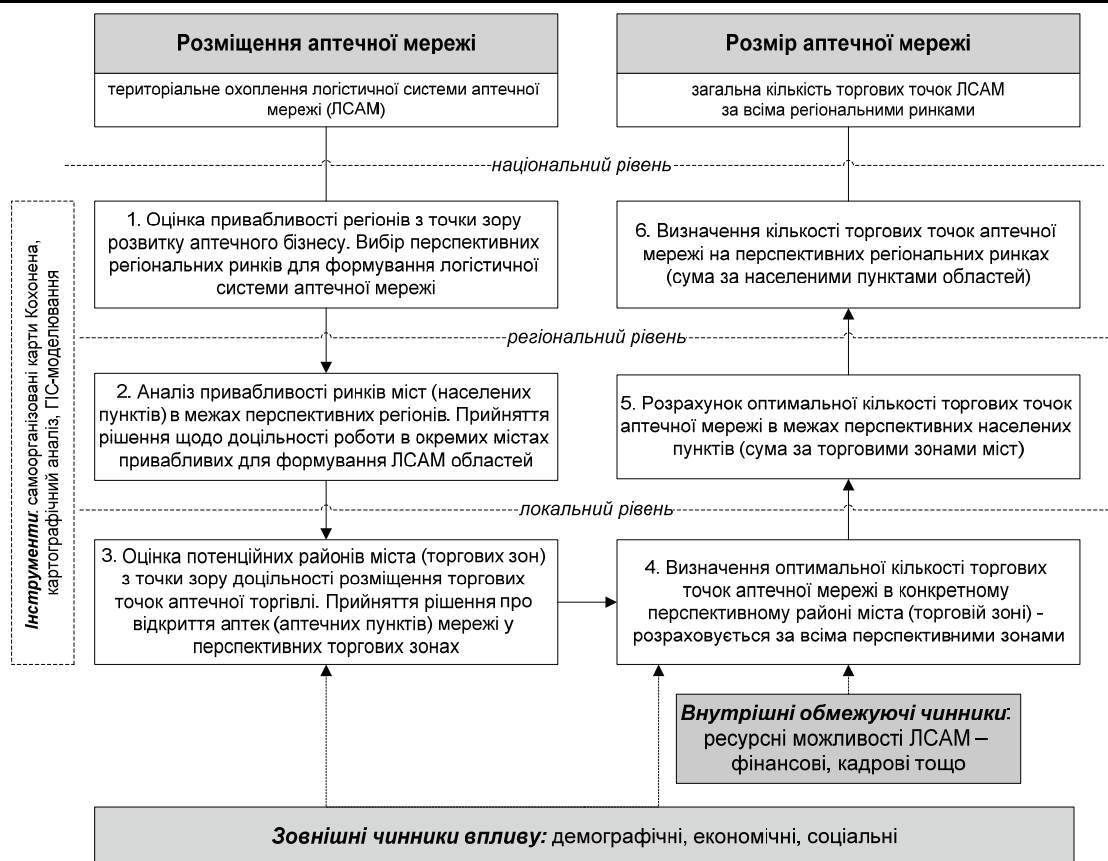


Рис. 4. Визначення просторово-кількісних характеристик ЛСАМ [побудовано автором]

5. Мнушко З.М., Бабічева Г.С. Дослідження витрат робочого часу працівників аптечних мереж на маркетингову діяльність. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2009. № 2 (4). С. 49–56.

6. Посилкіна О.В., Хромих А.Г. Актуальність впровадження інтегрованої логістики в фармації. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2011. № 5. С. 36–42.

7. Сагайдак-Нікітюк Р.В. Методичні підходи до розрахунку оптимальної площі складів фармацевтичних підприємств з урахуванням вимог логістики та міжнародних правил GMP і рекомендацій GSP. *Фармацевтичний часопис*. 2009. № 3 (9). С. 71–75.

8. Максимкіна Е.А. Институциональные основы формирования и функционирования системы саморегулирования фармацевтического рынка России: дисс. ... д-ра фарм. наук: 15.00.01 / Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московская медицинская академия». Москва, 2004. 326 с.

9. Музыра Ю.А., Канакина Т.А. Оценка показателей экономической эффективности аптечных предприятий. *Фармация*. 2008. № 6. С. 34–37.

10. Цурган Д.А. Разработка методических подходов к определению основных принципов развития аптечной сети как фактора совершенствования лекарственного обеспечения населения (на примере Воронежской области): дисс. ... канд. фарм. наук: 15.00.01 / ГОУВПО «Пермская государственная фармацевтическая академия». Пермь, 2005. 186 с.

11. Чупандина Е.Е. Анализ влияния некоторых факторов внешней среды на потребление лекарственных средств и изделий медицинского назначения на региональном уровне. *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Химия. Биология. Фармация. 2004. № 2. С. 216–219.

12. Паклин Н.Б., Орешков В.И. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям. СПб.: Питер, 2010. 704 с.

13. Kohonen T. *Self-Organizing Maps*. 3rd ed. New York: Springer Verlag, 2001.

14. Deductor. *Руководство по алгоритмам*: версия 5.2.0. Рязань: BaseGroup™ Labs, 2010. 38 с.

15. Deductor. *Руководство аналитика*: версия 5.3. Рязань: BaseGroup™ Labs, 2013. 219 с.

16. Шипулін В.Д. Основні принципи геоінформаційних систем. Х.: Харк. нац. акад. міськ. госп-ва, 2010. 313 с.

17. Имангалин А.Ф. Размещение и территориальная доступность рыночных услуг в крупных городах: дисс. ... канд. географ. наук: 25.00.24 / МГУ им. М. В. Ломоносова. Москва, 2015. 152 с.

References

1. Babicheva H.S., Mnushko Z.M. Analysis of modern trends in the market activity of pharmacies. *Ukrainian Journal of Clinical and Laboratory Medicine*. 2009. Vol. 4. № 1. pp. 7–11. (in Ukrainian).

2. Hrydasov V.I., Orydoroha L.M., Vynnyk O.V. *Pharmaceutical and medical commodity science*. Kharkiv: NFAU Publishing; Golden Pages, 2002. 160 p. (in Ukrainian).

3. Hromovuk B.P. Methodological aspects of management of integrated flow processes in the pharmaceutical industry. *Pharmaceutical Journal* 2003. № 3. pp. 3–11. (in Ukrainian).

4. Klunko N.S., Reta M.V. Estimation of expenses and efficiency of functioning of logistic system of the pharmaceutical enterprises of Ukraine. *Biznes-Inform*. 2011. № 10. pp. 76–80. (in Ukrainian).

5. Mnushko Z.M., Babicheva H.S. Research of working hours of employees of pharmacy networks for marketing activities. *Management, economics and quality assurance in pharmacy*. 2009. № 2 (4). pp. 49–56. (in Ukrainian).

6. Posylkina O.V., Khromykh A.H. The relevance of the introduction of integrated logistics in pharmacy. *Management, economics and quality assurance in pharmacy*. 2011. № 5. pp. 36–42. (in Ukrainian).

7. Sahaidak-Nikitiuk R.V. Methodical approaches to calculating the optimal area of warehouses of pharmaceutical companies, taking into account the requirements of logistics and international

GMP rules and GSP recommendations. *Pharmaceutical Journal*. 2009. № 3 (9). pp. 71–75. (in Ukrainian).

8. Maksimkina Ye.A. Institutional foundations for the formation and functioning of the self-regulation system of the pharmaceutical market in Russia: diss. ... Doctor in pharmaceutical sciences: 15.00.01 / Moscow Medical Academy. Moscow, 2004. 326 p. (in Russian).

9. Muzyra Yu.A., Kanakina T.A. Assessment of indicators of the economic efficiency of pharmacy enterprises. *Pharmacy*. 2008. № 6. pp. 34–37. (in Russian).

10. Tsurgan D.A. Development of methodological approaches to defining the basic principles of the development of a pharmacy network as a factor in improving drug supply for the population (on the example of the Voronezh region): diss. ... Ph.D. in pharmaceutical sciences. Perm: Perm State Pharmaceutical Academy, 2005. 186 p. (in Russian).

11. Chupandina Ye.Ye. Analysis of the influence of some environmental factors on the consumption of medicines and

medical products at the regional level. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Chemistry. Biology. Pharmacy*. 2004. № 2. pp. 216–219. (in Russian).

12. Paklin N.B., Oreshkov V.I. *Business analytics: from data to knowledge*. Saint Petersburg: Piter, 2010. 704 p. (in Russian).

13. Kohonen T. *Self-Organizing Maps*. 3rd ed. New York: Springer Verlag, 2001.

14. *Deductor. Algorithms Guide: Version 5.2.0 (2010)*. Ryazan: BaseGroup™ Labs, 2010. 38 p. (in Russian).

15. *Deductor. Analyst's Guide: Version 5.3*. Ryazan: BaseGroup™ Labs, 2013. 219 p. (in Russian).

16. Shypulin V.D. *Basic principles of geoinformation systems*. Kharkiv: Kharkiv National Academy of Municipal Services, 2010. 313 p. (in Ukrainian).

17. Imangalin A.F. *Accommodation and territorial availability of market services in large cities: diss. ... Ph.D. in geographical sciences: 25.00.24 / Moscow State University after M. Lomonosov*. Moscow, 2015. 152 p. (in Russian).

ПОШИВАЛОВА

Олена Володимирівна
elenaposhivalova1956@gmail.com

УДК 620.92:338.45

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО
ПІДПРИЄМСТВАMODELING OF BUSINESS PROCESSES OF THE COMMERCIAL
ENTERPRISEк.фіз.-мат.н., доцент, Дніпровський
національний університет імені
Олеся ГончараDOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.3>**POSHYVALOVA Olena Volodymyrivna** – PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor, Dnipro National University after Oles Honchar

У роботі розглянуто особливості формування бізнес-моделі торговельного підприємства на основі удосконалення обліково-аналітичного забезпечення. Доведено особлива роль раціональної організації обліку під час реалізації принципів реінжинірингу в бізнес-процесах підприємства. Водночас облікові показники, що є в звітній інформації, мають бути точними, достовірними та значимими, пристосовані для передачі та розпізнавання всіма апаратними і технологічними засобами без викривлень. Побудована схема реінжинірингу обліково-аналітичного забезпечення управління запасами за цільовим призначенням. Визначено, що прогнозування перспектив розвитку підприємства на основі проведення реінжинірингу обліково-аналітичної системи дає можливість виявити кращі напрями його діяльності, оцінити нові можливості й альтернативи, що використовується при складанні балансових звітів у прогностичному оцінюванні та сприяє раціональному використанні ресурсів.

* * *

В работе рассмотрены особенности формирования бизнес-модели торгового предприятия на основе совершенствования учетно-аналитического обеспечения. Доказано особую роль рациональной организации учета при реализации принципов реинжиниринга в бизнес-процессах предприятия. При этом учетные показатели, которые есть в отчетном информации, должны быть точными, достоверными и значимыми, приспособленные для передачи и распознавания всеми аппаратными, а также технологическими средствами без искажений. Построена схема реинжиниринга учетно-аналитического обеспечения управления запасами по целевому назначению. Определено, что прогнозирование перспектив развития предприятия на основе проведения реинжиниринга учетно-аналитической системы дает возможность выявить лучшие направления его деятельности, оценить новые возможности и альтернативы, которые используются при составлении балансовых отчетов в прогностической оценке и способствуют рациональному использованию ресурсов.

* * *

The work considers the peculiarities of formulating the business model of the commercial enterprise on the basis of improvements in the accounting and analytical support. A particular role of the rational organization of accounting in the implementation of principles of re-engineering in the enterprise business processes has been proven within the scope of the presented paper. For these purposes, the accounting ratios and indicators represented in the reporting information must remain precise, reliable and relevant, adapted to transfer and identification by all hardware resources and technological means without data corruption. The paper incorporates the elaborated scheme for re-engineering of accounting and analytical support for inventory management according to the intended purposes. It is determined that forecasting of the prospects of the enterprise development based upon conducting re-engineering of the accounting and analytical system serves to establish the best possible directions for its activity, to evaluate new possibilities and alternatives that are employed in drafting the balance statements in the process of predictive assessment and promotes the rational use of resources. The re-engineering is based upon the use of the latest information technologies. Therefore, quite frequently re-engineering becomes compared to the notions of computerization of business processes, automation and reorganization of the enterprise. The processes must be conceived with the use of modern communication technologies, use of the Internet, objective multi-level models for development of computing systems, achievements in the domain of databases. Information technologies are intended to facilitate the management of large amounts of data. Implementation of the principles of re-engineering within the practical activity of enterprises requires continuous stimulation of the personnel towards their professional growth. Introduction of the computer-mediated system of accounting at the enterprise must be preceded by the re-engineering of business processes, i.e. re-thinking and re-designing the enterprise activities for the purpose of achieving sizeable improvements in such key indicators of modern business management as the profit, the quality, the level of service and the prompt responsiveness. The success of re-engineering is bound with fast transformations in the enterprise while namely the radical nature of measures applied serves as the key indicator. It is imperative that enterprise employees would be committed to radical and swift changes in their work, with the corresponding absence of conflicts. Another point of success would be managing every employee of the company to form a common and specific understanding of the future of enterprise.

Ключові слова: бізнес-процес, реінжиніринг, обліково-аналітична система, балансовий звіт, комп'ютеризація господарських процесів

Ключевые слова: бизнес-процесс, реинжиниринг, учетно-аналитическая система, балансовый отчет, компьютеризация хозяйственных процессов

Keywords: business process, re-engineering, accounting and analytical system, balance statement, computerization of business processes

ВСТУП

Для підвищення ефективності роботи необхідне переосмислення бізнес-процесів підприємства. Сто-совно облікової системи це завдання вирішується за допомогою одночасної реорганізації усіх бізнес-процесів. Розпочинати даний процес необхідно з планування, бюджетування, обліку витрат, управління вартістю продукції, комерційної діяльності та інших тісно пов'язаних процесів, на основі створення єдиного інформаційного простору та використання електронного документообороту, чому сприятиме проведення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві [1, 2].

Основні етапи реінжинірингу включають: формалізацію, аналіз реальних процесів, виявлення їх основних недоліків; вироблення пропозицій з їх оптимізації, моделювання оптимального процесу, його формалізація, перебудова наявного процесу відповідно до знову розробленого та його налагодження [3].

Ці етапи виконують ряд поставлених завдань:

– вдосконалити використання таких ресурсів, що в результаті мінімізує витрати виробництва та забезпечити оптимальне поєднання різних видів діяльності [4];

– побудова бізнес-процесів, що здатні швидко пристосовуватися до зміни потреб споживачів продукції [5];

– підвищити оборотність капіталу і зростання всіх економічних показників підприємства, за допомогою визначення найкращої послідовності виконуваних функцій, що призведе до скорочення циклу виробництва та продажу товарів і послуг [6].

Реінжиніринг доводить, що головною причиною такого поділу є неефективна організація функціонування компанії. І єдиний шлях досягнення разючого поліпшення функціонування – це застосування цілісного підходу до наскрізних процесів [7, 8].

Ключовими показниками бізнес-процесів є операційні витрати та витрати з обслуговування клієнтів: купівля запасів, виробництво, збут, транспортування (перевезення) запасів, розподіл, клієнтський сервіс та складські послуги.

Реінжиніринг базується на використанні новітніх інформаційних технологій. Тому досить часто реінжиніринг порівнюють з поняттями комп'ютеризації господарських процесів, автоматизації та реорганізації підприємства. Процеси повинні будуватися із застосуванням сучасних комунікаційних технологій, використанням Internet, об'єктивних багаторівневих моделей для побудови обчислювальних систем, досягнень в області баз даних. Інформаційні технології покликані спростити роботу з великим обсягом інформації, отримати доступ до усіх працівників, стимулювати їх професійне зростання, спростувати передачу інформації.

Впровадженню комп'ютерної системи бухгалтерського обліку на підприємстві повинен передувати реінжиніринг бізнес-процесів, тобто переосмислення та перепроектування діяльності підприємства для досягнення суттєвих покращань в таких ключових для сучасного бізнесу показниках як прибуток, якість, рівень обслуговування та оперативність.

Підприємство повинно налаштуватися на систему, а система, яка несе в собі технологію управління та досвід попередніх впроваджень, так само адаптується до конкретного бізнесу.

МЕТА роботи – формування бізнес-моделі торговельного підприємства на основі вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet. Під час проведення дослідження використано методологію бізнес-моделювання IDEF0 (Integration Definition for Function Modeling), що зображає процесний підхід до формування та ідентифікації бізнес-процесів компанії.

РЕЗУЛЬТАТИ

Введення програмного рішення для введення спрощеного обліку й управління виробничими запасами є актуальним завданням. Облік виробничих запасів потребує застосування засобів автоматизованої обробки даних, оскільки його процес пов'язаний з обробкою великої кількості однотипної первинної інформації, виконання великого обсягу робіт зі зняттям фактичних залишків з об'єктів майна є трудомісткою операцією. В окремих випадках за ручного способу їх оформлення та оброблення веде до їх неякісного та невчасного проведення, і відповідно до виявлення фактів розкрадань та зловживань.

Особливе місце у обліку під час реалізації принципів реінжинірингу відводиться формуванню обліково-аналітичного забезпечення управлінських рішень. Облікові показники, що є в звітній інформації, мають бути точними, достовірними та значимими, пристосовані для передачі та розпізнавання всіма апаратними та технологічними засобами без викривлень.

Виділяють дві моделі, які показують бізнес-процес і використовуються для встановлення «відправної точки», що необхідна для розроблення подальших дій вдосконалення цих бізнес-процесів.

Аналіз починають з побудови моделі як є (AS-IS), тобто моделі існуючої організації роботи. Модель «як є» може створюватися на основі вивчення документації (посадових інструкцій, положень про підприємство, наказів, звітів), анкетування і опитування службовців підприємства та інших джерел.

За допомогою синтаксичного аналізу моделі можна легко виявити «непотрібні» (що не мають виходу), «некеровані» (що не мають управління) і «простояють» функції. Тонший аналіз дозволяє виявити надлишкові або неефективні функції що дублюються.

Дана модель дає єдине і невідиме розуміння про роботу системи загалом і можливість зрозуміти взаємозв'язок всіх складових системи. За такої умови з'ясовується, що обробка та подача інформації, а також використання ресурсів є недостатніми, а важливу інформацію часто не отримують на відповідному робочому місці. Ознакою неефективності організації робіт є, наприклад, відсутність зворотних зв'язків на вході й управління для важливих функцій.

Трудовитрати зі збирання інформації великі, а ефект цієї інформації можна поставити під сумнів, оскільки мимоволі можна допустити помилки. Оскільки неузгодженість через брак часу складає для керівництва велику частку проблем, що призводить до великих фінансових витрат, невиконання, зривів постачання та простоїв техніки.

З огляду на аналіз моделі «Як є», була побудована модель «Як повинно бути». Основною перевагою такої моделі є те, що підприємство перетворюється на інформаційно кероване. Управління можна виробляти в режимі реального часу.

Усі підрозділи підприємства сприймаються як одне ціле. Усі користувачі, яким необхідна інформація можуть бути включені в єдину інформаційну мережу підприємства. Трудовитрати зі збирання даних зведені до мінімуму. А вірогідність такої інформації близька до максимуму, оскільки виключаються посередники, якими можуть бути внесені помилки і неточності.

Інформація стосовно обліку і розподілу та управління запасів відображається у моделі «Як є», аналізується, та визначаються шляхи їх реінжинірингу, що

відтворюються в моделі «Як має бути». Якщо узагальнити, то модель «Як є» під час побудови показує звітність про розподіл та використання виробничих запасів формуються наприкінці кожного дня, що часто показує не суттєву та не точну інформацію про дані процеси. А модель «Як має бути» відображає отримані зміни, внесенням даних одразу ж до бази, після видачі продуктів, та не дозволяє виправлення та коригування цих даних в кінці робочого дня.

Оскільки одним із негативних наслідків реалізації реінжинірингу є скорочення робочих місць, підприємства, що приймають ідеї соціальної відповідальності бізнесу, ідуть шляхом забезпечення перекваліфікації кадрів. Виникає потреба проведення навчальних заходів, а в умовах швидкого розвитку технологій, потреба у навчанні персоналу стає постійною.

Правильно організована система обліково-аналітичного забезпечення управління виробничими запасами на засадах реінжинірингу дає змогу швидко реагувати на зміни на підприємстві та допоможе приймати правильні управлінські рішення (рис. 1).

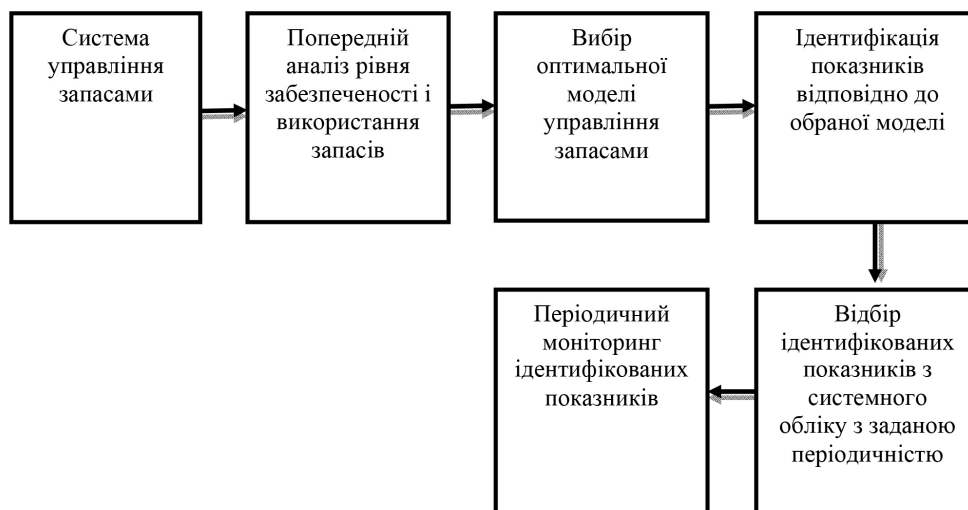


Рис. 1. Реінжиніринг обліково-аналітичного забезпечення управління запасами за цільовим призначенням

Процес реінжинірингу спрямований на вдосконалення обліку управління виробничими запасами, тобто на визначення й вирішення проблем ще «на вході» та у самому процесі, щоб на «виході» отримати якісну і перевірену інформацію.

Тому процес реінжинірингу є безперервним, має певні входи (вхідна інформація, заповнення облікових документів тощо) і виходи у вигляді інформаційного продукту, що задовольняє потреби внутрішніх і зовнішніх користувачів інформації.

ВИСНОВКИ

Успіх реінжинірингу пов'язаний зі швидким перетворенням на підприємстві, адже саме радикальність є ключовим показником. Потрібно, щоб працівники підприємства були налаштовані на кардинальні та стрімкі зміни в їхній роботі, відповідно не було конфліктів. Також успіхом є сформування у кожного працівника єдиного та конкретного розуміння майбутнього для підприємства. І обов'язково успіх залежить від точності та правильності побудови бізнес-процесів та структуризації, що здійснюються в автоматизо-

ваних системах управління.

Прогнозування перспектив розвитку підприємства на основі проведення реінжинірингу обліково-аналітичної системи дає можливість виявити кращі напрями його діяльності, оцінити нові можливості й альтернативи, що використовується у складанні балансових звітів у прогностному оцінюванні й сприяє раціональному використанні ресурсів.

Список використаних джерел

1. Bhaskar L.H. Business process reengineering: A process based management tool. *Serbian journal of management*. 2018. № 13(1). pp. 63–87.
2. Chang S.E., Chen Y.C., Lu M.F. Supply chain reengineering using blockchain technology: A case of smart contract based tracking process. *Technological Forecasting and Social Change*. 2019. № 144. pp. 1–11.
3. Gilorme T.V., Shachanina Y.K. Corporate Social Reporting as a Dominant of Information Support for Enterprise Management. *Economics and Society*. 2016. № 5. pp. 672–677.
4. Heinrich R., Merkle P., Henss J., Paech B. Integrating business process simulation and information system simulation for performance prediction. *Software & Systems Modeling*. 2017. № 16(1). pp. 257–277.

5. Kasemsap K. The roles of business process modeling and business process reengineering in e-government. *In Open Government: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. IGI Global, 2020. pp. 2236–2267

6. Mohapatra S., Choudhury A., Ganesh K. Framework for supporting 'business process reengineering'-based business models. *International Journal of Business Innovation and Research*. 2017. № 13(4). pp. 451–474.

7. Pufahl L., Wong T.Y., Weske M. Design of an extensible BPMN process simulator. *In International Conference on Business Process Management*. Springer, Cham. 2017. pp. 782–795.

8. Пошивалова О.В. Побудова економетричної моделі ринку тютюнових виробів в Україні. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 9. С. 17–20.

References

1. Bhaskar L.H. Business process reengineering: A process based management tool. *Serbian journal of management*. 2018. № 13(1). pp. 63–87.

2. Chang S.E., Chen Y.C., Lu M.F. Supply chain re-engineering using blockchain technology: A case of smart contract based tracking process. *Technological Forecasting and*

Social Change. 2019. № 144. pp. 1–11.

3. Gilorme T.V., Shachanina Y.K. Corporate Social Reporting as a Dominant of Information Support for Enterprise Management. *Economics and Society*. 2016. № 5. pp. 672–677.

4. Heinrich R., Merkle P., Henss J., Paech B. Integrating business process simulation and information system simulation for performance prediction. *Software & Systems Modeling*. 2017. № 16(1). pp. 257–277.

5. Kasemsap K. The roles of business process modeling and business process reengineering in e-government. *In Open Government: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. IGI Global, 2020. pp. 2236–2267

6. Mohapatra S., Choudhury A., Ganesh K. Framework for supporting 'business process reengineering'-based business models. *International Journal of Business Innovation and Research*. 2017. № 13(4). pp. 451–474.

7. Pufahl L., Wong T.Y., Weske M. Design of an extensible BPMN process simulator. *In International Conference on Business Process Management*. Springer, Cham. 2017. pp. 782–795.

8. Poshyvalova O.V. Construction of econometric model of the tobacco market in Ukraine. *Economics. Finances. Law*. 2018. № 9. pp. 17–20. (in Ukrainian).

ПЕТРУШКА

Олена Володимирівна
petrushka888@ukr.net

УДК 369.34

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГРОМАДЯН НА
ВИПАДОК БЕЗРОБІТТЯFOREIGN EXPERIENCE OF FINANCIAL SUPPORT OF CITIZENS IN CASE
OF UNEMPLOYMENTк. е. н., доцент,
Західноукраїнський
національний університетDOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.4>**PETRUSHKA Olena Volodymyrivna** – PhD in Economics, Associate Professor, West Ukrainian National University

Розглянуто основні моделі ринків праці та стимулювання зайнятості у світі, здійснено порівняльний аналіз організації соціальних виплат по безробіттю у розвинених країнах – США, Німеччині, Швеції та Японії. Окреслені переваги багатокомпонентної системи соціального страхування на випадок безробіття. Встановлено, що тристороннє партнерство у фінансуванні соціального забезпечення сприяє розвитку ринку праці та стимулюванню зайнятості. Запропоновані заходи стосовно вдосконалення вітчизняної системи фінансового забезпечення соціального страхування на випадок безробіття з врахуванням іноземного досвіду.

* * *

Рассмотрены основные модели рынка труда и стимулирования занятости в мире, осуществлен сравнительный анализ организации социальных выплат по безработице в развитых странах – США, Германии, Швеции и Японии. Указанные преимущества многокомпонентной системы социального страхования на случай безработицы. Установлено, что трехстороннее партнерство в финансировании социального обеспечения способствует развитию рынка труда и стимулированию занятости. Предложенные меры по совершенствованию отечественной системы финансового обеспечения социального страхования на случай безработицы с учетом зарубежного опыта.

* * *

Introduction. Unemployment, as one of the world's economic problems today, significantly affects the material, social and professional level of the working population. Payment of unemployment benefits is one of the measures of social support of citizens by the state. Such social benefits are twofold, as on the one hand they replace lost earnings, and on the other one they will be perceived by the state regulation of labor resources.

The purpose of the paper is to study and borrow positive experience of social insurance in case of unemployment in different countries of the world in accordance with their affiliation to labor market models and employment promotion.

Results. The American Unemployment Insurance System is formed solely by employers' contributions (except in 3 states where employees also pay contributions) and provides benefits for 26 weeks. Each state has its own social security program, according to which contributions are formed and unemployment benefits are paid. If we talk about the European model of employment, its characteristic feature is that it is focused on reducing employment by increasing productivity and increasing the income level of working citizens. The Swedish model of social insurance in the event of unemployment is characterized by an active employment policy, in particular, preference is given to vocational training and professional development. In addition, the emphasis is on providing employment by creating jobs in the public sector with average and satisfactory working and pay conditions. The Japanese model of employment incentives has a number of characteristic features: the country has a widespread system of lifelong employment; the amount of remuneration for work is set depending on the length of service of the employee, his age and marital status; trade unions (unions) are not created on a sectoral basis, but directly at the level of economic entities.

Conclusion. Building a multi-level social insurance system enables insured persons to receive high-level social benefits, insurers to create favorable working conditions and select highly qualified workers, and insurers to regulate the labor market and reduce unemployment.

Ключові слова: соціальне страхування, допомога по безробіттю, іноземний досвід регулювання зайнятості

Ключевые слова: социальное страхование, пособие по безработице, иностранный опыт регулирования занятости

Keywords: social insurance, unemployment benefits, foreign experience in employment regulation

ВСТУП

Безробіття, як одна зі світових економічних проблем сьогодення, суттєво впливає на матеріальний, соціальний та професійний рівень працездатного населення. Труднощі, що виникають у зв'язку із втратою робочих місць, характерні для усіх країн світу та залежать від низки факторів: економічних, політичних, соціальних тощо. Допомога з безробіття виступає одним із заходів соціальної підтримки громадян державою. Такі соціальні виплати мають подвійний характер, оскільки з однієї сторони заміщують втрачений заробіток, а з іншої – сприяють державному регу-

люванню трудових ресурсів. Окрім цього, допомога з безробіття має негативний вплив на мотивацію до праці та сприяє росту безробіття з однієї сторони, а з іншої – фінансові стимули, які надає система соціального страхування з приводу безробіття сприяє росту зайнятості та розвитку ринку праці.

Не зважаючи на велику увагу всього суспільства до проблем безробіття та постійне вдосконалення системи соціального страхування у багатьох країнах, нею досі не охоплені всі категорії працівників. Розмір допомоги з безробіття також диференційований та залежить від соціально-економічної політики тієї чи іншої держави. Навіть в економічно розвинених кра-

інах є люди, які залишаються без засобів до існування у разі втрати роботи. Такі негативні наслідки (втрати роботи, заробітку, соціального статусу) мають неабиякий вплив на людей, їх психічний стан, ситуацію у суспільстві та ріст злочинності. У зв'язку з цим уряди багатьох країн активно працюють над схемами соціальної підтримки безробітних, адже саме фінансове забезпечення працездатних громадян у разі втрати ними позицій на ринку праці є чи не єдиним шляхом виходу з кризи. Тому вивчення світового досвіду матеріального забезпечення громадян у разі настання страхового випадку – втрати робочого місця – є актуальним для України і складає мету даної статті.

МЕТА наукового дослідження – вивчення та записання позитивного досвіду соціального страхування на випадок безробіття у різних країнах світу відповідно до їх приналежності до моделей ринку праці та стимулювання зайнятості і, відповідно, пошук альтернативних шляхів вдосконалення вітчизняної системи соціального страхування.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною основою статті є законодавчі та нормативно-правові акти, наукові публікації вітчизняних та закордонних вчених, матеріали періодичних видань, ресурси мережі Інтернет. Під час проведення дослідження автором використано методи системного аналізу, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Для більшого розуміння суті соціальних виплат з приводу безробіття та їх ролі у процесі відтворення трудових ресурсів, розглянемо і проаналізуємо детально іноземний досвід фінансового забезпечення безробітних. Оскільки сьогодні у світі існує чотири моделі ринку праці та стимулювання зайнятості (американська, європейська, шведська та японська), врахуємо за доцільне розглянути кожну модель кризь призьм країн, які її представляють.

Так, американська система соціального страхування на випадок безробіття формується за рахунок внесків виключно роботодавців (за винятком 3 штатів, де внески сплачують ще й наймані працівники) та забезпечує виплати впродовж 26 тижнів. Кожен штат має свою програму соціального захисту, відповідно до якої формуються внески та проводяться соціальні виплати. Середній розмір внесків становить 3,2 % від заробітної плати [1, с. 79]. Кандидати на отримання допомоги з безробіття у США мають право на останню за умови, що вони працювали та сплачували внески перші чотири або останні п'ять кварталів. Окрім цього, втрата робочого місця має бути не з вини працівника. Відмова безробітного від запропонованої вакансії державною службою зайнятості розцінюється як дискваліфікація працівника і позбавляє його права на отримання допомоги. Зазвичай штати встановлюють щотижневі виплати з приводу безробіття у розмірі 46–50 % від середнього доходу за останні місяці. Розмір допомоги по безробіттю у США коливається від 650 дол. (мінімальне значення) до 2700 дол. (максимальний розмір допомоги) [2].

На сьогодні у країні діє низка соціальних програм, які допомагають безробітним швидко адаптуватись до

нових умов та якісно підтримувати свій рівень життя (програми пошуку нового місця роботи, перепідготовки кадрів, стажування, зміни професії тощо). Система соціального страхування з приводу безробіття у США має свої «плюси» та «мінуси». Перевагою є те, що дана система страхування є універсальною та має широкий спектр охоплення – близько 96 % працівників є учасниками соціального страхування. Окрім цього, партнерські відносини між федеральним центром та штатами є джерелом інноваційного розвитку та обміном позитивним досвідом у сфері соціального страхування. Слабкими сторонами у даній системі страхування є дефіцитність трастових фондів та їх неспроможність виконувати свої зобов'язання перед учасниками в довгостроковій перспективі через постійне зменшення розміру страхових внесків. З метою зменшення безробіття дана модель передбачає створення робочих місць з низькою продуктивністю для значної частини працездатних громадян, які мають, відповідно, низькі доходи.

Якщо говорити про європейську модель зайнятості, то характерною її особливістю є те, що вона орієнтована на скорочення чисельності зайнятості за рахунок підвищення продуктивності праці та росту рівня доходів громадян що працюють [3, с. 57].

Так, наприклад, допомоги з безробіття у Німеччині виплачуються Федеральним агентством з праці, бюджет якого формується шляхом соціальних внесків як роботодавців, так і найманих працівників. Страхування на випадок безробіття є обов'язкове для усіх працівників, доходи яких складають не менше 450 євро/місяць. Розмір страхового внеску для працівників німців у 2020 р. становить 2,4 % від нарахованої заробітної плати. Особливістю системи соціального страхування у даній країні є й те, що розмір та період виплат з безробіття залежить від віку застрахованого, періоду сплати останнім внесків та його сімейного становища. Так, застраховані особи, які втратили роботу після 55 років і здійснювали відрахування соціальних внесків не менше як 3 роки, можуть претендувати на максимальний період виплат по безробіттю – не менше 2 років. Окрім цього, працівники, які мають на утриманні дітей можуть претендувати на вищий розмір матеріального забезпечення у зв'язку з втратою робочого місця, ніж сімейні пари без дітей: 67 % та 60 % від попередньо отриманого доходу відповідно. Уряд країни встановив граничну межу мінімального та максимального розміру допомоги з безробіття – не менше 374 євро та не більше 919 євро в місяць [1, с. 55–58]. У період отримання застрахованим допомоги з безробіття центр зайнятості сплачує за нього внески на обов'язкове медичне та пенсійне страхування. Громадяни Німеччини, що працюють, виступають не лише фактором виробництва, а й розподіляють із роботодавцями соціальну та корпоративну відповідальність. Роль держави у даному тандемі зводиться до посередника та координатора для досягнення соціальної справедливості для економічної ефективності у суспільстві.

Шведська модель соціального страхування на випадок безробіття відрізняється активною політикою у сфері зайнятості, зокрема перевага надається професійному навчанню та підвищенню кваліфікації кадрів.

Окрім цього, акцент робиться на забезпеченні зайнятості шляхом створення робочих місць у державному секторі з середніми та задовільними умовами праці й оплати. Основними ознаками такої моделі виступають фіскальні обмеження; виплата компенсацій робітникам з низьким рівнем доходу; дотримання принципу солідарності у виплаті заробітної плати; систематичне створення нових робочих місць у державному секторі [3, с. 56–57].

Ринок праці у Швеції надає гнучкі й комфортні умови для осіб, які тимчасово залишилися без роботи. Щоб отримати допомогу з безробіття, потрібно відповідати низці вимог: протягом року перед звільненням заявник повинен працювати не менше 80 годин на місяць; необхідно бути членом Каси страхування (A-kassa) не менше ніж рік та сплачувати туди щомісячні внески [4, с. 72]. Що стосується умов отримання допомоги з безробіття, то її розміри залежать від доходу, який був у людини на попередньому місці роботи. З моменту втрати роботи заявник отримує 80 % від середньомісячної заробітної плати (за перші 200 днів безробіття). Протягом наступних 100 днів застрахований отримує 70 % від середнього доходу, але максимум 760 шведських крон (~ 70 євро) в день. Також є переваги для безробітних батьків, які мають дітей у віці до 18 років – вони можуть отримувати 70 % свого доходу протягом додаткових 150 днів. Період соціальних виплат у Швеції коливається від 300 до 450 днів. Максимальний розмір допомоги з безробіття в місяць не повинен перевищувати 1700 євро. Допомога виплачується тільки за п'ять робочих днів тижня, вихідні дні туди не зараховуються [5].

Якщо говорити про японську модель стимулювання зайнятості, то вона має ряд характерних ознак:

- у країні широко поширена система довічного найму;

- розмір винагороди за працю встановлюється залежно від стажу найманого працівника, його віку та сімейного стану;

- професійні спілки (союзи) створюються не за галузевим принципом, а безпосередньо на рівні суб'єктів господарювання [6, с. 26–29].

Система страхування громадян, що працюють, передбачає матеріальне забезпечення та соціальну підтримку усім застрахованим особам, які втратили роботу та мають страховий стаж не менше 6 місяців за останні два роки. Безробітні громадяни Японії мають право на отримання чотирьох видів допомог із безробіття: базова допомога з безробіття; допомога зі сприяння зайнятості; постійно виплачувані допомоги, що пов'язані із зайнятістю; допомоги на оплату навчання чи перекваліфікацію кадрів.

Працевлаштування безробітних, збір соціальних внесків та виплата допомоги з безробіття в Японії покладено на Міністерство охорони здоров'я, праці та добробуту. Розмір внесків становить 1,2 % від заробітної плати й сплачується солідарно роботодавцем та найманим працівником. Окрім цього, на підприємства покладений обов'язок додаткової сплати соціального внеску у розмірі 0,35 % від фонду оплати праці на забезпечення стабільної зайнятості у країні та підвищення кваліфікації найманих працівників. Розмір допомоги з безробіття залежить від розміру

доходу, який отримував працівник до втрати роботи і може коливатись від 50 % до 80 %. Чим вищий рівень заробітної плати був у застрахованого, тим менший розмір допомоги він отримуватиме в період безробіття. Також розмір виплат залежить і від віку безробітного: найбільшу суму допомоги отримують безробітні у віці 40–60 років (близько 75 дол. США в день), найменшу – особи, старше 60 років (приблизно 18 дол. США щоденно) [7]. Стосовно терміну виплат допомоги з безробіття, то тут теж є свої особливості: якщо людина звільняється самостійно, період виплат не може перевищувати 150 днів. Якщо ж звільнення з роботи настає у разі банкрутства, скорочення штату чи інших поважних причин, не залежних від працівника, то у такому випадку система страхування зайнятих осіб надає право на отримання допомоги протягом довшого періоду – до 330 днів. Відповідно до рішення уряду Японії, якщо рівень безробіття у країні піднімається до 4 %, система соціального страхування на випадок безробіття залишає за собою право на пролонгацію терміну соціальних виплат до 90 днів [1, с. 96–100].

Отже, підсумовуючи вище зазначене, можна стверджувати, що японська система соціального страхування характеризується великою кількістю програм тимчасової підтримки незайнятих громадян, а також заходів попередження безробіття, які сприяють швидкому працевлаштуванню та зайнятості застрахованих.

ВИСНОВКИ

Аналізуючи сучасний стан справ у сфері соціального страхування на випадок безробіття у промислово розвинених країнах, можна зробити висновок про те, що уряди цих держав приділяють достатню увагу проблемам зайнятості. Здебільшого, фінансування матеріального забезпечення безробітних громадян відбувається коштом державного бюджету, а також внесків фізичних та юридичних осіб на обов'язкове соціальне страхування. Побудова багатоконтентної системи соціального страхування дає можливість застрахованим особам отримувати соціальні виплати на високому рівні, страхувальникам створювати сприятливі умови праці та підбирати висококваліфікованих працівників, а страховикам регулювати ринок праці та зменшувати рівень безробіття. Вивчаючи позитивні сторони іноземного досвіду у сфері регулювання безробіття, вважаємо, що для України доцільним є застосування системи індивідуальних накопичувальних рахунків, яка не тільки стимулюватиме безробітних до пошуку нового місця праці, а й може стати відчутним матеріальним бонусом до загальнообов'язкової системи соціального страхування. Проте варто врахувати й той факт, що Україна – держава з певними національними, політичними, економічними та культурними особливостями. Тому модернізація вітчизняної моделі соціального страхування на основі світового досвіду повинна здійснюватись із врахуванням усіх соціально-економічних та природно-ресурсних умов.

Список використаних джерел

1. Картер Дж., Бедар М., Биста С. Сравнительный анализ системы страхования по безработице и страхования занятых лиц в странах Азии и в мире. *Группа технической*

поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии. Москва: МОТ, 2014. 102 с.

2. Пособие по безработице в странах Европы и мира в 2020 году. URL: <https://visasam.ru/emigration/vybor/posobie-po-bezraboyice-v-mire.html>

3. Безусий В.В. До вивчення закордонного досвіду в сфері забезпечення зайнятості населення. *Форум права*. 2010. № 4. С. 54–57.

4. Каргаполова Н.Г. Аврамчикова Н.Т. Пособие по безработице как финансовый инструмент регулирования уровня безработицы. *Менеджмент социальных и экономических систем*. 2016. № 2. С. 71–73.

5. Шувалов Н. Пособие по безработице в Швеции в 2019-2020 году. URL: <https://visasam.ru/emigration/rabota/bezrobotica-v-shvecii.html>

6. Матрусова Т.Н. Трудовая политика государства в отношении лиц старших возрастов в Японии. *Труд за рубежом*. 2003. № 2. С. 23–48.

7. Takenaka H. Reforming Japan's social security system. URL: <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2020/03/03/commentary/japan-commentary/reforming-japans-social-security-system/>

References

1. Karter Dzh., Bedar M., Bista S. Comparative analysis of the unemployment insurance system and insurance of employed persons in Asia and in the world. *Decent Work Technical Support Unit and ILO Office for Eastern Europe and Central Asia*. Moscow: ILO, 2014. 102 p. (in Russian)

2. Unemployment benefits in Europe and the world in 2020. URL: <https://visasam.ru/emigration/vybor/posobie-po-bezraboyice-v-mire.html> (in Russian)

3. Bezusiy V.V. To study foreign experience in the field of employment. *Law Forum*. 2010. № 4. pp. 54–57. (in Ukrainian).

4. Kargapolova N.G. Avramchikova N.T. Unemployment benefit as a financial instrument for regulating the unemployment rate. *Management of social and economic systems*. 2016. № 2. pp. 71–73. (in Russian)

5. Shuvalov N. Unemployment benefits in Sweden 2019-2020. URL: <https://visasam.ru/emigration/rabota/bezrobotica-v-shvecii.html> (in Russian)

6. Matrusova T.N. Labor policy of the state in relation to older people in Japan. *Labor abroad*. 2003. № 2. pp. 23–48. (in Russian)

7. Takenaka H. Reforming Japan's social security system. URL: <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2020/03/03/commentary/japan-commentary/reforming-japans-social-security-system/>

КОВАЛЕНКО

Олександр Михайлович
a.m.kovalenko@mzeid.in

УДК 339.1

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ
ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВTECHNOLOGICAL ASPECTS OF
EVALUATION OF ENTERPRISE
EFFICIENCYд.е.н., професор, Одеський
національний політехнічний
університетDOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.5>

СТАНІСЛАВИК

Олена В'ячеславівна
elenastanislayvk@ukr.netк.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет**KOVALENKO Oleksandr Mykhailovych** – Doctor of Economics, Professor, Odesa National Polytechnic University**STANISLAVYK Olena Viacheslavivna** – PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National Polytechnic University

У статті розглянуто систему оцінки ефективності діяльності підприємства, починаючи з планування та вироблення стратегії. Охарактеризований показник «економіко-технологічний рівень технології» та позначено ключові показники ефективності. Серед індикаторів і показників виділено такі: технологічна продуктивність, додана вартість, чисельність працівників, річні витрати капіталу на технологію, рівні виробничого та комерційного розвитку підприємства, індекс продуктивності праці, показники фактичної економічної та фінансової ефективності господарської діяльності підприємств. Висвітлено важливі аспекти діяльності органів контролю на підприємстві, які забезпечують діагностику процесів, координацію та контроль реалізації затверджених планів, а також оцінку ефективності діяльності підприємства. Відзначено роль системи контролінгу в підвищенні якості управлінських процесів. Виділено особливості управління ресурсними потоками.

* * *

В статье рассмотрена система оценки эффективности деятельности предприятия, начиная с планирования и выработки стратегии. Охарактеризован показатель «экономико-технологический уровень технологии» и обозначены ключевые показатели эффективности. Среди индикаторов и показателей выделены следующие: технологическая производительность, добавленная стоимость, численность работающих, годовые затраты капитала на технологию, уровень производственного и коммерческого развития предприятия, индекс производительности труда, показатели фактической экономической и финансовой эффективности хозяйственной деятельности предприятий. Освещены важные аспекты деятельности контролирующих органов контроля на предприятии, которые обеспечивают диагностику процессов, координацию и контроль реализации утвержденных планов, а также оценку эффективности деятельности предприятия. Отмечена роль системы контролинга в повышении качества управленческих процессов. Выделены особенности управления ресурсными потоками.

* * *

Introduction. In today's market conditions, due to the emergence of new private small and large enterprises, evaluation, forecasting and planning of activities become extremely necessary, especially in markets with high competition. To do this, the company must have formed a relevant system for evaluating the effectiveness of its activities.

The purpose of this paper is to study the technological aspects of evaluation of enterprise efficiency.

Results. The system of evaluating the effectiveness of the enterprise, starting with planning and strategy development is considered. The indicator "economic and technological level of technology" is characterized and the key indicators of efficiency are marked. Among the indicators and indexes are: technological productivity, value added, number of employees, annual capital expenditures on technology, levels of production and commercial development of the enterprise, labor productivity index, indicators of actual economic and financial efficiency of economic activity of enterprises. Important aspects of the activity of controlling structures at the enterprise, which ensure the diagnostics of processes, coordination and control of the implementation of approved plans, as well as evaluation of the efficiency of the enterprise, are highlighted. The role of the controlling system for improving the quality of management processes is noted. Features of resource flow management are highlighted.

Conclusion. Thus, the scheme of implementation of the diagnostics technology and, accordingly, evaluation of the enterprise efficiency is considered, which is combined with general scheme of the management cycle. The results of the implementation of this technology are used for the choice of decisions about initiation of organizational changes and modification of management models, used for the adjustment of purposes and planning the enterprise activities. The system of indicators and key indexes, and the cause-and-effect relationships between them, is developed and adjusted in accordance with the established purposes and requirements for diagnostics and, accordingly, evaluation of effectiveness of the main and auxiliary processes at the enterprise. Common problematic situations in enterprise management are situations of resource deficit and surplus due to the asynchronous nature of their flows. The resource flow management process is focused on the timely execution of the portfolio of consumer orders. When creating a controlling system at the enterprise, technologies and diagnostic tools and, accordingly, evaluating the effectiveness of its activities and managing the resource flows should be interconnected with the methods of coordination and regulation.

Ключові слова: оцінка ефективності, організація, планування, рівень технології, господарська діяльність, комерційний розвиток, показники ефективності, діагностика

Ключевые слова: оценка эффективности, организация, планирование, уровень технологии, хозяйственная деятельность, коммерческое развитие, показатели эффективности, диагностика

Keywords: efficiency evaluation, organization, planning, level of technology, economic activity, commercial development, efficiency indicators, diagnostics

ВСТУП

У процесі своєї життєдіяльності будь-яка компанія, якщо вона планує довгострокове існування, повинна думати не тільки про оперативне планування і поточний стан справ у компанії, але й замислюватися про подальші шляхи розвитку, формувати нові стратегії та шляхи розвитку й ефективно їх реалізовувати. Для цього на підприємстві повинна бути сформована релевантна система оцінки ефективності його діяльності.

Теоретичні аспекти системи індикаторів і ключових показників діяльності підприємств досліджені такими вченими, як Р.С. Каплан, Д.П. Нортон, А.І. Пушкар, А.Н. Тищенко, В.П. Стасюк, М. Дж. Лебас та ін. Проте різноманітність управлінських категорій і методологій обумовлює необхідність подальшої систематизації показників і розроблення методів їх узгодження та застосування в загальній управлінській діяльності.

МЕТА статті – дослідження технологічних аспектів оцінки ефективності діяльності підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є праці провідних вчених, а також матеріали періодичних видань. У проведенні дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

Для вироблення ефективної стратегії необхідно розуміти, в якому стані, на якому етапі розвитку і з якою ефективністю працює зараз організація, мати чіткі цілі, стосовно бажаного стану й реалізувати необхідні заходи для отримання необхідного результату. Тому потрібна оперативна і своєчасна оцінка ефективності поточної діяльності. На вигляд проста схема досить проблематично реалізується на практиці. Здаються неправильні цілі, невірно визначається поточний стан і «потенціал» розвитку [1].

У даній роботі розглядається показник «економіко-технологічний рівень технології», з його допомогою можна не тільки оцінити поточний рівень розвитку організації та її ефективність, але й спрогнозувати подальший розвиток компанії, а також виробити оптимальну стратегію розвитку [2].

Даний показник є певною властивістю технологічного процесу, що спочатку властива якомусь певному способу виробництва конкретного продукту. Ця властивість зумовлюється як ідеєю технологічного процесу, так і технічною реалізацією цієї основної ідеї, яка знаходить свій відбиток в характері й послідовності робочих ходів технологічного процесу. Тобто цей показник допомагає оцінити ефективність виробництва для окремої технології.

Він залежить від таких факторів, як технологічна продуктивність, в яку закладається додана вартість і чисельність працівників на підприємстві, та фондоозброненість. Природно, що у розрахунках можна використовувати різні формули, й даний показник не виняток. У деяких випадках він залежить від доданої

вартості, кількості робітників в організації та від річних витрат капіталу на технологію.

Для технологічних систем високого ієрархічного рівня показник характеризує вже не тільки якість сукупності використовуваних технологій, а й ефективність організації та управління всім виробництвом, включаючи систему постачань і збуту продукції. Це якісна сторона даного показника.

Із кількісного боку цей показник узагальнює оцінку ефективності даного виду технології (функціонування підприємства) з погляду суспільства.

Далі звернемося до приватних показників. Серед показників оцінки ефективності діяльності підприємства можна виділити кілька груп:

1. Показники виробничої ефективності господарської діяльності підприємств:

- рівень виробничого розвитку підприємства;
- рівень комерційного розвитку (торгової, ринкової, збутової активності) підприємства.

Відзначимо, що замість цих двох показників можна використовувати тільки один показник виробничої ефективності господарської діяльності підприємства – рівень його економічного розвитку. За необхідності, крім згаданих двох показників і їх структурних елементів, можуть аналізуватися рівні зростання або зниження показників виробничої ефективності роботи підприємства, комерційної ефективності його роботи та їх відповідних структурних елементів за ті чи інші порівнювані звітні періоди календарного часу.

- індекс продуктивності праці виробничих робітників організації.

2. Показники фактичної економічної ефективності господарської діяльності підприємств:

- повна годинна фактична доходопроductивність (середня вартість однієї нормо-години витрат праці основних виробничих робітників) підприємства;
- повна річна фактична доходопроductивність підприємства;

3. Показники фактичної фінансової ефективності господарської діяльності підприємств:

- фактична рентабельність праці виробничих робітників організації;
- фактична рентабельність виробництва організації;
- фактична рентабельність сукупних виробничих фондів.

Більшість показників залежать від прибутку підприємства і мають суто фінансову характеристику, інші видаються розрізненими і не повною мірою дають уявлення про загальну ефективність компанії.

Найголовніше те, що дані показники не зовсім дають можливість зрозуміти, де ж знаходиться межа розвитку, як її оцінити, як довго буде можливо працювати у цьому напрямі.

На зниження ефективності прийнятих рішень в організації, а також її діяльності значний вплив має високий рівень складності у взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем [3].

Традиційна система оцінки ефективності діяльності підприємства ґрунтується на зміні показників обсягів витрат ресурсів, собівартості продукції і прибутковості. Діагностика діяльності підприємства зачі-

пає насамперед питання антикризового управління в організації, запобігання банкрутства та санації, своєчасного та адекватного реагування підприємства на ситуації як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі за допомогою прийняття оперативних рішень.

Теоретичні підходи і практичні рекомендації для здійснення діагностики останнім часом інтенсивно розвиваються за допомогою формування механізмів виявлення проблемних ситуацій у різних сферах діяльності підприємства на основі технологій оброблення даних, системи збалансованих показників та інтегральних показників конкурентоспроможності, гнучкості, вартості бізнесу тощо, із застосуванням математичного апарату. Для підтримки оперативності та якості прийнятих рішень цикл реалізації діагностики повинен бути поєднаний із загальним управлінським циклом на підприємстві.

Потоки ресурсів є ключовим об'єктом у дослідженнях ефективності діяльності організації. Водночас підвищення ефективності управління ресурсними потоками може бути досягнуто внаслідок комбінування підходів до їх діагностики та планування, орієнтованих на функції, процеси, події, проблемні ситуації та об'єкти з урахуванням організаційних особливостей підприємства.

Управління діяльністю підприємства зображується у вигляді замкнутого циклу управлінських функцій. Одним із прикладів схеми діагностики та відповідно оцінювання ефективності у загальній схемі управлінського циклу може бути система, яка містить наступні основні елементи послідовності:

1. Розроблення концептуальних моделей управлінських процесів і планування діяльності.
2. Виконання прийнятих планів з одночасним підключенням пробних дій, тестових випробувань і пілотних проєктів.
3. Координація та контроль за виконанням процесів відповідно до затверджених планів.
4. Оцінка ефективності та регулювання процесів управління.

Даний управлінський цикл орієнтований на ринковий попит і споживчі потреби з урахуванням вимог торгових організацій в розподільних каналах.

Регулювання процесів управління здійснюється за допомогою прийняття рішень про ініціювання організаційних змін і коригування моделей управління або зміни цілей на основі результатів оцінки ефективності діяльності підприємства.

У контексті ефективності діяльності компанії та її ланцюга постачань концептуальні моделі показують зв'язки між великою кількістю факторів і елементами організаційно-функціональної структури.

Безліч факторів діяльності підприємства структурується у вигляді ієрархічного дерева, де на верхньому рівні зображено узагальнені (інтегральні) фактори, а на нижніх рівнях – більш уточнені (часткові) фактори. Так, діяльність організації залежить від компетентностей постачальників, підрядників та логістичних компаній. Таким чином, має місце поділ на фактори забезпечення якості та вартості продукції, послуг і експлуатації. Другим узагальненим фактором діяльності компанії є ефективність роботи ланцюга

постачань, яка залежить від факторів забезпечення потреб, інтересів і очікувань співробітників, споживачів, суспільства, а також факторів продуктивності, економічності, прибутковості, економічного зростання, заробітної плати і конкурентного статусу [4].

Досягнення цілей розвитку підприємства залежить від орієнтації і ступеня залученості контрагентів у процес розробки і запуску у продаж нової продукції або у процес безперервного вдосконалення виробничого випуску.

Результати діяльності підприємства обумовлені також якістю управління і комплексом заходів для їх покращення [3].

Одним із головних напрямів підвищення якості управлінських процесів є оптимізація системи контролінгу, яка забезпечує діагностику процесів, координацію і контроль реалізації затверджених планів, а також оцінку ефективності діяльності підприємства.

Підходи до оцінки ефективності організації базуються на категоріях ресурсного, ринкового й економічного потенціалів і здатності підприємства до їх реалізації для задоволення попиту та підвищення рівня прибутковості. На прибутковість підприємства безпосередньо впливає ефективність управлінської діяльності та організація продажів готової продукції, що зі свого боку залежить від задоволеності клієнтів, якості продукції, умов постачань, інноваційності, гнучкості та величини витрат.

Негативно впливають на величину чистого доходу загальні витрати підприємства, як результат процесів зі створення і регулювання зазначених параметрів за допомогою ресурсного, інформаційного та організаційного забезпечення [5].

В управлінні діяльністю підприємства важливу роль відіграють індикатори та показники ефективності, які повинні бути організовані в єдину систему для діагностики та, відповідно, оцінки ефективності в рамках системи управління вищого рівня – системи контролінгу.

Аналіз управлінських процесів дозволяє встановити систему індикаторів і показників оцінки ефективності підприємства, які повідомляють про необхідність прийняття певних рішень. Якщо відомо, на якому етапі процесу виявлені відхилення і помилки, то вживаються необхідні заходи щодо виправлення ситуації. Агреговані показники діяльності підприємства дозволяють отримати узагальнену оцінку змін на підприємстві й досягнуті ним виробничі, маркетингові та фінансові результати.

Ефективне управління діяльністю підприємства передбачає своєчасне виконання цілей та відповідних ситуацій. Звідси впливає комбінування підходів до оцінки ефективності: програмно-цільового, тобто з погляду досягнення затверджених цілей, і ситуаційного, в ході якого досліджуються вжиті заходи на релевантність й адекватність ситуації, що склалася.

Причина відхилень у показниках діяльності підприємства може полягати у послідовності незалежних подій та подій, що представляють реакцію управлінців.

В ідентифікації ситуацій та визначенні цілей використовується система індикаторів, ключових показників і причинно-наслідкових зв'язків. Тому забезпечення узгодженості показників оцінки ефективності

та причинно-наслідкових моделей є одним з головних принципів організації функцій діагностики, відповідно й оцінки ефективності, визначення мети й планування.

Як основне правило в аналізі та плануванні технологічних процесів використовується принцип відповідності кінцевих результатів діяльності організації потребам споживачів за дотримання критерію мінімальних загальних витрат. Слід зазначити, що в управлінському обліку дане правило закладено у методі функціонально-вартісного аналізу.

Результати моніторингу та оцінки ефективності діяльності підприємства на основі системи індикаторів і ключових показників ефективності використовуються для вироблення контролюючих сигналів у керувану систему для координації взаємодії з контрагентами, визначення та коригування цілей. Діаграми причинно-наслідкових зв'язків дозволяють визначити ланцюжок дій, необхідних для досягнення цілей підприємства та задоволеності споживачів.

Таким чином, процесний підхід до управління діяльністю підприємства доповнюється положеннями казуального підходу до діагностики і цілепокладання, основна увага якого приділяється пошуку причин збоїв у системі виробництва і збуту. Вплив на причини їх появи дозволяє звести до мінімуму втрати і витрати підприємства на подолання наступних подій і проблемних ситуацій [6].

Стандартизована методика вирішення проблеми пропонується в рамках концепції «6 сигм» – DMAIC (Define-Measure-Analyze-Improve-Control) [7].

З категорією «проблема» пов'язані такі поняття, як варіативність (різноманітність, нестійкість), дефекти, помилки, відмови, втрати відповідно продукції та процесів. Вони знижують або перешкоджають досягненню задоволеності споживачів у рівні обслуговування, якості придбанної продукції та інших факторах взаємодії.

Методика вирішення проблеми DMAIC реалізується в 5 етапів [7]:

1. Ідентифікація проблеми.
2. Вимірювання процесів і збір даних, пов'язаних з виявленою проблемою.
3. Оброблення даних, аналіз і визначення причинно-наслідкових зв'язків між параметрами управління, індикаторами процесів і ключовими показниками ефективності діяльності підприємства.
4. Визначення завдань для усунення причин та наслідків проблеми, і відхилень від цільових значень ключових показників ефективності, насамперед, задоволеності потреб споживачів.
5. Контроль функцій, процесів, активностей, які пов'язані з виявленою проблемою, з метою недопущення її повторного виникнення. Якщо проблема повторюється, відбувається коригування моделей управління.

Кожен процес співіснує або взаємопов'язаний з іншими процесами, тому забезпечення ефективності діяльності підприємства вимагає інтеграції управлінських та технологічних процесів через систему координації та бюджетування. Бюджетування дає вартісні показники процесів і їх складових.

Формалізація процесів управління ресурсними потоками повинна забезпечувати виконання логістич-

них принципів і досягнення цілей організації. На основі системи ключових показників ефективності формуються цілі та критерії управління потоками ресурсів [8].

До найбільш поширених на практиці цілей можна віднести:

- скорочення загального циклу постачань до мінімально необхідного значення і підвищення оборотності оборотних активів;
- підвищення надійності виробничо-збутової діяльності;
- мінімізація витрат, пов'язаних із забезпеченням ресурсами процесів на підприємстві та їх використанням;
- максимізація чистого грошового потоку й обсягу прибутку;
- забезпечення високого рівня рентабельності активів тощо.

Відзначимо, що на вибір постачальника ресурсів і організацію взаємодії з ним впливає структура ланцюга постачань, що складається з інтегрованої та вараєбельної частин [8].

До варіабельної складової ланцюга постачань відносяться зовнішні постачальники, які класифікуються за групами пріоритетних, непріоритетних і перспективних постачальників. З пріоритетними постачальниками укладаються довгострокові угоди, здійснюється спільне реагування на зміни зовнішнього середовища, регулювання економічних відносин з їх постачальниками.

У роботі з поточними, короткостроковими подіями можуть залучатися непріоритетні постачальники на основі вибору кращих пропозицій та укладення з ними одноразових угод.

Визначення цільових параметрів потоків готової продукції проводиться за допомогою планових відвантажень і постачань у часі за поточним портфелем споживчих замовлень.

Аналіз ефективності управління ресурсними потоками на основі функціонально-орієнтованих моделей дозволяє визначити вартість виконання функцій, що забезпечують рух і обробку ресурсів, тривалість і частоту їх виконання, показники результативності, продуктивності, ефективності та економічності даних функцій.

ВИСНОВКИ

Таким чином, розглянута схема реалізації технології діагностики та, відповідно, оцінки ефективності діяльності підприємства, яка поєднана із загальною схемою управлінського циклу. Результати реалізації даної технології використовуються у виборі рішень про ініціювання організаційних змін і модифікації моделей управління, у коригуванні цілей і плануванні діяльності підприємства.

Система індикаторів і ключових показників, а також причинно-наслідкових зв'язків між ними розробляється і коректується відповідно до встановлених цілей та вимог до діагностики, оцінки ефективності основних і допоміжних процесів на підприємстві.

Поширеними проблемними ситуаціями в управлінні діяльністю підприємства є дефіцит та надлишки ресурсів внаслідок асинхронності їх потоків. Процес управління ресурсними потоками орієнтований на

своєчасне виконання портфеля споживчих замовлень. У створенні системи контролінгу на підприємстві технології та інструментарій діагностики та відповідно оцінювання ефективності його діяльності й управління ресурсними потоками повинні бути взаємопов'язані з методами координації та регулювання.

Список використаних джерел

1. Панов М.М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ. Москва: Инфра-М, 2013. 255 с.
2. Федотова А. Оценка эффективности деятельности и прогнозирование финансовых результатов компании на основе показателя экономического уровня технологии. Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 2. С. 281–286.
3. Гончарук А.Г. Формирование механизма управления эффективностью предприятия (на примере пищевой промышленности): дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.04 / Одес. нац. политехн. ун-т. Одесса, 2010. 448 с.
4. Балашов В.Н. КРІ как инструмент результативной и эффективной деятельности. *Ежегодник «Виттевские чтения»*. 2014. №1. С. 274–276.
5. Говорущко Т.А., Климаш Н.І. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартіс-ноорієнтованого підходу: монографія. Київ: Логос, 2013. 204 с.
6. Петрув Э.В. Оценка финансовой эффективности деятельности генерирующей компании: выбор ключевого показателя. *Энергетика Татарстана*. 2010. № 4. С. 64–70.
7. Creveling C.M., Hambleton L, McCarthy B. Six Sigma for Marketing Processes: An Overview for Marketing Executives, Leaders, and Managers. New Jersey: Prentice Hall, 2006. 304 p.
8. Коваленко О.М. Стратегія і механізми регулювання діяльності вертикально-інтегрованих структур у харчовій галузі: монографія. Херсон: Грін Д.С., 2014. 356 с.

References

1. Panov M.M. Evaluation of activities and company management system based on KPI. Moscow: Infra-M, 2013. 255 p. (In Russian).
2. Fedotova A. Evaluation of efficiency of activities and forecasting the financial results of the company based on indicator of economic level of technology. Risk: resources, information, supply, competition. 2012. № 2. pp. 281–286. (In Russian).
3. Goncharuk A.G. Formation of enterprise efficiency management mechanism (on the example of the food industry): Doctor of Economics dissertation: 08.00.04 / Odesa National Polytechnic University. Odessa, 2010. 474 p. (In Russian).
4. Balashov V.N. KPI as a tool for effective and efficient activity. Yearbook «Vittev readings». 2014. № 1. pp. 274–276. (In Russian).
5. Hovorushko T.A., Klymash N.I. Enterprise efficiency management based on a cost-oriented approach. Kyiv: Lohos, 2013. 204 p. (In Ukrainian).
6. Petruv E.V. Evaluation of financial efficiency of the generating company: selecting a key indicator. *Energy of Tatarstan*. 2010. № 4. pp. 64–70. (In Russian).
7. Creveling C.M., Hambleton L, McCarthy B. Six Sigma for Marketing Processes: An Overview for Marketing Executives, Leaders, and Managers. New Jersey: Prentice Hall, 2006. 304 p.
8. Kovalenko O.M. Strategy and mechanisms for regulating the activities of vertically integrated structures in the food industry. Kherson: Hryn D.S., 2014. 356 p. (In Ukrainian).

ДЕНИСЮК
Олена Григорівна
delenash@ukr.net

УДК 338.51

ВЛАСЮК
Олена Василівна
alonkavlassuk97@gmail.com

**ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИКИ
ЦІНОУТВОРЕННЯ НА
СТОМАТОЛОГІЧНОМУ РИНКУ
УКРАЇНИ**

к.е.н., доцент, проректор з
науково-педагогічної роботи та
молодіжної політики,
Державний університет
"Житомирська політехніка"

**FEATURES OF THE PRICING POLICY IN
THE DENTAL MARKET OF UKRAINE**

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.6>

студент, Державний
університет "Житомирська
політехніка"

DENYSIUK Olena Hryhorivna – PhD in Economics, Associate Professor, Vice-Rector for Academic and Student Affairs, Zhytomyr Polytechnic State University

VLASIUK Olena Vasylivna – student, Zhytomyr Polytechnic State University

У статті узагальнено основні проблеми ціноутворення на ринку стоматологічних послуг в Україні. Виокремлено характерні ознаки медичної послуги та чинники, зокрема економічні, які впливають на формування ціни на ці послуги, а також аспекти, якими керується споживач під час вибору того чи іншого медичного закладу в умовах сучасної конкуренції. Визначено цінові та нецінові фактори попиту на стоматологічні послуги. Порівняно ціни на стоматологічні послуги у приватних та державних закладах, обраховано середнє їхнє значення, а також з допомогою середньоквадратичного відхилення визначено, наскільки значущі є розбіжності в цінах на стоматологічні послуги в межах галузі.

* * *

В статье обобщены основные проблемы ценообразования на рынке стоматологических услуг в Украине. Выделены основные характеристики медицинской услуги и факторы, влияющие на формирование цены на данные услуги, в том числе и экономические а также аспекты, которыми руководствуется потребитель при выборе того или иного медицинского учреждения в условиях конкуренции. Определены ценовые и неценовые факторы спроса на стоматологические услуги. Сравнены цены на стоматологические услуги в частных и государственных учреждениях, рассчитано среднее их значение, а также с помощью средноквадратичного отклонения определено насколько значимыми являются различия в ценах на стоматологические услуги в пределах отрасли.

* * *

Dental care is one of the most popular and market-oriented type of care provided to the population. It is developing rapidly, offering advanced medical technologies on the market. But some issues such as market competition in the health services sector, social partnership in dental services delivery to the population are not fully considered.

There are some difficulties in analyzing dental market in Ukraine due to the presence of some problems: lack of official information about amount of dental services; incomplete coverage of information about production of dental services by statistics; a large part of the market for dental services are individuals – entrepreneurs, who are not obliged to publicly information about their commercial results (much of the producers in dentistry (at least 50%) is in the shadow sector). The aim of the article is to investigate the current state of price aspects of the market of dental services in Ukraine.

The article identifies the main problems in the market of dental services in Ukraine, the characteristics of medical services and factors that affect the formation of prices for these services, and also the aspects that consumers are guided with in choosing a medical institution in today's competitive environment. In paper we analyzed price and non-price factors of demand for dental services, compared prices for dental services in private and public institutions, calculated their average value. Using standard deviation, we calculated how significant are the differences in prices for dental services within the industry.

The cost of dental treatment in Ukraine depends on many factors: the orientation of the clinic, its form of ownership, popularity and competence of specialists. After performing the analysis, we saw that the prices for the same service differ significantly and vary depending on the company.

Therefore, the dental market is characterized by the emergence of a large number of private dental institutions, where prices range significantly. In these conditions, the issues of modern management and marketing in dentistry have become especially relevant. To ensure the effective functioning of all subjects of the dental market, it is necessary to form their information field, within which they would exchange information about their activities, provide effective communication and work to create and maintain a positive reputation. Therefore, taking into account the current difficult epidemiological, economic and social situation in Ukraine, it is obvious that the health care sector needs constant improvement.

Ключові слова: ціни на медичні послуги, середня ціна, розбіжності в цінах, варіація цін, стоматологічний ринок, стоматологічна послуга, галузь охорони здоров'я

Ключевые слова: цены на медицинские услуги, средняя цена, разница в ценах, вариация цен, стоматологический рынок, стоматологическая услуга, отрасль здравоохранения

Keywords: prices on medical services, average price, price differences, price variation, dental market, dental service, health care sector

ВСТУП

Стоматологічна допомога належить до одного з масових видів допомоги, яка надається населенню. У структурі загальної захворюваності населення нашої країни за матеріалами звернень до медичних закладів хвороби ротової порожнини займають третє місце (20-25 %).

Спосіб життя, екологія, спадковість – це ті чинники, які мають найбільший вплив на наше здоров'я, зокрема на органи порожнини рота. Багато проблем зубощелепних органів починають формуватися і проявлятися вже у ранньому дитинстві. За статистикою, наприклад, серед дітей, які пройшли стоматологічне обстеження за період 2005-2015 рр. в Україні, приблизно 50 % мали значні чи незначні проблеми з зубами.

Такі питання як ринкова конкуренція у сфері медичних послуг, соціальне партнерство в наданні стоматологічних послуг населенню, розглянуті неповно, а частка витрат на охорону здоров'я у структурі Державного бюджету України тим часом і далі зменшується з року в рік – з 12,2 % у 2015 р. до 8,6 % у 2019 р. Тому вважаємо, що цьому питанню треба приділити більше уваги.

Складність аналізу стоматологічного ринку України полягає в наявності певних *проблем*:

- за браком офіційних даних про обсяги стоматологічних послуг;
- неповного охоплення статистикою даних про виробництво стоматологічних послуг;
- більшість виробників на ринку стоматологічних послуг складають фізичні особи – підприємці, які не зобов'язані публічно розмішувати дані про свої комерційні результати, тож значна частина виробництва в стоматології (не менше 50 %) міститься у тіншовому секторі.

Вивченню проблем розвитку вітчизняного стоматологічного ринку значну увагу приділяють науковці, зокрема О. Чорноротов, Н. Ляхова, Н. Удовиченко, О. Савчук, а також фахівці Л. Зацна, Т. Івашків, О. Смотров, Я. Заблодський, М. Угрин, В. Неспрядько, які у своїх роботах досліджують проблеми розвитку медичних установ і маркетингу медичних послуг в умовах реформування сфери охорони здоров'я. Зазначимо, що питанню ціноутворення у цій галузі приділено недостатньо уваги.

МЕТА роботи полягає у дослідженні сучасного стану цінних аспектів ринку стоматологічних послуг в Україні.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під час вивчення поставленого питання використано такі методи: метод системного аналізу (виокремлено та проаналізовано аспекти якості медичної допомоги як важливого складника поліпшення менеджменту в охороні здоров'я), метод структурно-логічного аналізу (виділено наукові дані з відібраних літературних джерел за певною логікою, класифіковано їх, а також встановлено зв'язки та відношення між ними), статистичний метод, бібліосемантичний метод

(з'ясування стану вивчення проблеми і шляхів її розв'язання через аналіз попередніх досліджень на основі наукових літературних джерел, електронних ресурсів; вивчено сучасні принципи, світовий досвід і вітчизняні розробки стосовно проблеми якості медичної допомоги), епідеміологічний (для оцінювання поширеності та рівня стоматологічних захворювань та потреби в стоматологічних послугах).

РЕЗУЛЬТАТИ

Стоматологічна галузь є найбільш ринковоорієнтованим сектором надання медичних послуг населенню, яка динамічно розвивається, пропонуючи на ринку прогресивні медичні технології. У цих умовах питання сучасного менеджменту та маркетингу у стоматології набувають особливої актуальності. Для забезпечення ефективного функціонування всіх суб'єктів ринку стоматології необхідним є формування їхнього інформаційного поля, в межах якого б вони обмінювалися інформацією про свою діяльність, забезпечували ефективні комунікації та працювали над створенням і підтриманням позитивної репутації. З огляду на сучасну непросту епідеміологічну, економічну та соціальну ситуації в Україні, очевидно, що галузь охорони здоров'я потребує постійного вдосконалення. Необхідна постійна увага до відповідних змін у галузі загалом, а також з урахуванням соціальних акцентів у суспільстві. А збереження і стале підтримання стоматологічного здоров'я є не тільки медичною, а й важливою соціальною проблемою України.

Вартість лікування зубів в Україні залежить від багатьох факторів: спрямованості клініки, її форми власності, популярності та компетентності фахівців. Сьогодні в умовах конкуренції між медичними закладами, пацієнт звертає увагу на ціни (особливо до моменту безпосереднього знайомства з медичним центром) і на ступінь довіри до закладу. У табл. 1 пропонуємо ознайомитися з вартістю лікування зубів та порівняти ціни на послуги приватних і державних кабінетів.

Одним із важливих моментів, що впливають на ціни процедур у стоматолога, є тип лікування. Наприклад, вартість лікування зубів під наркозом залежно від виду наркозу буде вище на 200-600 грн (місцева анестезія) – 1500-3000 грн (загальна анестезія) або вартість лікування кісти зуба залежить від способу лікування – хірургічне, медикаментозне або комбіноване й коливається від 500 грн до 2000 грн.

Процес лікування може спричинити додаткові витрати: аналізи, знімки, усунення супутніх захворювань порожнини рота. Відповідно фінансові витрати значно зростають. Тож вартість стоматологічних послуг залежить від конкретної стоматологічної ситуації, й остаточну ціну лікування можна визначити тільки в результаті ретельного обстеження пацієнта. Після проведення діагностичних заходів лікар складе індивідуальний план лікування, максимально ефективний у кожному окремому випадку, з урахуванням побажань пацієнта і вже тоді зможе назвати точну ціну.

Таблиця 1

Порівняння вартості послуг у державних та приватних закладах [узагальнено на основі даних, оприлюднених на офіційних сайтах клінік]

Найменування послуги	Державні лікарні (ціна, грн)	Приватні клініки (ціна, грн)
Професійне чищення	100 – 500	250 – 700
Видалення зубного нерва	100 – 200	300 – 450
Видалення зуба	100 – 300	200 – 600
Пломбування зуба	200 – 600	400 – 1000
Рентгенівський знімок	100 – 200	150 – 400
Тимчасова коронка	200 – 350	300 – 600
Постійна коронка	600 – 2000	1500 – 4000
Лікування каналів зуба (чистка, пломбування, ліки)	100 – 400	300–700

Порівняно з іншими Європейськими країнами цінова політика наших підприємств істотно відрізняється. Наприклад, вартість пломбування зуба у польській приватній стоматології – 27-56 євро, зубний імплант із короною в Польщі обійдеться 1200 євро, а у Великобританії – 4800 євро. Тому значна частина іноземців приїжджає в Україну не тільки для лікування зубів, але й із метою оздоровлення в лікувальних установах, санаторіях або проходження медичної діагностики.

У табл. 2 наведено ціни на стоматологічні послуги за вибраними підприємствами галузі. За наявності різних видів однієї послуги (інші види матеріалів/інша технологія), враховувалася середня ціна між ними у закладі. Позначення «→» означає, що дані про явище відсутні (або на цьому підприємстві в прейскуранті відсутні ціни чи послуги).

За допомогою середньоквадратичного відхилення можемо визначити, наскільки у середньому відхиляються значення ознаки від середнього рівня. Тобто

наскільки значущими є розбіжності у цінах на одну послугу у межах галузі (у досліджуваних підприємствах).

Скористасмося формулою:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(x_1 - \bar{x})^2 + (x_2 - \bar{x})^2 + (x_3 - \bar{x})^2 + \dots + (x_n - \bar{x})^2}{n}}, \quad (1)$$

де: x_n – ціна на послугу на відповідному підприємстві;

\bar{x} – середнє значення ціни на відповідну послугу в підприємствах;

σ – середнє квадратичне відхилення ціни від середнього значення.

Тож, здійснивши відповідні розрахунки, можемо навести узагальнену інформацію (табл. 3), що демонструє середнє значення вартості послуги, а також ступінь розсіювання даних відносно середнього значення загалом у галузі (досліджуваних підприємствах).

Таблиця 2

Ціни на стоматологічні послуги по вибраним підприємствам галузі

№	Назва клініки/ розташування	Стоматологічні послуги									
		консультація	Рентгенівський знімок	анестезія	видалення	пломба	коронка металопластмасова (керамічна)	коронка цільнолита	знімний протез акриловий	зняття відбитку силіконом	еластичний знімний протез
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Стоматологічна клініка «Пародент», Львів	60	40	70	–	–	1010	945	2420	150	4680
2	«Дент майстер», Тернопіль	100	–	100	350	500	1500	800	–	300	6000
3	Комфортна стоматологія лікаря Колоса, Житомир	200	70	110	250	500	1400	600	2200	400	3000
4	Стоматологічна клініка «Перлина», Львів	150	60	90	550	250	2200	1100	2900	210	6000
5	Стоматологічний центр «Венеція», Київ	290	130	275	600	865	3000	–	3700	–	7000
6	«Усмішка», Львів	120	60	–	600	550	2500	–	5000	–	–
7	Клініка інноваційної сімейної стоматології, Київ	195	91	130	416	450	3000	–	–	230	4550
8	Нововолинська центральна міська лікарня	50	30	65	140	200	535	475	1257	100	–

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
9	Приватна стоматологія, Тисмениця	100	–	80	–	300	1300	600	–	–	–
10	«Вівадент», Кременчук	100	–	150	350	–	2000	700	3500	400	4500
11	Стоматологічна клініка Dr. Starynsky s dentistry, Тернопіль	–	60	50	300	350	1500	750	1600	–	3500
12	Стоматологічна клініка «Левіка», Вінниця	150	60	–	350	360	1400	–	1800	–	–
13	Стоматологічна клініка «Арсената», Тернопіль	75	40	60	–	300	1200	800	2800	–	6000
14	Стоматологія Adent, Київ	70	80	100	550	370	1500	700	3200	170	4200
15	Стоматологічний центр «Клініка доктора Петріщева», Вишневе	100	90	100	400	700	1600	1000	3500	350	5000
16	Клініка прогресивної стоматології та косметології Harry clinic	200	70	100	600	400	1800	800	3000	160	4000
17	«Дента+», Житомир	75	80	115	–	500	1420	710	2800	200	–
18	ДомСтом, Житомир	50	60	70	300	–	1300	–	2200	–	–
19	Приватна клініка Нікамед, Житомир	60	75	90	200	350	850	360	1750	180	3500
20	Стоммакс, Житомир	40	60	100	200	200	700	350	1250	55	2800

Таблиця 3

Середнє значення ціни для обраних послуг та ступінь розсіювання даних [розраховано на основі даних, оприлюднених на офіційних сайтах клінік]

Назва послуги	₴	€
Консультація	115	65
Рентгенівський знімок	68	22
Анестезія	103	48
Видалення	385	150
Пломба	420	169
Коронка металокерамічна	1586	657
Коронка цільнолита	713	208
Знімний протез звичайний	2640	958
Знімний протез нейлоновий	4624	1212
Зняття відбитку силіконом	223	105

Здійснивши аналіз, бачимо, що ціни на одну й ту ж послугу значно відрізняються та варіюються залежно від підприємства. Тобто велике значення стандартного відхилення вказує, що точки (наші ціни) розподілені у широкому діапазоні відносно середнього значення вибірки.

З огляду на центральну граничну теорему та особливості нормального розподілу (будемо вважати, що чисельність вибірки є достатньою для таких висновків) відомо, що спостереження рідко відхиляються від середнього значення більше ніж на декілька стандартних відхилень. Центральна гранична теорема говорить, що середнє значення вибірки розподілене відносно середнього значення сукупності відповідно до нормального закону. Відомо, яка частина спостереження у нормальному розподілі знаходиться у межах таких відхилень, а саме: одного середньоквадратичного відхилення – 68,2 %, двох – 95,4 %, трьох – 99,7 %

спостережень.

Тож можемо стверджувати, що значення ціни, наприклад, для коронки металокерамічної буде становити від 929 грн до 2243 грн для 68,2 % підприємств галузі.

ВИСНОВКИ

Сьогодні стоматологічна галузь України динамічно розвивається, пропонуючи на ринку прогресивні медичні технології та препарати, апробовані світовою медичною спільнотою. Ринок стоматології характеризується появою значної кількості приватних стоматологічних закладів, ціни в яких значно варіюються. Тому й однією з основних проблем цінового аспекту на ринку стоматологічних послуг із погляду споживача виділяємо – значні розбіжності у цінах на послуги у межах галузі. Споживач є недостатньо інформованим, адже не володіє тими знаннями, які дали

зможу б йому оцінити ціну придбаних послуг. Так, часто перевага надається приватним закладам та вищої ціні, хоча якість у державних клініках може бути не гіршою. У споживача немає можливості самостійного вибору необхідних послуг та їхнього обсягу, що пояснюється неоднорідністю стоматологічних послуг, їхньою індивідуальністю, унікальністю, неможливістю або утрудненістю зіставлення ціни і якості.

Узагальнюючи вищезазначене можемо зробити висновки, що заходи стосовно підвищення якості системи охорони здоров'я, особливо у розрізі стоматологічної сфери, насамперед, повинні бути спрямовані на забезпечення ефективною та прозорою ціновою політикою на медичні послуги, оптимізації мережі державних, комунальних і приватних закладів охорони здоров'я. Це дасть змогу створити необхідні умови конкуренції, які також мають бути закріплені ціновою, податковою політикою задля підтримання рівноваги між оптимальним розподілом ресурсів в умовах ринку. Тож ефективність і чіткість функціонування всіх ланок механізму покращення якості медичної допомоги в Україні можливі тільки за їхньої взаємодії та взаємоузгодженні.

Список використаних джерел

1. Васильєв А.Г., Михальчук В.М., Гбур З.В. Перспективи розвитку медичних закладів в умовах реформи охорони здоров'я. *Світ медицини та біології*. 2019. № 3. С. 18–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_med_2019_3_6 (дата звернення 02.09.2020).
2. Ляхова Н.О., Нестеренко О.М. Стан ринку стоматологічних послуг в Україні на сучасному етапі. *Вісник проблем біології й медицини*. 2014. Вип. 3(3). С. 47–50. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpbm_2014_3\(3\)_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpbm_2014_3(3)_11) (дата звернення 02.09.2020).
3. Сайт клініки інноваційної сімейної стоматології «KISS». URL: <https://kiss.net.ua/price/> (дата звернення 24.09.2020).
4. Сайт клініки прогресивної косметології та стоматології «Happy clinic». URL: <https://happyclinic.com.ua/price/> (дата звернення 24.09.2020).
5. Сайт клініки сучасної стоматології «Denta+». URL: <https://www.denta-plus.com/ua/czenyi> (дата звернення 24.09.2020).
6. Сайт Комфортної стоматології лікаря Колоса. URL: <http://kc-dent.com.ua/prays/> (дата звернення 24.09.2020).
7. Сайт Нововолинської центральної міської лікарні. URL: <https://radar.in.ua/roztinsky-u-stomatologiyi-ta-inshitsikavi-tsyfry/> (дата звернення 24.09.2020).
8. Сайт стоматологічного центру «Венеція». URL: <https://dcv.com.ua/price/> (дата звернення 24.09.2020).
9. Сайт стоматологічного центру «Клініка доктора Петрішева». URL: <http://www.petrishev.com.ua/> (дата звернення 24.09.2020).
10. Сайт стоматологічної клініки «Дент майстер». URL: <http://dentmaster.com.ua/tsiny/> (дата звернення 24.09.2020).
11. Сайт стоматологічної клініки «Пародент». URL: <https://www.parodent.com.ua/prejskurant/> (дата звернення 24.09.2020).
12. Сайт стоматологічної клініки «Adent». URL: <http://adent.com.ua/uk/contact-us/> (дата звернення 24.09.2020).
13. Сайт стоматологічної клініки «DS DENTISRTY». URL: <http://ds.te.ua/%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%B8.html> (дата звернення 24.09.2020).
14. Сайт стоматологічної клініки «Авторська стоматологія». URL: <http://laserdentist.com.ua/tsiny/>
15. Сайт стоматологічної клініки «Арсената». URL: <http://arsenata.com.ua/prices.php> (дата звернення 24.09.2020).
16. Сайт стоматологічної клініки «Вивадент». URL:

<http://vivadent.com.ua/ru/prajs> (дата звернення 24.09.2020).

17. Сайт стоматологічної клініки «ДомСтом». URL: <http://domstom.com.ua/tsni/> (дата звернення 24.09.2020).

18. Сайт стоматологічної клініки «Левіка». URL: <https://levika.com.ua/price> (дата звернення 24.09.2020).

19. Сайт стоматологічної клініки «Майстерня посмішки». URL: <https://moyaposmishka.com.ua/> (дата звернення 24.09.2020).

20. Сайт стоматологічної клініки «Нікамед». URL: <https://nikamed.com.ua/price> (дата звернення 24.09.2020).

21. Сайт стоматологічної клініки «Перлина». URL: <http://perlyna-clinic.com.ua/price.php> (дата звернення 24.09.2020).

22. Сліпченко Т.О. Стоматологічний ринок України: особливості попиту на послуги в сегменті дентальної імплантації. *Бізнес Інформ*. 2017. № 5. С. 288–292. (дата звернення 02.09.2020).

23. Удовиченко Н.М. Ключові аспекти ринкової рівноваги та соціального оптимуму партнерства у сфері стоматологічної допомоги населенню. *Управління розвитком*. 2017. № 3–4. С. 96–101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2017_3-4_15 (дата звернення 02.09.2020).

References

1. Vasyliiev A.H., Mykhalchuk V.M., Hbur Z.V. Development prospects of medical institutions in terms of health care reform. *World of Medicine and Biology*. 2019. № 3. pp. 18–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/S_med_2019_3_6 (last accessed 02.09.2020). (In Ukrainian).
2. Liakhova N.O., Nesterenko O.M. The state of the market of dental services in Ukraine at the present stage. *Scientific Bulletin of problems biology and medicine*. 2014. Issue 3 (3). pp. 47–50. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpbm_2014_3\(3\)_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpbm_2014_3(3)_11) (last accessed 02.09.2020). (In Ukrainian).
3. Website of the clinic of innovative family dentistry «KISS». URL: <https://kiss.net.ua/price/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
4. Website of the clinic of progressive cosmetology and dentistry «Happy clinic». URL: <https://happyclinic.com.ua/price/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
5. Website of the clinic of modern dentistry «Denta +». URL: <https://www.denta-plus.com/ua/czenyi> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
6. Website of Comfortable dentistry of doctor Kolos. URL: <http://kc-dent.com.ua/prays/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
7. Website of Novovolynsk Central City Hospital. URL: <https://radar.in.ua/roztinsky-u-stomatologiyi-ta-inshi-tsyfry/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
8. Website of the dental center «Venice». URL: <https://dcv.com.ua/price/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
9. Website of the dental center «Dr. Petrishev's Clinic». URL: <http://www.petrishev.com.ua/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
10. Website of the dental clinic «Dent Master». URL: <http://dentmaster.com.ua/tsiny/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
11. Website of the dental clinic «Parodent». URL: <https://www.parodent.com.ua/prejskurant/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
12. Website of the dental clinic «Adent». URL: <http://adent.com.ua/uk/contact-us/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
13. Website of the dental clinic «DS DENTISRTY». URL: <http://ds.te.ua/%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%B8.html> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).
14. Website of the dental clinic «Author's dentistry». URL: <http://laserdentist.com.ua/tsiny/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

15. Website of the dental clinic «Arsenata». URL: <http://arsenata.com.ua/prices.php> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

16. Website of the dental clinic «Vivadent». URL: <http://vivadent.com.ua/ru/prajs> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

17. Website of the dental clinic «DomStom». URL: <http://domstom.com.ua/tsni/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

18. Website of the dental clinic «Levika». URL: <https://levika.com.ua/price> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

19. Website of the dental clinic «Smile manufactory». URL: <https://moyaposmishka.com.ua/> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

20. Website of the dental clinic «Nikamed». URL: <https://nikamed.com.ua/price> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

21. Website of the dental clinic «Pearl». URL: <http://perlyna-clinic.com.ua/price.php> (last accessed 24.09.2020). (In Ukrainian).

22. Slipchenko T.O. Dental market of Ukraine: features of demand for services in the segment of dental implantation. *Business Inform.* 2017. № 5. pp. 288–292 (last accessed 02.09.2020). (In Ukrainian).

23. Udovychenko N.M. Key aspects of market equilibrium and social optimum of partnership in the field of dental care. *Development Management.* 2017. № 3–4. pp. 96–101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2017_3-4_15 (last accessed 02.09.2020). (In Ukrainian).

ПОЛЕНКОВА

Марина Володимирівна

УДК 334.71:338.43–043.2:330.34.014–026.23

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

STRATEGIC ORIENTATIONS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

к.е.н., доцент кафедри,
Чернігівський національний
технологічний університет

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.10.7>

POLENKOVA Maryna Volodymyrivna – PhD in Economics, Associate Professor of department, Chernihiv National Technological University

У статті охарактеризовано поняття сталого розвитку. Окреслено особливості функціонування підприємств у контексті сталого розвитку. Обґрунтовано, що сталий розвиток вимагає інтеграції економічних, соціальних та екологічних цілей підприємств, а також адаптації до системних вимог. Запропоновано стратегічні орієнтири сільськогосподарських підприємств у контексті сталого розвитку, що охоплюють ключові сфери соціально-економічного життя сільських територій.

* * *

В статье охарактеризованы понятия устойчивого развития. Определены особенности функционирования предприятий в контексте устойчивого развития. Обосновано, что устойчивое развитие требует интеграции экономических, социальных и экологических целей предприятий, а также адаптации к системным требованиям. Предложены стратегические ориентиры сельскохозяйственных предприятий в контексте устойчивого развития, охватывающих ключевые сферы социально-экономической жизни сельских территорий.

* * *

The article describes the concept of sustainable development. Peculiarities of enterprise functioning in the context of sustainable development are outlined. It is substantiated that sustainable development requires the integration of economic, social and environmental goals of enterprises, as well as adaptation to system requirements. Strategic guidelines of agricultural enterprises in the context of sustainable development are proposed, covering key areas of socio-economic life of rural areas.

Business people associate sustainable development primarily with economic growth and decent work. Natural resource or welfare goals are considered less important by many companies, so most companies do not try to integrate corporate governance, business strategies and reporting forms into sustainable development. However, globally, companies have realized that business sustainability is becoming a competitive advantage, with both investors and consumers demanding more responsibility. Despite a good awareness of this issue, progress in achieving the goals of sustainable development can be destabilized by the lack of specific objectives, evaluation methods and expanded business integration.

On the one hand, the development of rural areas depends on the available resources, technologies, the existing institutional environment, as well as on the competitiveness of local goods and services. On the other hand, sustainable development requires the preservation of local economic, social and environmental assets for the future. A comprehensive approach is needed to address these trade-offs.

The strategy of sustainable development of the enterprise is accompanied by a certain mechanism that triggers the irreversible process of its positive transformation. A well-designed sustainable development strategy, in addition to the obvious benefits to society and the environment, will help companies attract investors and customers and, in some cases, receive financial support.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства, стратегічні цілі, сільські території, сталий розвиток

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия, стратегические цели, сельские территории, устойчивое развитие

Keywords: agricultural enterprises, strategic goals, rural areas, sustainable development

ВСТУП

Представники бізнесу пов'язують сталий розвиток насамперед з економічним зростанням і гідною роботою. Цілі, що стосуються природних ресурсів або добробуту, сприймаються багатьма компаніями менш важливими, тому більшість підприємств не намагається інтегрувати корпоративне управління, бізнес-стратегії та форми звітності у цілі сталого розвитку. Проте у глобальному масштабі компанії усвідомили, що стійкість бізнесу стає конкурентною перевагою, як інвестори, так і споживачі вимагають більшої відповідальності. Попри гарну обізнаність із даної проблематики, прогрес у сфері досягнення цілей сталого розвитку може бути дестабілізований відсутністю конкретних завдань, методів оцінювання й розширеної бізнес-інтеграції підприємств. З огляду на зазначене, тема дослідження є

важливою та своєчасною.

МЕТОЮ роботи є обґрунтування стратегічних орієнтирів сільськогосподарських підприємств у контексті сталого розвитку.

РЕЗУЛЬТАТИ

Ринкові перетворення, стихійні, неконтрольовані процеси розвитку, глобальні екологічні проблеми стали передумовами для вирішення важливого завдання – забезпечення сталого розвитку країни, що передбачає досягнення збалансованості соціально-економічного розвитку та збереження навколишнього середовища. Сталий розвиток є викликом управління змінами як на глобальному, так і на місцевому рівнях, що, своєю чергою, вимагає інтеграції економічних, соціальних та екологічних цілей підприємств, а також адаптації

їх до системних вимог (рис. 1).

Водночас економічна компонента сталого розвитку враховує підвищення ефективності виробництва на конкретній території з урахуванням природно-ресурсного потенціалу, фінансових і матеріальних ресурсів, розвиток і підтримку малого й середнього бізнесу, експорту, інвестиційної активності тощо. Одним із вагомих індикаторів та орієнтирів є підвищення рівня життя населення та забезпечення зайнятості [1].

Соціальна компонента має спрямовуватися на соціальне забезпечення й захист населення, розвиток і підтримання в належному стані об'єктів соціальної інфраструктури.

Основними напрямками в контексті захисту довкілля повинні стати екологічно обгрунтоване й безпечне розміщення продуктивних сил, раціональне використання природних ресурсів, забезпечення природного розвитку екосистем, збереження і відновлення природних комплексів під час розв'язання територіальних проблем, вдосконалення управління у галузі охорони навколишнього середовища і природокористування.

У цьому зв'язку сільські території перебувають «під тиском» урбанізації, що часто супроводжується зміненними підходами до землекористування та соціально-культурними розбіжностями, а також впливами на регіональний екологічний потенціал та соціальний капітал. Це призводить до компромісу між короткотерміновими цілями розвитку та довгостроковими цілями сталого розвитку. З одного боку, розвиток сільських територій залежить від наявних ресурсів, технологій, наявного інституційного середовища, а також від конкурентоспроможності місцевих товарів та послуг. З іншого – сталий розвиток вимагає збереження місцевих економічних, соціальних та екологічних активів на перспективу. Для вирішення цих компромісів необхідний комплексний підхід.

Стратегічне планування сільськогосподарських підприємств повинно враховувати такі важливі аспекти

сталого розвитку, що охоплюють ключові сфери соціально-економічного життя сільських територій (рис. 2):

- стійкого економічного зростання з необхідним механізмом його стимулювання на основі підвищення ефективності використання ресурсів, інноваційно-технологічного розвитку;
- ефективного та екологічно безпечного надрокористування, а також збереження, захист та покращення природних екосистем;
- сприяння зайнятості, захист і забезпечення засобами для існування та соціального добробуту сільського населення;
- підвищення стійкості населення (громад) та екосистем;
- забезпечення лояльного та гуманного управління людськими та природними системами.

Діяльність сільськогосподарських підприємств має здійснюватися крізь призму цілей сталого розвитку – збалансованості економіки, соціальної сфери та екології, тобто досягнення таких результатів, за яких сільськогосподарська (виробнича, економічна) діяльність припиняє здійснювати негативний вплив на навколишнє середовище, забезпечуючи можливість справедливого розподілу доходів і скорочення економічного диспаритету та вирішення завдань, пов'язаних не тільки з поточним розвитком, а й із перспективою для майбутніх поколінь.

Деякі аграрні компанії розробили програми з охорони довкілля і сталого розвитку, що працюють паралельно з основною бізнес-стратегією. Але в кінцевому результаті такі відокремлені програми не роблять істотного впливу на політику в реальних діях компанії та на прийняті нею рішення.

Стратегія сталого розвитку підприємства супроводжується певним механізмом, що запускає незворотний процес його позитивної трансформації [3]. Впровадження такої стратегії вимагає:



Рис. 1. Концепція сталого розвитку [сформовано автором на основі відкритих джерел]



Рис. 2. Сталій розвиток сільських територій [сформовано автором на основі [2]]

– чіткого уявлення про сталій розвиток – компанії повинні встановити довгострокові цілі у контексті екологічних, соціальних та економічних тенденцій;

– розроблення конкретного плану дій стосовно досягнення цілей сталого розвитку на коротко-, середньо- та довгострокову перспективу;

– налагодження ефективної комунікації та прозорості звітності для внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів.

Правильно розроблена стратегія сталого розвитку, крім очевидного блага для суспільства й екології, допоможе компаніям залучати інвесторів і клієнтів, а також, у деяких випадках, отримувати фінансову підтримку.

ВИСНОВКИ

Попри досить високий рівень усвідомлення важливості сталого розвитку, багато підприємств інколи ставлять під сумнів важливість екологічних і соціальних факторів, аргументовано доводячи значущість лише економічних показників. Основне питання в цій дискусії займає здатність «стійких» компаній довести, що впровадження політики сталого розвитку може бути важливим «важелем» досягнення високих ринкових

результатів.

Список використаних джерел

1. Офіційне Інтернет-представництво Міністерства аграрної політики та продовольства України. 2019. URL: <http://minagro.gov.ua>.

2. Building a common vision for sustainable food and agriculture: principles and approaches. 2014. URL: <http://www.fao.org/3/a-i3940e.pdf>.

3. Boxall P., Steeneveld M. Human Resource Strategy and Competitive Advantage: A Longitudinal Study of Engineering Consultancies. *Journal of Management Studies*. 1999. № 36/4. pp. 443–463.

References

1. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine: Official Internet representation. 2019. URL: <http://minagro.gov.ua>. (in Ukrainian).

2. Building a common vision for sustainable food and agriculture: principles and approaches. 2014. URL: <http://www.fao.org/3/a-i3940e.pdf>.

3. Boxall P., Steeneveld M. Human Resource Strategy and Competitive Advantage: A Longitudinal Study of Engineering Consultancies. *Journal of Management Studies*. 1999. № 36/4. pp. 443–463.