

WORLD MARKET OF COMPUTER TECHNOLOGIES: TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Summary. The article analyzes the current state of the development of the market of computer technologies on an international scale. The peculiarities of the development of international e-commerce at the present stage are singled out. The perspective directions of development of the market of computer technologies in the context of improving the state of international trade at the present stage of development are revealed. The tendencies of the market of computer technologies are analyzed. The prospects for developing e-commerce internationally are described.

Key words: computer technologies market, electronic commerce, international electronic commerce, computer technologies, world market, world market of computer technologies.

УДК 334.012.61–022.51

Лукашова Л. В.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету

Lukashova L. V.

PhD, Associate Professor,
Doctoral Student of the Department of Management
Kyiv National University of Trade and Economics

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АТРИБУТИВНОГО ПІДХОДУ
ДО ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. У статті науково обґрунтовано та доведено доцільність застосування атрибутивного підходу до господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва. Класичний атрибутивний підхід адаптований з урахуванням особливостей стану та розвитку національного малого підприємництва. Визначені основні кількісні та якісні атрибутивні характеристики. Запропоновано пріоритетні методи аналізу господарської діяльності в межах атрибутивного підходу. Результати дослідження в подальшому будуть використані для формулювання принципів фасилітації розвитку малого підприємництва в Україні.

Ключові слова: атрибутивний підхід, атрибутивні характеристики, суб'єкти малого підприємництва, суб'єкти мікропідприємництва, фасилітація.

Вступ та постановка проблеми. Національний інститут стратегічних досліджень на прикладі периферійних територій західних регіонів визначає такі негативні аспекти розвитку малого підприємництва в Україні, як [1]: низька ділова активність; недостатня кількість суб'єктів малого підприємництва в розрахунку на 10 тисяч населення; обмеженість підприємницької ініціативи в сільських місцевостях; незначні обсяги та низька ефективність господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва; проблеми ресурсного, зокрема матеріально-технічного і кадрового забезпечення; низький рівень кооперації; незадовільний стан транспортної, ринкової, фінансової, соціальної та інформаційної інфраструктури; проблеми формування і розвитку людського капіталу.

З огляду на вищевикладене, вбачається доцільним обґрунтування методичних засад аналізу стану та розвитку малого підприємництва за основними атрибутивними характеристиками в межах атрибутивного підходу. Це дасть змогу забезпечити системність дослідження і в подальшому сформулювати принципи фасилітації¹ розвитку малого підприємництва з метою подолання наявних негативних тенденцій та підвищення ефективності функціонування національної економіки загалом.

¹ Сприяння розвитку підприємницької діяльності шляхом надання суб'єктам господарювання фінансової, інформаційно-консультативної підтримки, стимулювання інновацій та мінімізації господарських ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою трактування сутності підприємництва, обґрунтування альтернативних підходів до підприємницької діяльності опікувалися такі провідні вчені, як: Й. Шумпетер [2], А. Сміт [3], П. Друкер [4], Ф. Гайек [5], Г. Саймон [6] та ін. Зміст атрибутивного підходу до підприємництва розкрито у працях вітчизняних науковців В. Пилипенка, І. Шевеля, М. Лапусти, М. Лукашевича [7], С. Калабухової [8] та інших, роботи яких і послужили теоретичною базою для проведення подальших досліджень.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зауважити, що вищезазначені науковці у своїх працях не відобразили проблеми адаптації та особливості застосування атрибутивного підходу до господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва, що і зумовило необхідність проведення досліджень у цьому напрямі.

Метою статті є обґрунтування методичних та практичних засад атрибутивного підходу до підприємництва загалом та до господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва зокрема.

Результати дослідження. Науковці виділяють такі підходи до розуміння сутності підприємництва: атрибутивний, процесуальний, діяльнісний, функціональний та інституціональний. Також у сучасній науці є прибічники неокласичного та постмодерністського підходів до вирішення і оптимізації завдань підприємницької діяль-

ності [9, с. 23]. Критичний аналіз наукового доробку спонукав до кваліфікації атрибутивного підходу як пріоритетного під час проведення аналізу стану та розвитку суб'єктів підприємництва. Відповідно до нього можуть бути визначені атрибутивні характеристики малого підприємництва. Атрибутивний підхід розглядає підприємство як сукупність певних атрибутів. Загалом до атрибутів підприємництва науковці відносять: *мотив дії* (мотив збагачення); *механізм дії*, що базується на інвестуванні; *чинник ризику*, який пов'язують насамперед із невпевненістю у правильності прийнятих управлінських рішень та з покриттям витрат в особистих цілях; *свободу*: вибору напрямів і методів діяльності, у прийнятті рішень, попиту і пропозиції робочої сили, ініціативи, мислення; орієнтацію суб'єкта підприємницької діяльності на досягнення систематичного позитивного економічного ефекту; інноваційний характер підприємницької діяльності; відповідальність суб'єкта підприємництва за наслідки прийнятого ним рішення; самостійність діяльності; ступінь задоволення потреб ринку; ефективність використання ресурсів; законність діяльності².

Критичний аналіз вищезазначених атрибутів дав змогу сформулювати атрибутивні характеристики (кіль-

кісні та якісні) для суб'єктів малого підприємництва з урахуванням їхньої специфіки. Однією з основних кількісних атрибутивних характеристик є прибуток суб'єктів малого підприємництва в динаміці, який опосередковано свідчить про орієнтацію на досягнення систематичного позитивного економічного ефекту. Розподіл фінансових результатів (чистого прибутку / збитку) за укрупненими видами економічної діяльності наведений на рис. 1.

За більшістю видів економічної діяльності суб'єкти малого підприємництва мають від'ємні фінансові результати. Стабільно прибутковою залишається діяльність суб'єктів малого підприємництва, задіяних у сільському, лісовому та рибному господарстві, проте навіть за цим видом діяльності спостерігається зниження обсягів чистого прибутку у 2017 році майже на 30% порівняно з показником 2016 року.

Доцільно зауважити, що сумарне сальдо фінансового результату (чистого прибутку/збитку) за результатами господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва на протязі восьми років залишається від'ємним і станом на кінець 2017 року відповідає значенню -20 971,9 млн. грн., що на 6,7% перевищує показник 2010 року та становить 11,7% показника 2014 року та 17,7% показника 2015 року.

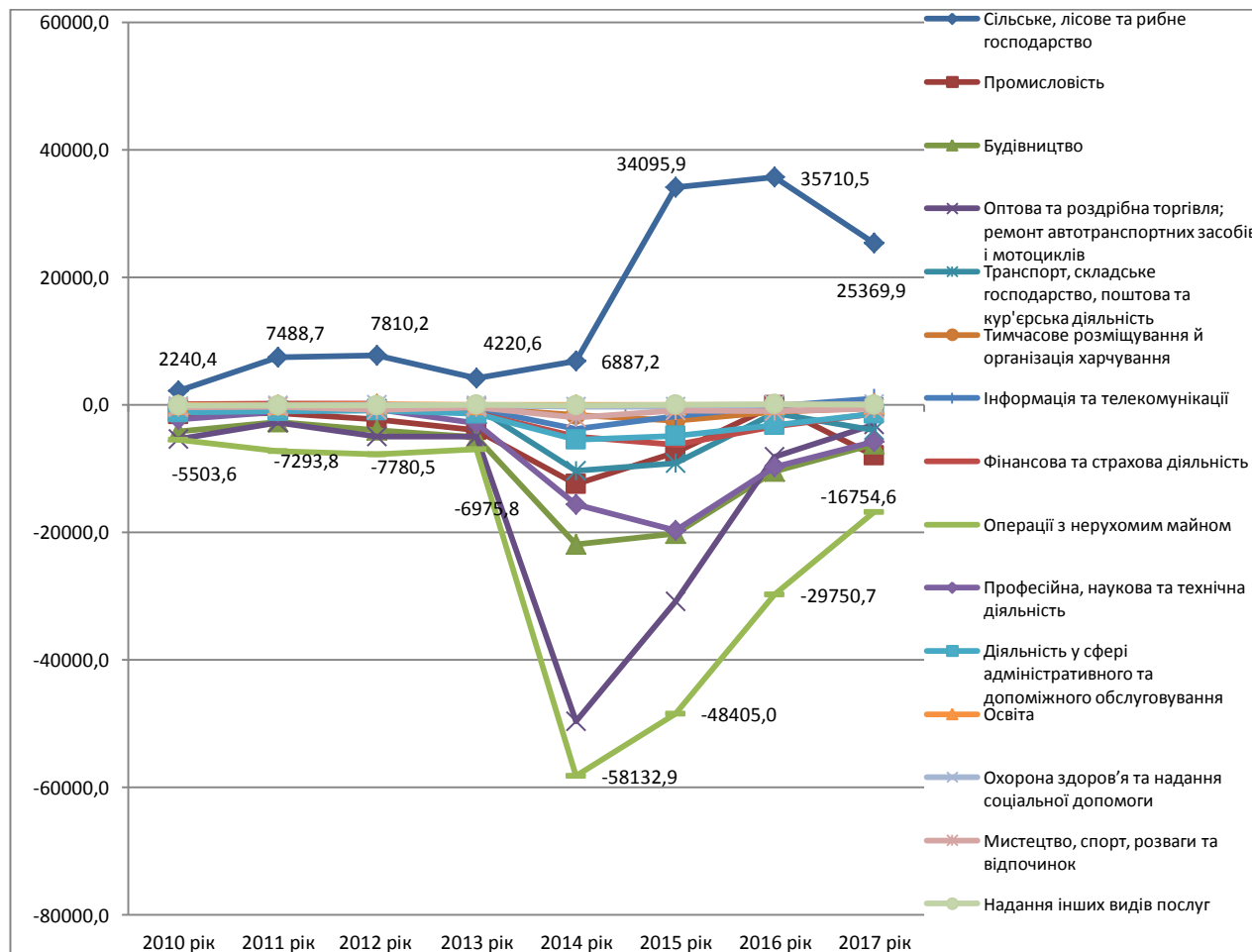


Рис. 1. Чистий прибуток (збиток) суб'єктів малого підприємництва в Україні за укрупненими видами економічної діяльності у 2010–2017 рр., млн. грн.

Джерело: розроблено автором на основі [10]

² Під законністю діяльності в даному випадку слід розуміти її втілення в певних організаційно-правових формах, що передбачає її реєстрацію у встановленому чинним законодавством порядку, отримання суб'єктом підприємництва ліцензії у разі необхідності, тощо.

Така негативна тенденція свідчить про незадовільний стан національного малого підприємництва та необхідність термінової фашилітації його розвитку особливо з огляду на його значущість у структурі національної економіки³.

Слід зазначити, що більшість суб'єктів малого підприємництва, а саме 72,3%, є прибутковими станом на кінець 2017 року, причому частка прибуткових підприємств за 8 років зростає на 26,3% (рис. 2).

Від'ємне сальдо сумарного фінансового результату господарської діяльності на фоні зростання частки прибуткових суб'єктів малого підприємництва свідчить про перевищення обсягів збитків над прибутками в розрахунку на 1 суб'єкта малого підприємництва.

Відповідно до вищенаведених показників вбачається недоцільним використання рентабельності діяльності як атрибутивної характеристики замість прибутку, оскільки протягом усіх років дослідження зафіксований збиток, що унеможливує розрахунок показників рентабельності. Під час проведення більш деталізованого аналізу показники рентабельності операційної діяльності або узагальнені показники рентабельності господарської діяльності можуть бути застосовані як атрибутивні характеристики винятково для таких видів економічної діяльності, як:

сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг (15,8%)⁴, ремонт і монтаж машин і устаткування (4,7%), діяльність охоронних служб та проведення розслідувань (3,7%). Обов'язковою вимогою щодо застосування показника рентабельності є прибутковість господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва впродовж усіх років дослідження.

Як ще одну кількісну атрибутивну характеристику можна використовувати витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва (рис. 3).

За період аналізу спостерігається зростання обсягу виробничих витрат суб'єктів малого підприємництва (виробничі витрати зросли більш ніж удвічі у 2017 році проти показника 2012 року), що об'єктивно зумовлено інфляційними процесами в країні та девальвацією національної грошової одиниці, а не нарощуванням реальних обсягів господарської діяльності в натуральних показниках. Водночас слід зазначити, що обсяги реалізованої продукції суб'єктами малого підприємництва у вартісному вимірі зросли з 2010 року до 2017 року на 165%, причому стрімке зростання цього показника припадає на 2015–2017 рр. (рис. 4).

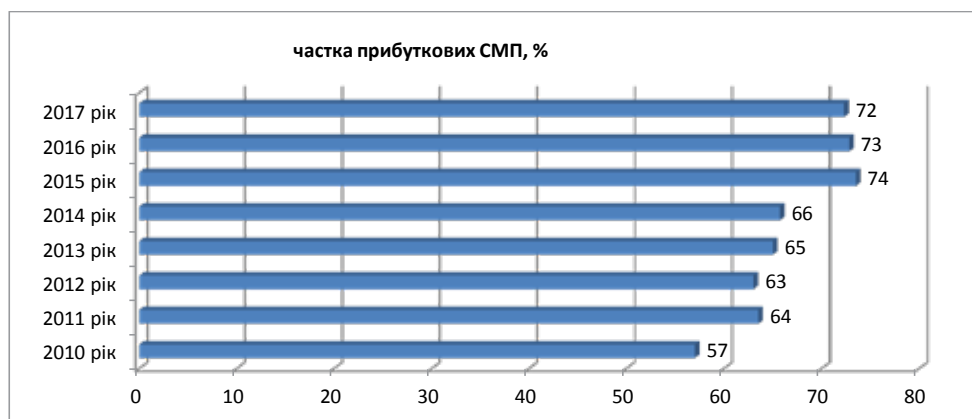


Рис. 2. Частка прибуткових суб'єктів малого підприємництва в Україні у 2010–2017 рр., %

Джерело: розроблено автором на основі [10]

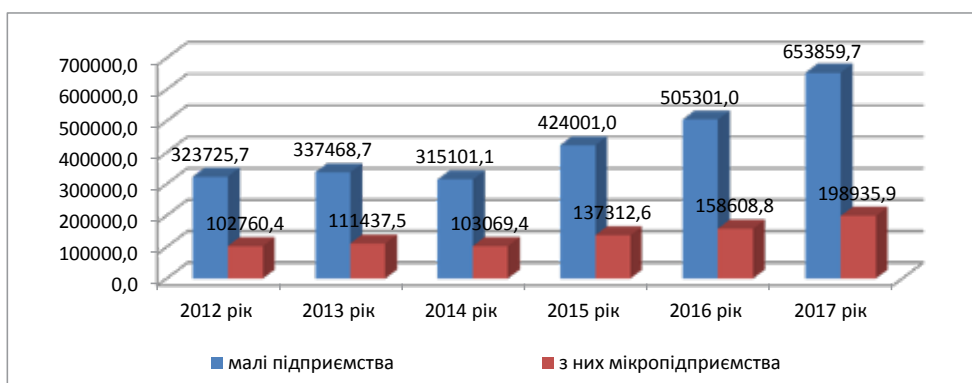


Рис. 3. Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва, в т.ч. мікропідприємства у 2012–2017 рр. в Україні, млн. грн.

Джерело: розроблено автором на основі [10]

³ Суб'єкти малого підприємництва становили 99,13% всіх суб'єктів господарювання в Україні у 2017 році, в т.ч. 322920 малих підприємств та 1466486 суб'єктів малого підприємництва фізичних осіб-підприємців [4].

⁴ Показник рентабельності господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва у 2017 році за видом економічної діяльності: сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг.

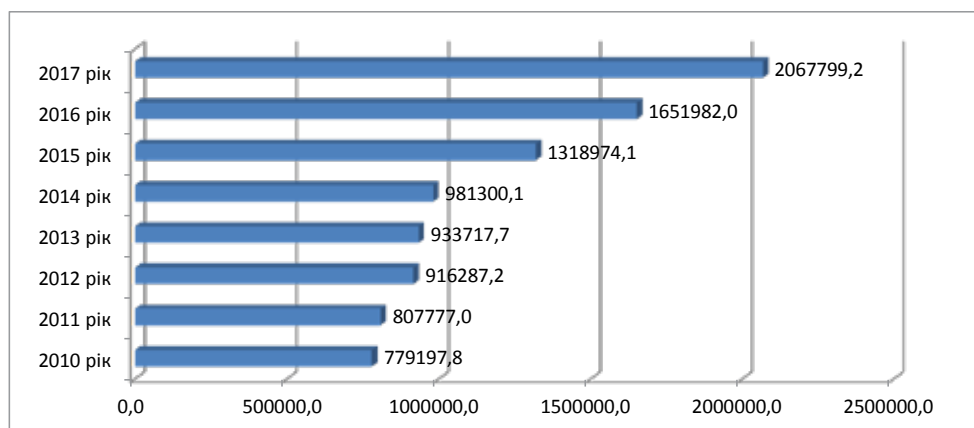


Рис. 4. Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого підприємництва в Україні у 2010–2017 рр., млн. грн.

Джерело: розроблено автором на основі [10]

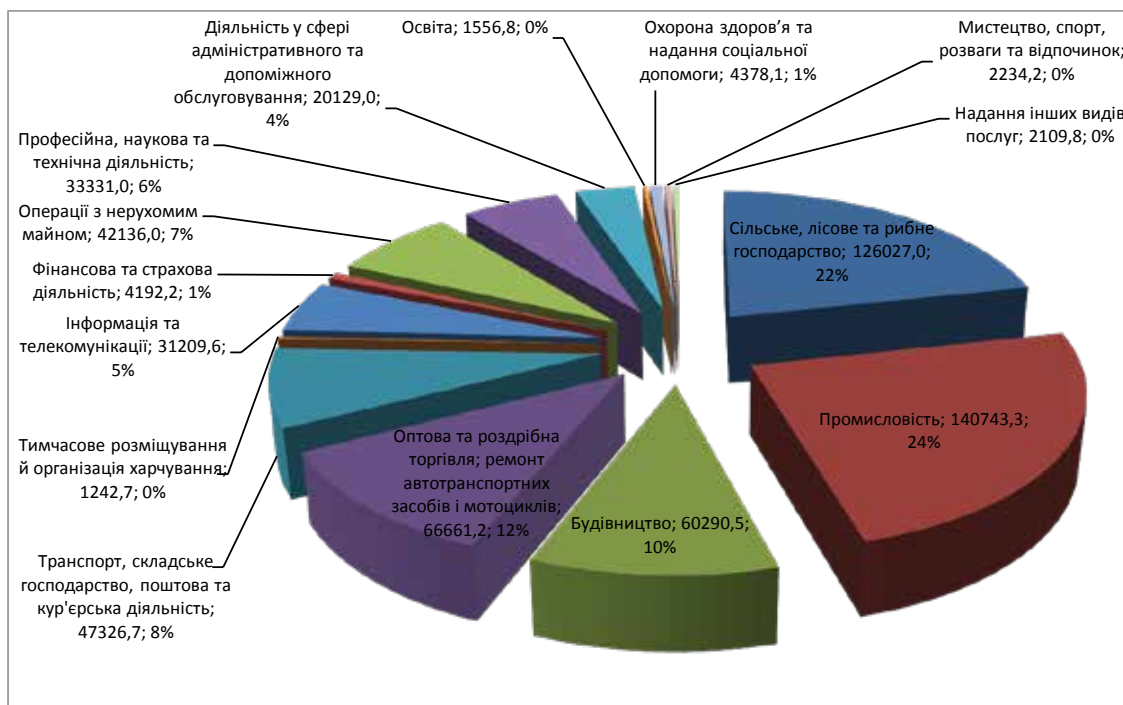


Рис. 5. Структура витрат суб'єктів малого підприємництва за видами економічної діяльності у 2017 р. в Україні, млн. грн., %

Джерело: розроблено автором на основі [10]

Станом на 2017 рік у структурі витрат суб'єктів малого підприємництва за видами економічної діяльності понад 65% сумарних витрат припадає на промисловість (24%), сільське, лісове та рибне господарство (22%), оптову та роздрібну торгівлю та ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (12%) та будівництво (10%) (рис. 5). Аутсайдерами за обсягами витрат виявилися такі види економічної діяльності, як освіта; мистецтво, спорт, розваги та відпочинок; тимчасове розміщення й організація харчування та надання інших видів послуг. Всі вище перелічені види економічної діяльності мають менше 1% у загальній структурі витрат.

Розмір витрат у їх абсолютному значенні є базою для розрахунку похідних показників ефективності використання ресурсів суб'єктами підприємництва. Відповідно до

класичного атрибутивного підходу саме ефективність використання ресурсів визначається як атрибутивна характеристика, за якою доцільно проводити аналіз господарської діяльності. До показників, які задовольняють цій атрибутивній характеристиці, можна віднести: рівень витрат (як загальних, так і за групами витрат), показники ефективності використання основних фондів (фондовідачу, фондомісткість, фондоозброєність, фондооснащеність, коефіцієнт ефективності використання основних фондів), показники ефективності використання трудових ресурсів (продуктивність праці, що визначається за допомогою двох показників: виробітку та працемісткості), показники ефективності використання оборотних коштів (коефіцієнт оборотності, коефіцієнт завантаження, тривалість одного обо-

роту в днях), показники оцінки ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріалоемність, матеріаловіддача, оборотність матеріальних запасів) тощо. Слід зауважити, що показники ефективності використання ресурсів розраховуються, як правило, за окремими видами ресурсів (матеріальні, трудові, фінансові тощо).

До переліку кількісних атрибутивних характеристик господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва варто додати: розмір інвестицій та їх ефективність; рівень інноваційного розвитку (в його основу покладено обчислення взаємопов'язаних коефіцієнтів: коефіцієнту вартості інноваційного устаткування; коефіцієнту вартості продукції, на яку суб'єкт малого підприємництва отримав охоронні документи; коефіцієнту опору працівників змінам в організації; коефіцієнту реалізації інноваційних ідей; коефіцієнту інноваційності продукції суб'єкта господарювання; коефіцієнту інноваційності сировини і матеріалів; коефіцієнту затратомісткості інноваційного розвитку; коефіцієнту інтелектуаломісткості продукції суб'єкта господарювання [11]).

Під час проведення аналізу господарської діяльності за кількісними атрибутивними характеристиками пріоритетними для застосування є: статистичний метод; метод аналогій; аналітичний метод; метод сценаріїв; методи економічного аналізу абсолютних, відносних та середніх величин; метод групування; метод ланцюгових підстановок; балансовий метод; графічний метод; економіко-математичні методи.

До якісних атрибутивних характеристик господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва доцільно віднести: мотивацію підприємницької діяльності, ризики, рівень економічної свободи, діапазон відповідальності суб'єкта підприємництва, легальність (правомірність) підприємницької діяльності. Аналіз господарської діяльності за якісними атрибутивними характеристиками передбачає

проведення анкетного опитування, експертної оцінки та моментних спостережень на базі суб'єктів малого підприємництва з подальшою обробкою результатів та використанням методів, що забезпечують перехід від якісних показників до кількісних, а саме: рейтингового методу, методу коефіцієнтів або методу експертних оцінок.

Висновки. З огляду на вищевикладене, можна дійти висновку, що використання атрибутивного підходу до господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва є науково обґрунтованим та доцільним. Адаптація класичного атрибутивного підходу до суб'єктів малого підприємництва дала змогу виділити основні атрибутивні характеристики, які слугуватимуть підґрунтям для проведення аналізу стану та розвитку господарської діяльності останніх. Кількісні атрибутивні характеристики включають: прибуток суб'єктів малого підприємництва в динаміці як засвідчення орієнтації на досягнення систематичного позитивного економічного ефекту; витрати на виробництво продукції суб'єктів малого підприємництва та похідних від них показників ефективності використання ресурсів за окремими їх видами; розмір інвестицій та їх ефективність; рівень інноваційного розвитку. До якісних атрибутивних характеристик належать: мотивація підприємницької діяльності, ризики, рівень економічної свободи, діапазон відповідальності суб'єкта підприємництва, легальність підприємницької діяльності. На особливу увагу заслуговують також методи аналізу господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва за кількісними та якісними атрибутивними характеристиками.

Результати досліджень зумовлюють необхідність формулювання принципів фасилітації малого підприємництва на основі деталізованого аналізу його стану та розвитку за основними атрибутивними характеристиками з метою використання вищезгаданих принципів у практичній діяльності суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Сайт національного інституту стратегічних досліджень: Аналітична записка «Напрями стимулювання розвитку малого підприємництва на периферійних територіях західних регіонів України». URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1290/>.
2. А. Світа. Шумпетер Йозеф // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін. К.: Парламентське видавництво, 2011. 790 с.
3. Сміт А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй / пер. Олександра Васильєва. К.: Наш Формат, 2018. 722 с.
4. Drucker P. (1964). *Managing for Results: Economic Tasks and Risk-Taking Decisions*. Butterworth-Heinemann. 236 p.
5. Фрідріх А. Гайек. Індивідуалізм та економічний порядок. Переклад з англійської: Харків: Акта. 2002. 418 с.
6. Simon H.A. (1976). *From Substantive to Procedural Rationality*. In: J.L. Spiro (ed.). *Method and Appraisal in Economics*. Cambridge (MA): Cambridge University Press.
7. Лукашевич М.П. Соціологія економіки: підручник. / М.П. Лукашевич // – К.: Каравела, 2005. 288 с.
8. Калабухова С.В. Визначення соціально-економічної сутності підприємницької діяльності як об'єкта аналітичного забезпечення / С.В. Калабухова // «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси». Випуск 8(29). Ч.1. 2011. С. 210 – 226.
9. Варга Н.І. Соціальна відповідальність підприємництва в умовах сучасного суспільства / Н.І. Варга // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота». Випуск 27. 2013. С. 22–25.
10. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
11. Офік М.П. Способи і принципи оцінювання рівня інноваційного розвитку логістичних систем підприємств. / М.П. Офік // Видавництво Львівської політехніки. № 690. 2010. С. 409–416. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/11456/1/70.pdf>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АТТРИБУТИВНОГО ПОДХОДА К ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье научно обоснована и доказана целесообразность применения атрибутивного подхода к хозяйственной деятельности субъектов малого предпринимательства. Классический атрибутивный подход адаптирован с учетом особенностей состояния и развития национального малого предпринимательства. Определены основные количественные и качественные атрибутивные характеристики. Предложены приоритетные методы анализа хозяйственной деятельности в рамках атрибутивного подхода. Результаты исследования в дальнейшем будут использованы для формулировки принципов фасилитации развития малого предпринимательства в Украине.

Ключевые слова: атрибутивный подход, атрибутивные характеристики, субъекты малого предпринимательства, субъекты микропредпринимательства, фасилитация.

METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE ATTRIBUTIVE APPROACH TO ECONOMIC ACTIVITY OF SMALL BUSINESS ENTITIES

Summary. The article scientifically substantiates and proves the feasibility of applying the attributive approach to the economic activity of small business entities. The classical attributive approach is adapted taking into account the peculiarities of the state and development of the national small business. The basic quantitative and qualitative attribute characteristics are determined. The priority methods of the analysis of economic activity in the framework of the attributive approach are offered. The results of the study will be further used to formulate the principles of the facilitation of small business development in Ukraine.

Key words: attributive approach, attributive characteristics, small business entities, micro-entities, facilitation.

УДК 336.7

Максимов О. С.

*старший викладач кафедри економічної кібернетики
та інформаційних технологій*

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Максимова Ю. О.

викладач кафедри економіки та підприємництва

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Maksymov O. S.

*Senior Lecturer chair of economic cybernetics and information technologies
Odesa I. I. Mechnikov National University*

Maksymova J. O.

*Lecturer chair of Economics and Entrepreneurship
Odesa I. I. Mechnikov National University*

ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОВЕДІНКИ РОЗДРІБНИХ КЛІЄНТІВ ЕЛЕКТРОННИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Анотація. У статті розглянуто проблему побудови ефективної роботи банку зі своїми клієнтами, яка базується на використанні сучасних бізнес-технологій і бізнес-моделей, із застосуванням адаптивних білінгвових систем. Особлива увага була звернута авторами на розширення інструментів забезпечення споживчої лояльності в умовах трансформації поведінки роздрібних клієнтів електронних банківських послуг. Проблема, про яку йдеться у статті, поки вивчена недостатньо, тому вимагає ретельніших досліджень. Для впровадження нових інструментів авторами була розроблена модель взаємодії банку та роздрібною клієнта, а також побудована білінгова система, яка отримала назву "MOBİKASS". Функціональні можливості цієї системи вирішують більшість обговорюваних авторами проблем.

Ключові слова: трансформація поведінки роздрібних клієнтів, адаптивні білінгові системи, електронні банківські послуги, споживча лояльність, білінгова система, роздрібний клієнт.

Вступ та постановка проблеми. Сучасний банківський бізнес вимагає постійного підвищення оборотів, збільшення доходів, конкурентоспроможності на ринку і можливості задовольняти попит своїх клієнтів. Нові технології, у тому числі й інформаційні, використовуються для збільшення функціональності, прискорення внутрішніх процесів, зниження частки ручної праці, підвищення рівня обслуговування, посилення контролю, забезпечення автономності й інтелектуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування лояльності споживачів значна увага приділяється такими західними експертами в цій галузі, як Д. Аакер, Дж. Брайерлі, С. Бутчер, І. Бюшкен, Р. Мак-Дуголл, Н. Хілл, Р. Честнут, Дж. Шет, Дж. Шлессінгер, Дж. Якоб та інші. В Україні дослідженню лояльності споживачів приділяють увагу в основному практикуючі маркетологи. Результати аналізу досліджень показали, що аспекти, пов'язані з розробленням та впровадженням програм лояльності спо-

живачів, недостатньо висвітлені в сучасній українській науковій літературі [6].

Таким чином, доцільно подальше доопрацювання методів та технологій, а також розроблення сучасних інструментів забезпечення споживчої лояльності в умовах трансформації поведінки роздрібних клієнтів електронних банківських послуг.

Метою статті є висвітлення проблем функціонування банку в нових умовах – цифрової трансформації бізнесу і появи в Україні перших ознак цифрової економіки; висвітлення шляхів удосконалення діяльності банків у сучасних умовах, коли стають актуальними проблеми якісної зміни взаємин банків і їхніх клієнтів, підвищення конкурентоспроможності банківських послуг, створення ринку банківських послуг, розширення набору банківських продуктів і послуг, що надаються.

Результати дослідження.

Розвиток бізнесу вимагає від банку організації оперативної, зручної системи обслуговування клієнтів, а також