

ISSN 2522-4751 (PRINT)
ISSN 2707-6172 (ONLINE)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА»

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Науково-виробничий журнал

Випуск 4 (65) 2021



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

Редакційна рада:

Білоусова С.В. – доктор економічних наук, професор;
Левківський К.М. – кандидат історичних наук, доцент;
Шапошников К.С. – доктор економічних наук, професор;
Білоусов О.М. – доктор економічних наук, професор.

Головний редактор:

Прохорчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, професор.

Редакційна колегія:

Бойко Євгенія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент;
Борецька Наталія Петрівна – доктор економічних наук, професор;
Лепьохіна Олена Ваславіївна – доктор економічних наук, доцент;
Полякова Євгенія Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент;
Потишняк Олена Миколаївна – доктор економічних наук, професор;
Руснак Алла Валентинівна – доктор економічних наук, доцент;
Ткаченко Сергій Анатолійович – доктор економічних наук, професор;
Фокіна-Мезенцева Катерина Володимирівна – доктор економічних наук, доцент;
Шарко Маргарита Василівна – доктор економічних наук, професор;
Шашкова Ніна Ігорівна – доктор економічних наук, доцент;
Стратан Александр Николаевич – доктор економічних наук, професор (Республіка Молдова).

У журналі опубліковано результати наукових досліджень з питань економіки та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), а також економіки природокористування та охорони навколишнього середовища. Рекомендовано для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, фахівців у галузі економіки, управління, права державних і місцевих органів самоврядування. Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора або редакції. При передрукуванні посилатися на «Бізнес-навігатор». Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

Реферативні бази даних: Index Copernicus, Google Scholar

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (Категорія «Б») на підставі
Наказу МОН України від 2 липня 2020 року № 886 (Додаток № 4)**

Галузь науки: економічні.

**Спеціальності: 051 – Економіка, 071 – Облік і оподаткування,
072 – Фінанси, банківська справа та страхування, 073 – Менеджмент,
075 – Маркетинг, 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.**

**Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет
відповідно до рішення Вченої ради Міжнародного університету бізнесу і права
(від 26 липня 2021 року протокол № 12)**

Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»
zareestrowano Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 15586-4058ПР від 03.09.2009 року)

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою
програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

© Редакційна колегія, 2021

© Автори статей, 2021

© ЗВО «Міжнародний університет бізнесу і права», 2021

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**Князева О.В., Мардар М.Р., Мунтян І.В.**НОВІ СТРАТЕГІЇ НЕКОМЕРЦІЙНОГО (НЕПРИБУТКОВОГО) МАРКЕТИНГУ:
СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ.....7СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**Артюмова А.Ю.**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В СТРУКТУРІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ
З ОГЛЯДУ НА БАЗОВІ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....12**Бусарева Т.Г.**

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ.....17

Лазнева І.О., Переверзева А.В., Некрасов Ю.В.

МІЖНАРОДНІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....23

Радіна А.В.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС».....28

Хомутенко Л.І., Мартиненко А.В.РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКО-КИТАЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА
В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ КРАЇН.....34ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**Бовкун О.А.**АЛГОРИТМ ДІАГНОСТИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ
ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РИНКОВУ ВАРТІСТЬ БІЗНЕСУ.....41**Клепанчук О.Ю.**ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ
ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ.....47**Лункіна Т.І.**РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
ЯК ФОРМИ ПРОЯВУ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ.....54

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Воскресенська О.Є., Глинська А.Є., Шукліна В.В.ДОСЛІДЖЕННЯ РИЗИКІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ,
СПРИЧИНЕНИХ ПАНДЕМІЄЮ ТА ПЛАНУВАННЯ ЗАХОДІВ ВИХОДУ З КРИЗИ
ЗА РАХУНОК ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ.....61**Євтушенко В.А., Кудінова М.М., Григорова Е.В.**ІНСТРУМЕНТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....66**Кокорєва О.В., Корчевська Л.О., Глинська А.Є.**УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ
ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА
НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНИХ І КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....72**Мендела І.Я.**

МОЖЛИВОСТІ ДРОПШИПІНГУ В БІЗНЕСІ.....76

Палант О.Ю., Джабраїлов А.М.ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ТРАМВАЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....80

Романченко Т.В., Савченко А.М. РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ.....	89
Ткачев В.А. ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОВОГО РИНКУ.....	96
Чура С.-Г.Т. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ХОЛІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	101
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Давиденко Н.М., Жовніренко О.В., Волков А.Ю. ОЦІНКА РІВНЯ БОРГОВОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ.....	105
Міщенко В.І., Науменкова С.В., Міщенко С.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОЦЕНТНОГО КАНАЛУ МОНЕТАРНОЇ ТРАНСМІСІЇ В УКРАЇНІ.....	111
Тарасова О.В. ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ	118
Ткачик Ф.П. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ НА ДЕРЖАВНОМУ І ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ РІВНЯХ.....	122

CONTENTS

ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA

Kniazieva Olena, Mardar Maryna, Muntian Iryna	
NEW STRATEGIES OF NON-COMMERCIAL (NON-PROFIT) MARKETING: ESSENCE AND FEATURES OF APPLICATION.....	7

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Artyomova Anastasiia	
CURRENT TRENDS IN THE STRUCTURE OF INTERNATIONAL TRADE IN VIEW OF THE BASIC THEORIES OF INTERNATIONAL TRADE.....	12
Busareva Tetiana	
THEORETICAL BASIS FOR THE FORMATION OF THE KNOWLEDGE ECONOMY.....	17
Lazneva Iryna, Pereverzieva Anna, Nekrasov Yurii	
INTERNATIONAL BUSINESS-STRATEGY IN DIGITALIZATION OF ECONOMY.....	23
Radina Anna	
THE THEORETICAL BASIS FOR THE RESEARCH OF “E-BUSINESS” CONCEPT.....	28
Khomutenko Lyudmila, Martynenko Anna	
DEVELOPMENT OF UKRAINIAN-CHINESE ECONOMIC COOPERATION IN THE CONTEXT OF REALIZATION OF NATIONAL INTERESTS OF COUNTRIES.....	34

ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Bovkun Olha	
ALGORITHM OF DIAGNOSTICS OF ECONOMIC SECURITY OF AGRO-FOOD ENTERPRISES AND ITS INFLUENCE ON MARKET VALUE OF BUSINESS.....	41
Klepanchuk Olha	
PROBLEMS OF FUNCTIONING AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE INTERNAL LAND MARKET IN UKRAINE.....	47
Lunkina Tetiana	
DEVELOPMENT OF SOCIAL INFRASTRUCTURE AS A FORM LOCAL SOCIAL RESPONSIBILITY MANIFESTATION IN THE AGRARIAN SECTOR OF THE ECONOMY.....	54

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Voskresenska Olena, Hlynska Anastasiia, Shuklina Viktoria	
STUDY OF RISKS IN THE INTERNATIONAL MARKET OF TOURIST SERVICES CAUSED BY THE PANDEMIC AND PLANNING OF MEASURES TO OVERCOME THE CRISIS BY INCREASING THE LEVEL OF PROFESSIONAL MOTIVATION OF STAFF.....	61
Yevtushenko Victoria, Kudinova Marina, Hryhorova Eleonora	
TOOLS FOR IMPROVING THE MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE.....	66
Kokorieva Olha, Korchevska Liliya, Glynska Anastasiya	
MANAGEMENT OF CREATIVE POTENTIAL OF THE PERSONNEL OF THE TOURIST ENTERPRISE ON THE BASIS OF INNOVATIVE AND COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES.....	72
Mendela Iryna	
DROPSHIPPING OPPORTUNITIES IN BUSINESS.....	76
Palant Oleksii, Dzhabrailov Arsen	
THE STUDY OF TECHNICAL AND ECONOMIC INDICATORS OF TRAM ENTERPRISES FUNCTIONING IN UKRAINE.....	80

Romanchenko Tetiana, Savchenko Anastasiya DEVELOPMENT OF PERFUME AND COSMETICS RETAIL CHAINS IN UKRAINE.....	89
Tkachev Valeriy LOGISTIC CONCEPT OF POTENTIAL MANAGEMENT OF GRAIN MARKET ENTERPRISES.....	96
Chura Sophia-Anna THEORETICAL FUNDAMENTALS OF APPLICATION OF HOLISTIC MANAGEMENT OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE	101
MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Davydenko Nadiia, Zhovnirenko Olena, Volkov Andrii ASSESSMENT OF THE LEVEL OF DEBT SECURITY IN UKRAINE.....	105
Mishchenko Volodymyr, Naumenkova Svitlana, Mishchenko Svitlana THE EFFECTIVENESS OF THE FUNCTIONING OF THE INTEREST RATE CHANNEL OF MONETARY TRANSMISSION IN UKRAINE.....	111
Tarasova Olena PROBLEMS OF ENSURING THE FINANCIAL SUSTAINABILITY OF THE BANKING SYSTEM	118
Tkachyk Fedir THE INFORMATION SUPPORT OF TAX AUTHORITIES AT THE STATE AND TERRITORIAL LEVELS.....	122

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-1>

Князева О.В.

кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри регіональної політики та публічного адміністрування
*Одеський регіональний інститут державного управління
при Президентові України*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5625-768X>

Мардар М.Р.

доктор технічних наук,
професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0831-500X>

Мунтян І.В.

кандидат соціологічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеської національної академії харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9599-484X>

Kniazieva Olena

PhD in Sociology, Associate Professor of the Department of
Regional Policy and Public Administration
Odessa Regional Institute of Public Administration

Mardar Maryna

Doctor of Technical Sciences,
Professor at Department of Marketing, Business and Trade
Odessa National Academy of Food Technologies

Muntian Iryna

PhD in Sociology,
Senior Lecturer of the Department of Marketing, Business and Trade
Odessa National Academy of Food Technologies

НОВІ СТРАТЕГІЇ НЕКОМЕРЦІЙНОГО (НЕПРИБУТКОВОГО) МАРКЕТИНГУ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

Князева О.В., Мардар М.Р., Мунтян І.В. Нові стратегії некомерційного (неприбуткового) маркетингу: сутність та особливості застосування. Неприбуткові організації є важливою частиною українського сучасного суспільства. В Україні за часи незалежності їх кількість надзвичайно зросла. З цим зростанням з боку некомерційного сектору з'явився більший інтерес до важливості маркетингу. Хоча світові некомерційні організації застосовують маркетингові методи з 1960–1970 рр., в Україні це не стало ще загально визнаною практикою. Традиційні маркетингові стратегії не працюють для некомерційних вітчизняних організацій, тому стаття пропонує аналіз та рекомендації щодо застосування нових маркетингових стратегій спеціально для неприбуткового сектору. Хоча на практиці ми відчуваємо, що маркетингові стратегії, які використовуються комерційними компаніями, застосовуються також до неприбуткових компаній, однак досліджень із неприбуткового маркетингу дуже мало. У статті наголошується на тому, що у некомерційних організаціях сприйняття маркетингу відрізняється, і обговорюються стратегічні наслідки цього висновку.

Ключові слова: некомерційний маркетинг, маркетингові стратегії, соціальне підприємництво, неприбуткові організації, соціальні медіа.

Князева А.В., Мардар М.Р., Мунтян И.В. Новые стратегии некоммерческого (неприбыльного) маркетинга: сущность и особенности применения. Неприбыльные организации являются важной частью украинского современного общества. В Украине за время независимости их количество чрезвычайно возросло. С этим ростом со стороны некоммерческого сектора появился большой интерес к важности маркетинга. Хотя мировые некоммерческие организации применяют маркетинговые методы с 1960–1970 гг., в Украине это не стало еще общепризнанной практикой. Традиционные маркетинговые стратегии не работают для некоммерческих отечественных организаций, поэтому статья предлагает анализ и рекомендации по применению новых маркетинговых стратегий специально для некоммерческого сектора. Хотя на практике мы чувствуем, что маркетинговые стратегии, используемые коммерческими компаниями, применяются также к неприбыльным компаниям, однако исследований по неприбыльному маркетингу очень мало. В статье делается акцент на том, что в некоммерческих организациях восприятие маркетинга отличается, и обсуждаются стратегические последствия этого вывода.

Ключевые слова: некоммерческий маркетинг, маркетинговые стратегии, социальное предпринимательство, неприбыльные организации, социальные медиа.

Kniazieva Olena, Mardar Maryna, Muntian Iryna. New strategies of non-commercial (non-profit) marketing: essence and features of application. Improving the level and satisfaction of lifestyle is the basis of constructive, high quality and sound economic development of society. In this context, new problems are constantly arising, which are solved through certain areas of knowledge, among which the main ones are marketing research. In many countries, nonprofit marketing (marketing by government and civil society organizations) faces specific challenges, many of which require prompt response and informed decisions by marketers and managers. Non-profit organizations are an important part of modern Ukrainian society. In Ukraine, since independence, their number has increased dramatically. With this growth, the nonprofit sector has become more interested in the importance of marketing. And although global nonprofits have been using marketing methods since the 1960s and 1970s, this has not yet become a generally accepted practice in Ukraine. Traditional marketing strategies do not work for non-profit domestic organizations, and this article offers an analysis and recommendations for the application of new marketing strategies specifically for this sector. The authors emphasize that the perception of marketing differs in non-profit organizations, and discuss the strategic implications of this conclusion. One of the problems of unprofitable marketing is encouraging people to make donations without receiving anything at once. However, many nonprofits find that social media helps with this, as it allows people to easily share why they donate and encourage friends and family to do the same. In a sense, this is similar to word-of-mouth or “thread-by-thread” marketing. Social media create an experience of working together and give participants a sense of active change in important issues, cause a synergistic effect. In fact, social media now dominates many areas of marketing. This means that non-profit marketers with their limited budgets may be at a disadvantage. Accordingly, one way to improve the ability of a nonprofit organization to use the power of social media, which may include placing some responsibility on each employee to coordinate mass marketing efforts on social media.

Key words: non-commercial marketing, marketing strategies, social entrepreneurship, non-profit organizations, social media.

Постановка проблеми. Більшість неприбуткових організацій, особливо невеликі організації, прагне збільшити вплив на свої громади, як на економічному, так і на соціальному рівнях. За останні 30 років було проведено значну кількість маркетингових досліджень щодо управління прибутковими організаціями. Разом із посиленням визнання важливості маркетингу для неприбуткових організацій всесвітньо відомі дослідники А.Р. Андреасен та Ф. Котлер ще у 2008 році виявили, що маркетингологі все ще визнають, що маркетингові практики з прибутком часто не застосовуються в контексті неприбуткових організацій [1]. Найочевиднішою причиною такої невідповідності є те, що неприбуткові організації мають три цільові ринки, до яких вони повинні звертатися, такі як клієнти (замовники), волонтери та донори (фінансисти) [2].

Сучасний некомерційний маркетинг стосується діяльності та стратегій, що поширюють повідомлення організації, а також залучення пожертвувачів та добровольців. Некомерційний маркетинг передбачає перш за все створення логотипів, слоганів та копій, а також розроблення медіакампанії задля розкриття організа-

ції перед зовнішньою аудиторією. Метою некомерційного маркетингу є популяризація ідеалів організації та привернення уваги потенційних волонтерів і донорів. Некомерційний маркетинг належить до тактики та стратегій, які некомерційні організації використовують для збору коштів. Некомерційний маркетинг включає широкий спектр видів діяльності, таких як прямий поштовий маркетинг, мобільний маркетинг, контент-маркетинг та маркетинг у соціальних мережах. Не всі некомерційні маркетинги однакові. Існує певна подібність у тому, як некомерційні організації та комерційні компанії підходять до маркетингу, але відмінності суттєві. Перш за все некомерційний маркетинг може бути складним завданням, оскільки його продукт/ідеї важче продавати, ніж товари та послуги. З іншого боку, некомерційні організації за своєю природою мають щось, чого не вистачає маркетингологам від бізнесу до споживача (B2C) або бізнесу (B2B), а саме чітко визначеної місії. Некомерційні організації також мають менші бюджети на маркетинг, ніж комерційні компанії. Такі бюджетні обмеження можуть значно ускладнити контент-маркетинг, хоча, маючи чітко

визначену місію, набагато легше здійснити переконливий сюжет. Наприклад, теми, за якими некомерційні організації часто виступають, такі як соціальні проблеми, навколишнє середовище та охорона здоров'я, набагато сприятливіші для переконливих розповідей, ніж більшість комерційних товарів чи послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відправною точкою для вторгнення некомерційного маркетингу в нематеріальну сферу стали публікації з 1969 по 1973 роки Ф. Котлера, в яких він розвивав ідею маркетингу як «поширення соціальної активності». Слід виокремити працю Ф. Котлера «Маркетинг для державних та громадських організацій» [3], у якій автор подає ідею про те, як можуть традиційні принципи та методи маркетингу покращити роботу в публічному секторі. Серед вітчизняних учених дослідженням публічного маркетингу займалися Т. Борисова [4], К. Романенко [5], І. Гридчук [6], М. Окландер [7].

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є розгляд теорій, які широко застосовуються в неприбутковому маркетингу; надання уявлення про те, як різні стратегії некомерційного маркетингу можуть бути використані для організації діяльності неприбуткового сектору; аналіз різних проблем, із якими некомерційним маркетологам потрібно боротися.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення рівня та задоволеності способом життя лежить в основі конструктивного, якісного та обґрунтованого економічного розвитку суспільства. У цьому контексті постійно виникають нові проблеми, які вирішуються через певні галузі знань, серед яких основним є маркетингове дослідження. У багатьох країнах некомерційний маркетинг – маркетинг з боку уряду та організацій громадянського суспільства – стикається з конкретними проблемами, багато з яких вимагають швидкого реагування та зважених рішень маркетологів і менеджерів. Соціальні та економічні процеси в сучасних суспільствах є складними та суперечливими, отже, поява нових економічних суб'єктів супроводжується досить складною трансформацією сталої структури економіки через сильні зв'язки та недосконалість правового й економічного регулювання. Більшість рішень приймається державними органами без об'єктивної та достовірної інформації, широкого обговорення та консультацій у громаді та з експертами. Однак з точки зору складності ринкових процесів особливу увагу слід приділяти управлінню шляхом активного використання маркетингу.

Огляд теорій. Сучасна ринкова реальність вказує на те, що традиційні економічні теорії зазнають невдач, тому існує необхідність їх переоцінки. У більшості досліджень, які описані в сучасній науковій літературі, автори наголошують на необхідності розмежовувати різні типи маркетингу. Наприклад, Н. Куденко показує, що необхідно розрізняти макромаркетинг та мікромаркетинг. Так, макромаркетинг застосовується на державному рівні, тобто розглядає економіку загалом, а мікромаркетинг – на рівні підприємств [8]. У цьому сенсі мікромаркетинг може бути успішно застосований у неприбутковому секторі. На державному рівні загально-визнано, що неприбутковий сектор є цінним партнером для держави у досягненні загального блага, оскільки він має велику гнучкість у пошуку рішень соціальних проблем державного значення та високу ефективність у пошуку тих, хто потребує соціальних послуг.

Ще однією причиною, через яку потрібно широко використовувати некомерційний маркетинг, є необхідність активного впливу на споживачів. Можна навіть сказати, що споживачі усвідомлюють величезну роль, яку вони відіграють у національній економіці. У цьому сенсі маркетинг повинен сприяти задоволенню їх безпосередніх та/або прихованих потреб, брати участь у регулюванні процесу та сприяти ефективному компромісу інтересів суспільства й особистості за мінімально можливих витрат. Соціально-економічний контекст розвитку некомерційних організацій також цікавить дослідників. Сюди входять зняття відповідальності за соціальні проблеми та зменшення фінансування з боку державних органів некомерційних організацій, зменшення кваліфікації робочої сили тощо [4].

Зростає занепокоєння тим, що некомерційний сектор зазнає великого тиску через жорстку конкуренцію за волонтерів, фінанси та службовців [9], а також підвищений попит на результати діяльності з боку зацікавлених сторін. Цю ситуацію не можна було б вирішити звичайними засобами, і вчені припускають, що менеджери повинні мислити більш стратегічно, а неприбуткові організації можуть і повинні базуватись на корпоративних знаннях та практиці, що, відповідно, називається управлінським підходом [10]. Управління може бути досягнуто за допомогою різних засобів або концепцій, таких як корпоратизація, венчурна філантропія, професіоналізація.

Тепер розглянемо декілька теорій, які широко застосовуються в неприбутковому маркетингу.

Теорія на основі ресурсів (RBT) передбачає, що організація може досягти стійких конкурентних переваг, якщо вона здатна використовувати свої внутрішні ресурси проти конкурентів або зовнішніх ринкових сил, які можуть негативно вплинути на його результати. Ці ресурси можуть стосуватися організаційних процесів, активів та можливостей або інформації та знань [11]. Орієнтація на ринок як нематеріальний ресурс, який визнається навиком розуміння ділової атмосфери та використання цієї інформації для забезпечення належного курсу дій, вважається вирішальним фактором успіху організації. Подібним чином соціальне підприємництво також вважається стратегічним ресурсом, а організація, схильна до ризику та впровадження інновацій, також зможе створити більшу соціальну та економічну цінність для зацікавлених сторін. Однак більшість досліджень одногласно сходиться на думці про те, що для розширення та кращого розуміння RBT потрібно більше емпіричних досліджень.

Ринкова орієнтація (МКТО) являє собою такий тип корпоративної культури, який ставить клієнтів у центр діяльності фірми та передбачає те, як маркетингові принципи можуть бути застосовані практично [12]. Це забезпечується за допомогою організаційних рутинних процесів, які підкреслюють клієнта, цінність інформації, більшу координацію між відділами та кращу реакцію поведінки. Огляд літератури повністю підтверджує тезу, що багато інструментів та методів, застосованих у комерційній маркетинговій практиці, насправді можуть бути застосовними до некомерційного сектору, але різниця полягає лише в сутності їх застосування. Ось чому в літературі не можна знайти консенсусу в цьому питанні, а результати дуже фрагментовані.

Соціально-підприємницька орієнтація (SEO). Проблеми бідності, зміни клімату та соціальної нерівності дедалі більше тиснуть на організації задля виявлення нових підходів. Для вирішення цих проблем соціальне підприємництво перетворилося на нову парадигму, тому протягом багатьох років пропонувались різноманітні дефініції, які, схоже, можна розділити на три аспекти. Так, основним мотивом соціальної підприємницької поведінки є соціальні цінності; головною рисою підприємництва є інновації; соціальне підприємництво виконує соціальну місію, використовуючи підприємницьку поведінку [13]. Некомерційний маркетинг може приймати різні форми. Різні маркетингові кампанії можуть мати схожі цілі, такі як залучення грошей, підвищення обізнаності, волонтерська діяльність, але їх методи можуть суттєво різнитися. Нижче наведено кілька типів некомерційних маркетингових кампаній.

1) Кампанія у торговому центрі. У пункті-продажу пропонується потенційному донору пожертвувати на покупку, яку він робить. Наприклад, потенційних донорів можуть попросити додати пожертву до своєї покупки в касі у стаціонарному магазині або через Інтернет під час оформлення замовлення на покупку.

2) Кампанія, орієнтована на повідомлення. Ця стратегія спрямована на зміну поведінки, дії споживачів або стимулює обізнаність. Такі кампанії часто пов'язані з гучними поточними подіями, які вже є популярними та широко повідомляються у ЗМІ. Повідомлення, як правило, поєднуються із залученням коштів та зусиллями щодо участі волонтерів.

3) Транзакційна кампанія (позитивна реклама). Під час транзакційних кампаній некомерційна організація співпрацює з корпоративним донором, щоб заохотити споживачів використовувати свої покупки для фінансування благодійних зусиль некомерційних організацій. Корпоративний донор також отримує вигоду від позитивної реклами та можливості приєднатися до благодійної організації, яка відображає його корпоративні цінності.

Висновки. Некомерційні маркетологи повинні переоцінити важливість маркетингу та поставити його головним в ієрархії організаційних пріоритетів. Це дасть змогу некомерційним організаціям вирішити питання розвитку бренду. Некомерційні маркетологи мають різні проблеми, з якими потрібно боротися. Так, наприклад, виявлено, що зі старшими, заможнішими донорами на благодійні теми потрібно спілкуватися та звертатися до них способом, який повністю відрізняється від інших. Наприклад, донори старшого покоління (бебі-бумери чи покоління X) все ще можуть віддавати перевагу розсилкам за допомогою традиційної пошти, тоді як донори молодшого віку можуть віддавати перевагу отриманню запиту про пожертвування за допомогою електронних повідомлень. Подібним чином некомерційні маркетологи не можуть дозволити собі ігнорувати простір мобільного маркетингу, на що очікують багато молодих донорів. Однією з проблем неприбуткового маркетингу є заохочення людей робити пожертвування, не отримуючи відразу нічого. Однак багато неприбуткових організацій виявляють, що соціальні медіа допомагають у цьому, оскільки це дає змогу людям легко ділитися, чому вони жертвують, і заохочувати друзів та родину робити те ж саме. У певному сенсі це схоже на маркетинг «від уст в уста», або «з миру по нитки». Соціальні медіа створюють досвід спільної роботи та дають учасникам відчуття активної зміни у важливих для них проблемах, викликають синергетичний ефект. Насправді соціальні медіа зараз домінують у багатьох сферах маркетингу. Це означає, що некомерційні маркетологи з їх обмеженим бюджетом можуть бути у невигідному становищі. Відповідно, один із способів поліпшення здатності некомерційної організації використовувати потужність соціальних медіа може включати покладання на кожного з працівників певної відповідальності за узгодження масових маркетингових зусиль у соціальних мережах.

Список використаних джерел:

1. Andreasen A.R., Kotler, P. Strategic marketing for nonprofit organizations. Upper Saddle River. 7th ed. NJ : Pearson Prentice Hall, 2008.
2. Helmig B., Jergers M., Lapsley, I. Challenges in management of nonprofit organizations: A research overview. *Voluntas : International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 2004, P. 101–116.
3. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций / пер. с англ. под ред. С. Божук. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 384 с.
4. Борисова Т. Маркетинг некомерційних організацій у розрізі сфер діяльності: теорія і практика : монографія. Тернопіль : Астон, 2015. 284 с.
5. Романенко К. Державний маркетинг як механізм максимізації соціальної ефективності державного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 10. С. 85–88.
6. Гридчук І. Реалізація концепції маркетингу в публічному управлінні територіальним розвитком. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 113–117.
7. Окландер М. Маркетинг у секторах національної економіки : монографія. Одеса : Астропринт, 2004. 408 с.
8. Куденко Н. Маркетинг при социализме: был или не был? *Маркетинг и логистика в системе менеджмента : тезисы докладов 4-й Международной научно-практической конференции (Львов, 7–9 ноября 2002 года)*. Львов : Издательство НУ «Львовская политехника», 2002. С. 189–191.
9. Lester M., Salamon S., Sokolowski W., Megan A. Haddock, and Helen S. Tice, The State of Global Civil Society and Volunteering: Latest findings from the implementation of the UN Nonprofit Handbook. *Working Paper*. № 49. (Baltimore : Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, 2012).
10. Herman R.D., Renz D.O. Advancing nonprofit organizational effectiveness research and theory: Nine theses. *Nonprofit Management & Leadership*. 2008. № 18 (4). P. 399–415.
11. Barney J.B. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 1991. № 17 (1). P. 99–120.
12. Kohli A.K., Jaworski B.J. Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*. 1990. № 54 (2). P. 1–18.
13. Alarifi G., Robson P., Kromidha E. The manifestation of entrepreneurial orientation in the social entrepreneurship context. *Journal of Social Entrepreneurship*. 2019. № 10 (3). P. 307–327.

References:

1. Andreasen, A.R. and Kotler, P. (2008) Strategic marketing for nonprofit organizations, Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. (7th ed.).
2. Helmig, B., Jergers, M. and Lapsley, I. (2004) Challenges in management of nonprofit organizations: A research overview. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, no. 15, pp. 101–116.
3. Kotler F., Ly N. (2008) Marketynh dlia hosudarstvennykh y obshchestvennykh orhanyzatsyi [Marketing for government and public organizations]. Saint-Petersburgh: Pyter. (in Russian)
4. Borysova T. (2015) Marketynh nekomertsiiynykh orhanizatsii u rozrizi sfer diialnosti: teoriia i praktyka [Marketing of nonprofit organizations in terms of areas of activity: theory and practice]. Ternopil: Aston. (in Ukrainian)
5. Romanenko K. (2010) Derzhavnyi marketynh yak mekhanizm maksymizatsii sotsialnoi efektyvnosti derzhavnoho upravlinnia [Public marketing as a mechanism for maximizing the social efficiency of public administration]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 10, pp. 85–88.
6. Hrydzhuk I. (2019) Realizatsiia kontseptsii marketynhu v publicnomu upravlinni terytorialnym rozvytkom [Implementation of the concept of marketing in public management of territorial development]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 2, pp. 113–117.
7. Oklander M. (2004) Marketynh u sektorakh natsionalnoi ekonomiky [Marketing in the sectors of the national economy]. Odesa: Astroprint. (in Ukrainian)
8. Kudenko N.V. (2002) Marketynh pry sotsyalizme: byl yly ne byl? [Marketing under socialism: was or was not?]. *Marketynh y lohystyka v systeme menedzhmenta. IV Mezhdunarodnoi nauchno-praktycheskoi konferentsyi. NU "Lvovskaia polytekhnika"*. P. 189–191.
9. Salamon L.M., Sokolowski S.W., Megan A., Tice H.S. (2013) The state of global civil society and volunteering: Latest findings from the implementation of the UN Nonprofit Handbook. Working Papers of the John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project.
10. Herman R.D., Renz D.O. (2008) Advancing nonprofit organizational effectiveness research and theory: Nine theses. *Nonprofit Management & Leadership*, no. 18 (4), pp. 399–415.
11. Barney J.B. (1991) Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, no. 17(1), pp. 99–120.
12. Kohli A.K., Jaworski B.J. (1990) Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, no. 54 (2), pp. 1–18.
13. Alarifi G., Robson P., Kromidha E. (2019) The manifestation of entrepreneurial orientation in the social entrepreneurship context. *Journal of Social Entrepreneurship*, no. 10 (3), pp. 307–327.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.5:330.8

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-2>

Артьомова А.Ю.

кандидат економічних наук,
член Всеукраїнської громадської організації
«Українська асоціація економістів-міжнародників»

Artyomova Anastasiia

Candidate of Economic Sciences,
Member of All-Ukrainian Public Organization
“Ukrainian Association of International Economics”

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В СТРУКТУРІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ З ОГЛЯДУ НА БАЗОВІ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Артьомова А.Ю. Сучасні тенденції в структурі міжнародної торгівлі з огляду на базові теорії міжнародної торгівлі. У статті окреслено основні тенденції в структурі міжнародної торгівлі на сучасному етапі та зазначено загальні причини таких змін. Відзначено як позитивні аспекти глобалізації, які дають змогу найбільш активно розвиватися всім формам міжнародних економічних відносин, так і негативні, що проявилися в умовах світових фінансових криз. Охарактеризовано сутність базових теорій розвитку міжнародної торгівлі, завдяки чому відстежено взаємозв'язок із формуванням структури світової економіки. Виходячи з аналізу даних Міжнародного Валютного Фонду, ми обґрунтували такі сучасні тенденції: реальна економіка розвивається повільніше фінансової системи; посилюється взаємозв'язок фінансових систем у зв'язку з процесами глобальної інтеграції економічних елементів, що підвищує ризик «ланцюгової реакції»; фінансова система стає все складнішою за рахунок різноманітності інструментів та операцій.

Ключові слова: теорії міжнародної торгівлі, тенденції міжнародної торгівлі, товарна структура, теорія абсолютних переваг, теорія факторів виробництва.

Артемюва А.Ю. Современные тенденции в структуре международной торговли с учетом базовых теорий международной торговли. В статье обозначены основные тенденции в структуре международной торговли на современном этапе и указаны общие причины таких изменений. Отмечены как положительные аспекты глобализации, которые позволяют наиболее активно развиваться всем формам международной экономической отношений, так и отрицательные, проявившиеся в условиях мировых финансовых кризисов. Охарактеризована сущность базовых теорий развития международной торговли, благодаря чему отслежена взаимосвязь с формированием структуры мировой экономики. Исходя из анализа данных Международного Валютного Фонда, мы обосновали такие современные тенденции: реальная экономика развивается медленнее финансовой системы; усилилась взаимосвязь финансовых систем в связи с процессами глобальной интеграции экономических элементов, что повышает риск «цепной реакции»; финансовая система становится все сложнее за счет разнообразия инструментов и операций.

Ключевые слова: теории международной торговли, тенденции международной торговли, товарная структура, теория абсолютных преимуществ, теория факторов производства.

Artyomova Anastasiia. Current trends in the structure of international trade in view of the basic theories of international trade. The article outlines the main trends in the structure of international trade at the present stage and indicates in general the reasons for such changes. International trade as the main form of international economic relations at the present stage of development mediates almost all types of international cooperation associated with the globalization of the world economy. Both the positive aspects of globalization, which allow the most active development of all forms of international economic relations, and the negative ones, which manifested themselves in the context of the global financial crises, were noted. The essence of the main theories of international trade development (such as the theory of absolute advantages, the theory of comparative advantages, the theory of the ratio of factors of production, Keynesian theory), which traces the relationship with the formation of the world economy. Based on the analysis of data from the International Monetary Fund, the following current trends are substantiated: first, the real economy is developing more slowly than the financial system; secondly, the interconnection of financial systems in connection with the processes of global integration of economic elements has increased, which in-

creases the risk of a “chain reaction”; third, the financial system is becoming increasingly complex due to the variety of instruments and operations. We explain the main provisions of the theory of factors of production as explaining the main trends in the structure of international trade. First, a gradual decrease in the value of the marginal utility of each additional cost of factors of production is allowed. Secondly, the same structure of consumption, the same tastes and habits of the population, the same production conditions of producers, constant tariffs, transportation and other costs. All this, of course, in our subjective opinion, fits into the total system of globalization, international industrial cooperation and economic integration of countries, the consequences of which are the outlined trends in the structure of the international economy.

Key words: theories of international trade, trends in international trade, commodity structure, the theory of absolute advantages, theory of factors of production.

Постановка проблеми. Численні дослідження, присвячені прогнозуванню розвитку світової економіки в стратегічній перспективі (до 2030 р. або навіть до 2050 р.), практично однаково окреслюють основні глобальні зміни [1]. Отже, ними є цифрові технології; зменшення впливу розвинених економік за ступенем зростання країн, що розвиваються, перш за все країн Е7 (Бразилії, Індії, Індонезії, Китаю, Мексики, Росії та Туреччини), а також іще більш вагомий успіх менш розвинених країн (Нігерія, Колумбія); нерівномірність відтворення, розміщення, міграції та старіння населення; зростання нестабільності економічної політики [2]. Непередбачуваність економічної політики веде до зниження інвестування в основний капітал і попиту на інвестиційні товари, а цифрові технології вплинули на трансформацію глобальних ланцюжків вартості. Зміна політики регулювання в будь-якій їх ланці ставить питання про стабільність сформованих торгових потоків міжнародної торгівлі. Кожного разу, коли людство стикається з новою кризою у своєму розвитку, якого б формату вона не була – екологічною, політичною, епідеміологічною, економічною, – це є безперечно викликом та перевіркою на міцність наявних систем і водночас потужним поштовхом до переосмислення та розвитку.

В економічній науці сутність формування структури міжнародної торгівлі розкривається за допомогою різних теорій, кожна з яких спеціалізується на дослідженні певного виду перетворень. Своєчасне осмислення зв'язку та впливу основних економічних теорій на розвиток міжнародної торгівлі може бути обґрунтованим напрямом структурних змін у світовій торгівлі на тлі сучасних глобальних криз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження науковців вивчають широке коло питань, пов'язаних із міжнародною економікою, торгівлею та формуванням світових економічних тенденцій. Це стосується наукових праць А.П. Румянцева, А.І. Башинської, І.М. Корнілова, В.В. Козик, Л.А. Панкової, І.М. Грабинського. Окремі аспекти стосовно взаємозв'язку сучасних структурних перетворень світової економіки з урахуванням класичних та неокласичних економічних теорій, звичайно, присутні в дослідженнях науковців, однак розгляд цієї проблематики потребує, на наш погляд, більш ґрунтовного та всебічного вивчення.

Формулювання завдання дослідження. Метою дослідження є теоретичне обґрунтування сучасних тенденцій у структурі міжнародної торгівлі з огляду на основні положення теорій міжнародної торгівлі за рахунок установлення взаємозв'язку між теоретич-

ними концепціями та сучасними тенденціями в структурі міжнародної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спроби пояснити механізм функціонування ринкової економіки зокрема та міжнародної торгівлі загалом спричинили виникнення цілої низки економічних теорій.

Щоб установити взаємозв'язок між теорією і сучасними тенденціями в структурі міжнародної торгівлі, спочатку окреслимо ці самі тенденції і встановимо причини таких змін.

На сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин визначилися такі важливі зрушення в товарній структурі світової торгівлі:

1) Значно знизилася частка сировини, до кінця ХХ століття на сировину припадало лише 1/3 товарообігу, а частка торгівлі товарами обробної промисловості, навпаки, зросла до 2/3. Ця тенденція є наслідком НТП, який особливо вплинув на розвиток галузей обробної промисловості зі впровадженням ресурсозберігаючих та енергозберігаючих технологій.

2) Збільшилась частка продукції обробної промисловості, в тому числі наукоємної (продукція середнього та точного машинобудування, хімічної промисловості), проте у зв'язку з однією з попередніх криз (у 2008–2009 рр.) зміни відображаються у зниженні об'ємів виробництва й вартості реалізації продукції машинобудування, особливо автомобілів.

3) Розширюється ринок послуг. Найбільше значення мають транспортні послуги та туризм (більше половини вартісного обсягу), проте за останні десятиліття їх становище дещо змінилось. У світовому експорті послуг з 1990 р. до 2020 р. скоротилась питома вага транспортних перевезень і туризму, при цьому зросла частка страхових і фінансових послуг, а також комп'ютерних, інформаційних, комунікаційних та інших комерційних послуг. Така тенденція намітилася в ході розвитку НТП і значного припливу прямих інвестицій у розвиток сфери послуг. Криза відіб'ється переважно на вартісній складовій частині ринку послуг, оскільки скорочення в натуральному вираженні обсягів міжнародної торгівлі товарами прийде до зниження вартості наданих транспортних послуг, а відсутність вільних грошових коштів у населення у зв'язку з банківською кризою скоротить можливість збільшення туристичних послуг. Надання різних фінансових, страхових, комп'ютерних та комерційних послуг криза також ставить під загрозу скорочення їх обсягів і вартості. Нині, у зв'язку з пандемією, великі збитки мають міжнародні транспортні послуги та туризм, а цифрова сфера послуг виходить на перший план.

4) Географічна структура світової торгівлі характеризується переважанням розвинених країн в основному обсязі світової торгівлі в рамках «великої тріади», а саме США, Європи, Японії. Це співвідношення стало змінюватися за рахунок зростання питомої ваги країн, що розвиваються (перш за все нових індустріальних країн (НІС) і Китаю), відповідно, частка розвинених країн стала знижуватися. Співвідношення питомої ваги становить приблизно 60:40.

5) Нерівномірність міжнародної географічної складової частини на користь розвинених країн. Світовий експорт та імпорт послуг мають по 50% від загального світового обсягу торгівлі. На країни великої сімки припадає 45% світового обігу послуг.

6) Розвинені країни вважають за краще здійснювати зовнішньоторговельні операції приблизно на 70% із розвиненими країнами, а частка внутрішньо регіональної торгівлі серед країн, що розвиваються, за цей період змінилася: на початку XXI століття цей показник складав близько 45% в експорті і 55% в імпорті.

Міжнародна торгівля як основна форма міжнародних економічних відносин на сучасному етапі розвитку опосередковує практично всі види міжнародного співробітництва, що пов'язано з глобалізацією світової економіки. Однак разом із позитивними моментами глобалізації, які дають змогу найбільш активно розвиватися всім формам міжнародних економічних відносин, існують негативні моменти глобалізації, що проявилися в умовах світових фінансових криз. Наприклад, у зв'язку із світовою фінансовою кризою 2008–2009 рр. показники загалом по світі були негативними, за винятком деяких країн, зокрема Китаю. У товарній структурі тенденція торгівлі продукцією обробної промисловості загалом зберіглася, але в кризовий період зміни спостерігаються у зниженні обсягів виробництва і вартості реалізації продукції машинобудування, особливо автомобілів. Фінансова криза також позначилась на світовій торгівлі послугами, особливо в туризмі.

В економічній науці, як було вже зазначено, сутність формування структури міжнародної торгівлі розкривається за допомогою різних теорій, базовими вважаються праці вчених, що є представниками класичної теорії, а саме Адама Сміта, Джона Рікардо, Джона Стюарта Мілля.

Теорію абсолютних переваг (інша назва – «теорія зовнішньої торгівлі») Адам Сміт розкрив у 1776 р. у своїй науковій роботі, де обґрунтував вигідність зовнішньої торгівлі. Під абсолютними перевагами він розумів нижчі витрати на виробництво певного товару однієї країни порівняно з витратами виробництва на той самий товар іншої країни. Продовженням теорії абсолютних переваг Адама Сміта є теорія порівняльних переваг, що запропонована Джоном Рікардо, яка базується на тих самих припущеннях, однак із використанням додатково поняття альтернативних витрат. Джон Стюарт Мілля продовжив розвиток ідей Джона Рікардо в теорії міжнародної вартості, де обґрунтував ціну, за якою здійснюється обмін. Він вперше зробив аналіз взаємодії трьох параметрів ринку, а саме попиту, пропозиції і рівноважної ціни.

В подальшому пояснення розвитку тенденцій міжнародної торгівлі формується у межах неокласичної теорії спочатку Елі Хекшером, а потім Бертілом Олі-

ном. Пізніше її розвинув відомий учений-економіст Пол Самуельсон. Достовірність теорії співвідношення факторів виробництва неодноразово ставили під сумнів. Однак на основі повномасштабного наукового дослідження адекватності теорії Хекшера-Оліна у 27 країнах і 12 факторів виробництва було встановлено, що у 70% випадків реальна міжнародна торгівля відбувалася чітко за вищезазначеною теорією.

Однак кожного разу, коли людство у своїй світовій економічній історії стикалося з економічними кризами, дослідники формували нові теорії та пояснення змін, що відбувалися, зокрема, в структурі міжнародної торгівлі. Криза 1929–1933 рр., що характеризувалася масовими банкрутствами і безробіттям, сприяла виникненню нового підходу до пояснення сутності економічних процесів, тому альтернативою неокласичній стала кейнсіанська теорія. Дж. Кейнс розглядав економічні процеси з точки зору макроекономічного підходу із застосуванням методів граничного, функціонального аналізу та використанням економіко-математичного моделювання. Окрім того, відповідно до поглядів ученого, важливою умовою макроекономічної рівноваги є рівність інвестицій та заощаджень, а в разі перевищення заощаджень над інвестиціями економіка переходить із стану рівноваги до стану спаду, за таких обставин сприяє виведенню частини заощаджень за межі національних кордонів.

В минулому 2020 р. світова економіка зіткнулася з безпрецедентною ситуацією, пов'язаною з пандемією COVID-19. Відомі економісти аналізують актуальні проблеми та шляхи їх подолання, обговорюють наявні рекомендації з формування адекватної системної моделі економічного розвитку. Усвідомлено, що без глибоких інституційних і технологічних змін неможливо подолати глобальну кризу, що має циклічний і структурний характер, і вивести економіку на якісно новий рівень ефективності та продуктивності праці. У 30-і рр. минулого століття посткризовий перехід до індустріальної стадії розвитку зажадав зміцнення «великої держави». Це привело до зростання податків, бюджетних витрат і держвласності, використання планування і за необхідності державного ціноутворення. Бюджетне навантаження в деяких розвинених країнах досягло 60% ВВП. Наступний, постіндустріальний етап розвитку (70-і рр. минулого століття) привів до лібералізації і дерегулювання, зниження податків і приватизації, розвитку економічних свобод і конкуренції. Криза 2008–2009 рр. актуалізувала необхідність глобального і національного регулювання фінансових ринків. Легко перемищаючись світом, фінанси стали самодостатньою сферою сучасної економіки, набуваючи спекулятивних рис, небезпечно відриваючись від її реального сектору. Звідси випливає потреба в регулюючих фінансових механізмах, що стимулюють інвестиції в нові виробництва і галузі.

У зв'язку з цим Міжнародний Валютний Фонд посилив спостереження за економічною діяльністю держав, щоб співвідносити їх фінансові системи та міжнародні стандарти. Виходячи з аналізу даних [3; 4; 5], бачимо таке. По-перше, реальна економіка розвивається повільніше фінансової системи. Існують країни, де сумарні фінансові активи перевищують ВВП. Наприклад, у Великій Британії активи фінансових інститутів виростили від 100% ВВП у 1980 р. до 300%

у 2000 р., в Німеччині – від 200% до 350%, у США – від 111% до 250%. По-друге, посилюється взаємозв'язок фінансових систем у зв'язку з процесами глобальної інтеграції економічних елементів, що підвищує ризик «ланцюгової реакції». По-третє, фінансова система стає все складнішою за рахунок різноманітності інструментів та операцій (рис. 1).

В результаті зростання фінансових показників на тлі дії перерахованих зовнішніх факторів змінюється

сам характер фінансових ризиків, що призводить до фінансової нестабільності в країнах світу.

На нашу думку, криза 2008–2009 рр. могла обернутися поверненням «великої держави» в кейнсіанських традиціях. Однак незабаром було озвучене застереження від грубого втручання держави в економічне життя, від простих популістських рішень.

Однак пандемія COVID-19 внесла свої корективи. Як наслідок, більшість країн ввела безліч обмежень.

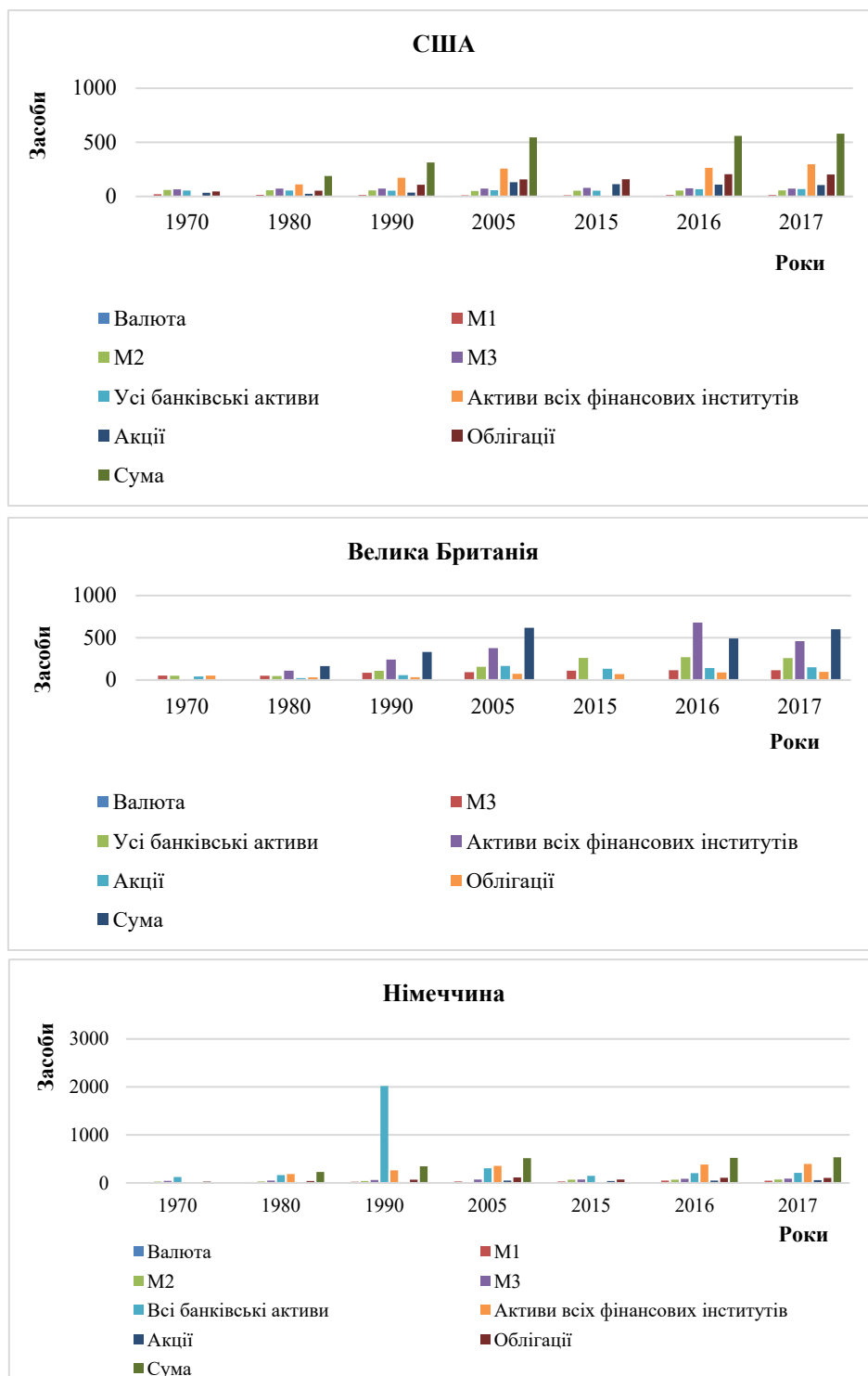


Рис. 1. Основні фінансові показники в розвинених країнах за 1970–2017 рр. (% до ВВП)

Джерело: сформовано автором на основі джерел [3; 4; 5]

Було опубліковано звіт генерального директора ВТО про тенденції у світовій торгівлі [6], де викладено деякі тривожні аспекти.

Звертаючись до теорії Хекшера-Оліна, поглянемо на «адекватність» основних положень цієї теорії стосовно пояснення головних тенденцій у структурі міжнародної торгівлі.

Основний «меседж» теорії факторів виробництва – це так звана загальновідома теорема. Попередньо нами було відзначено, що країни, які розвиваються, пропонують на міжнародний ринок або природні ресурси, яких у них вдосталь, або виготовлення «простої» продукції, бо внаслідок дешевої та некваліфікованої робочої сили такий фактор у них у «надлишку», тобто цим прикладом, на наш погляд, можна обґрунтувати правомірність твердження основної теореми теорії Хекшера-Оліна.

Такими, що пояснюють основні тенденції в структурі міжнародної торгівлі, ми вважаємо основні положення вищезазначеної теорії. По-перше, допускається поступове зменшення величини граничної корисності кожної додаткової затрати факторів виробництва. По-друге, передбачаються однакова структура споживання, однакові смаки та звички населення, однакові виробничі умови виробників, незмінні тарифи, транспортні та інші витрати. Це все, безперечно, на наш суб'єктивний погляд, вписується в тотальну систему глобалізації, міжнародного виробничого співробітництва та економічну інтеграцію країн, наслідками якої є окреслені тенденції структури міжнародної економіки.

Встановлено, що в сучасній економічній фазі розвиток методів виробництва й масштабування економічного обміну ресурсами і товарами підійшов до переходу в наступну фазу розвитку на основі цифрових технологій. У ній віртуальні та фізичні системи виробництва гнучко взаємодіють одна з одною на глобальному рівні, створюючи нові операційні моделі, в результаті яких продукти абсолютно підлаштовуються під споживання. Такий вектор виводить на перший план сектору економіки, що пов'язаний з наданням послуг.

Висновки. Таким чином, ще раз підсумуємо, що базовими поясненнями виявлених структурних тенденцій у міжнародній торгівлі, хоча й не тотально, на наш погляд, є основні елементи теорії співвідношення факторів виробництва.

Також зауважимо, що в сучасній міжнародній економіці виникає дуже багато нових проблем, незрозумілі механізми розгортання кризи й виходу з неї, її масштаби. Це зумовлює її тривалість, адже турбулентним може стати ціле десятиліття. Звідси логічно випливає, що потрібно переосмислення теоретичних основ економічної політики і загальноприйнятих практичних рекомендацій. Вдивляючись у контури нової економічної політики, знову перераховуємо традиційні моменти класичних теорій, які все ж таки повинні створити базу для вирішення «ключових питань», роз'яснень щодо яких слід чекати від посткризової моделі регулювання та оновленої економічної теорії.

Список використаних джерел:

1. The long view how will the global economic order change by 2050? *PWC*. Available at: <https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-the-world-in-2050-full-report-feb-2017.pdf> (дата звернення: 14.07.2021).
2. Constantinescu C., Mattoo A., Ruta M. Policy uncertainty, trade, and global value chains: Some facts, many questions policy research. Working Paper 9048. 2019.
3. Board of governors of the Federal Reserve System. Available at: <https://www.federalreserve.gov/releases/h6/default.htm> (дата звернення: 14.07.2021).
4. Trading economics. Available at: <https://tradingeconomics.com/germany/money-supply-m1> (дата звернення: 14.07.2021).
5. European Central Bank. Available at: <https://www.ecb.europa.eu/pub/html/index.en.html> (дата звернення: 14.07.2021).
6. Report to the TPRB from the Director-General on Trade-Related Developments World Trade Organization. Available at: https://www.wto.org/english/news_e/archive_e/trdev_arc_e.htm (дата звернення: 14.07.2021).

References:

1. The long view how will the global economic order change by 2050? *PWC*. Available at: <https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-the-world-in-2050-full-report-feb-2017.pdf> (accessed 14 July 2021).
2. Constantinescu C., Mattoo A., Ruta M. (2019). Policy uncertainty, trade, and global value chains: Some facts, many questions policy research. Working Paper 9048.
3. Board of governors of the Federal Reserve System. Available at <https://www.federalreserve.gov/releases/h6/default.htm> (accessed 14 July 2021).
4. Trading economics. Available at: <https://tradingeconomics.com/germany/money-supply-m1> (accessed 14 July 2021).
5. European Central Bank. Available at: <https://www.ecb.europa.eu/pub/html/index.en.html> (accessed 14 July 2021).
6. Report to the TPRB from the Director-General on Trade-Related Developments World Trade Organization. Available at: https://www.wto.org/english/news_e/archive_e/trdev_arc_e.htm (accessed 14 July 2021).

УДК 276.87.2

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-3>**Бусарева Т.Г.**кандидат економічних наук, доцент,
фахівець із забезпечення роботи
*Наглядова рада НЕК «Укренерго»***Busarieva Tetiana**Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Specialist for Ensuring the Work
Supervisory Board of NPC «Ukrenergo»

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Бусарева Т.Г. Теоретичне підґрунтя формування економіки знань. Сучасна економіка перебуває у новому якісному стані, пов'язаному зі зміною умов господарювання, спричиненою упровадженням нових, високого рівня технологій у виробництво, розширенням інформаційного простору, мобільністю капіталу, підвищенням значенням креативної, творчої праці, зростанням ролі теоретичних знань. Тип економіки, в якій знання та інформація стають головними чинниками виробництва, можна визначити як економіку знань. У теоретичних і практичних аспектах як цілісна концепція економіка знань динамічно розвивається і залежно від змін, що відбуваються в політичних та економічних процесах, набуває певних рис та особливостей. Треба зазначити, що елементи економіки знань історично присутні в усіх суспільно-економічних формаціях і цивілізаціях, але лише в умовах глобалізації вони виявляються найбільш виразно. Знання можуть стати головною рушійною силою суспільного виробництва тільки в умовах радикального скорочення ролі фізичної та рутинної праці, одночасного розвитку та використання розумової діяльності, масової інформатизації та інтелектуалізації суспільного життя, що характерно для сучасної стадії розвитку господарської системи людства. Людський мозок як генератор, акумулятор та трансформатор знань – головний об'єкт когнітивних технологій та предмет вивчення міждисциплінарної нейронауки.

Ключові слова: економіка знань, теорії, інтелектуальний компонент, знання, інформація, інновація.

Бусарева Т.Г. Теоретические основы формирования экономики знаний. Современная экономика находится в новом качественном состоянии, связанном с изменением условий хозяйствования, вызванных внедрением новых, высокого уровня технологий в производство, расширением информационного пространства, мобильностью капитала, повышенным значением креативной, творческой работы, возрастанием роли теоретических знаний. Тип экономики, в которой знания и информация становятся главными факторами производства, можно определить как экономику знаний. В теоретических и практических аспектах как целостная концепция экономика знаний динамично развивается и в зависимости от изменений, происходящих в политических и экономических процессах, приобретает определенные черты и особенности. Надо отметить, что элементы экономики знаний исторически присутствуют во всех общественно-экономических формациях и цивилизациях, но только в условиях глобализации они видны наиболее отчетливо. Знания могут стать главной движущей силой общественного производства только в условиях радикального сокращения роли физической и рутинной работы, одновременного развития и использования интеллектуальной деятельности, массовой информатизации и интеллектуализации общественной жизни, что характерно для современной стадии развития хозяйственной системы человечества. Человеческий мозг как генератор, аккумулятор и трансформатор знаний – главный объект когнитивных технологий и предмет изучения междисциплинарной нейронауки.

Ключевые слова: экономика знаний, теории, интеллектуальный компонент, знания, информация, инновация.

Busareva Tetiana. Theoretical basis for the formation of the knowledge economy. In the last decade of the twentieth century there was a paradigm shift in social development. The factor of human progress has become a condition, goal and driving force of development. The main problem in the study of economic growth factors has shifted from statistical analysis of quantitative variables to qualitative analysis. In this regard, the concept of "knowledge economy" has become widespread and is a set of economic relations based on the integration of scientific, industrial and educational components. The modern economy is in a new qualitative state, associated with changes in economic conditions caused by: the introduction of new, high levels of technology in production, expanding information space, capital mobility, increased importance of creative, creative work, the growing role of theoretical knowledge. The type of economy in which knowledge and information become the main factors of production can be defined as the knowledge economy. In theoretical and practical aspects, as a holistic concept, the knowledge economy is developing dynamically and, depending on changes in political and economic processes, acquires certain features

and characteristics. It should be noted that the elements of the knowledge economy are historically present in all socio-economic formations and civilizations, but only in the context of globalization, they are most pronounced. Knowledge can become the main driving force of social production only in the conditions of radical reduction of the role of physical and routine work, simultaneous development and use of mental activity, mass informatization and intellectualization of social life, which is characteristic of the modern stage of human economic system. The human brain as a generator, accumulator and transformer of knowledge is the main object of cognitive technologies and the subject of study of interdisciplinary neuroscience. At the beginning of the XXI century, the process of forming a knowledge economy continues, in which development and success are determined not by material resources, but by the possession of the greatest amount of valuable information and the ability to process it quickly. At the same time, such factors and criteria for the functioning of past formations as food, natural and human resources are gaining weight again in the world economy, forming a qualitatively new character of economic and social relations.

Key words: knowledge economy, theories, intellectual component, knowledge, information, innovation.

Постановка проблеми. Зростаюча економічна вага знань, їх значення та місце в конкурентній боротьбі збільшили їхню роль у суспільстві. Компанії усвідомлюють зацікавленість в управлінні знаннями і тому починають нарощувати інвестиції в їх створення, збереження, використання так само, як вони традиційно нарощували, зберігали і використовували інші свої ресурси. І навіть більше того, бо знання усвідомлюються як найважливіший стратегічний ресурс у забезпеченні конкурентних переваг. Ефективність виробництва інновації – основна сфера застосування знань, що досягається за рахунок нових підходів, методів і технологій у забезпеченні зростання обсягів виробництва і зниження витрат. Інновації забезпечують створення нових продуктів, товарів і послуг, бізнес-процесів та підприємств. Реальні дивіденди приносять компаніям патенти та авторські свідоцтва, торгові марки, відомості про професійні якості співробітників, інформацію про клієнтську базу, мережі лояльних постачальників, партнерів та споживачів тощо. Саме тому на початку XXI ст. важливим є визначення та обґрунтування теоретичного базису формування економіки знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових досліджень у сфері розвитку економіки знань, визначення її теоретичного базису та обґрунтування пріоритетності знаннєвого компонента, розроблення низки теоретичних, методологічних та методичних підходів до визначення місця та ролі знаннєвого складника розвитку суб'єктів економічних структур відзначимо роботи як вітчизняних, так і іноземних учених, таких як Б. Мільнер, І. Нонака та Х. Такеучі, П. Сенге, В. Букович, К. Вііг, Д.Е. О'Лірі, Д. Сноуден, Ю. Вовк, М. Мартиненко, А. Дегтяр і М. Бублій, А. Наливайко, Н. Бутенко, Н. Смолінська та І. Грибик, С. Леонова та ін. Водночас важливо зазначити, що на початку XXI ст. в умовах розвитку економіки знань актуальним є визначення та обґрунтування теоретичного базису формування економіки знань.

Незважаючи на величезну кількість публікацій як вітчизняних, так і іноземних учених, не вирішеним залишається питання обґрунтування належності теорії економіки знань до ресурсної економічної теорії.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є аналіз теоретичного підґрунтя розвитку економіки знань та визначення основних теорій, які є ключовими у формуванні сучасних особливостей розвитку економіки знань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливо зазначити що економіка належить до ресурсної

економічної теорії, яка є найбільш сучасною серед інших економічних концепцій. Предметом вивчення кожної з них є певні і досить важливі особливості діяльності фірми: виробництво (неокласична теорія), транзакції (теорія транзакційних витрат), інновації (теорія еволюційної економіки), ресурси (ресурсна теорія). Із погляду ресурсної теорії фірма – більше ніж адміністративна одиниця. Вона є сукупністю продуктивних ресурсів, розподілених між різними користувачами за допомогою адміністративних та економічних рішень. Під культивуванням ресурсів у компетентній компанії розуміють постійний пошук, придбання, виробництво, розвиток та отримання економічної ренти від ефективного використання ресурсів, найважливішими з яких визнаються людський капітал та нематеріальні активи. Організація у своїй діяльності завжди спиралася на знання того, що робити й як робити, вважаючи це само собою зрозумілим.

Із теоретичного і практичного погляду є дуже важливим, на нашу думку, розглядати економіку знань як результат еволюції неокласичних і постшумпетеріанських концепцій та моделей економічного зростання у сучасних умовах. Якщо сприймати цю теорію у галузевому ракурсі, а саме як теорію економічних відносин у освітній та науково-технічній сферах, то є небезпека неадекватного її практичного використання. Етапи еволюції теорій економіки знань наведено в табл. 1.

Якщо розглянемо неокласичні теорії економічного зростання, то фактор «знань» буде еквівалентним фактору, більш відомому як «залишок Солоу», чи «загальний фактор продуктивності», чи «фактор технологічних змін». Усе наведене є синонімічним рядом для позначення впливу змін у продуктивності факторів капіталу і праці на економічне зростання, модель якого представлена за допомогою відомої виробничої функції Кобба – Дугласа. Останній компонент формули, який у підручниках здебільшого фігурує під назвою «залишок Солоу», а в статистичних виданнях – «загальний фактор продуктивності», традиційно називається фактором знань чи передових знань. Одним із перших учених, хто концептуально використовував такий термін для позначення впливу продуктивності виробничих факторів на загальний темп економічного зростання, був Е. Денісон, який у своїх працях ще в 1967 р. сформулював концепцію прогресу знань як джерела економічного зростання. Він дійшов висновку, що у міру накопичення знань, що відносяться до виробництва, зростає обсяг продукції, який може бути отриманий за використання даної кількості ресурсів.

Етапи еволюції теорій економіки знань

Автор концепції	Рік	Суть концепції
Попередники теорії економіки знань		
Ф.А. Хайск	1945	Аналіз нових знань як чинника, що сприяє значній економії часу у виробничому процесі
А. Даусон	1957	Створення першої класифікації знань
М. Шелер	1962	Теорія цілеспрямованого здобуття нових знань
Ф. Махлуп	1966	Основні положення теорії виробництва та розповсюдження знань, моніторинг стану виробництва та розповсюдження знань у США
М. Поланьї	1985	Введення в обіг понять «явне» та «неявне» знання
П. Друкер	1975	Створення теорії управління знаннями
Ф. Фукуяма	1992	Формування соціального капіталу в економіці знань
Початковий етап формування теорії економіки знань		
І. Нонака	1994	Створення теорії перетворення знань
П. Дретське	1995	Розвиток теорії управління знаннями
Є. Тоффлер	1999	Концепція впливу нових знань на ціннісні орієнтири та норми поведінки індивідуума у соціумі
Д. Белл	1999	Концепція впливу знань на економічну раціональність. Концепція економічного зростання, що базується на теоретичному знанні
Т. Шульц	2000	Економічна оцінка раціональної поведінки індивіда з урахуванням рівня його компетенцій та потенціалу
В.Л. Макаров	2003	Формування підходів до оцінки вартості перетворення та використання нових знань
Г.Б. Клейнер	2004	Соціально-економічні аспекти економіки знань
Б.З. Мільнер	2004	Питання управління знаннями в СНД
В.В. Глухов	2005	Оцінка ефективності виробництва нових знань
Ф. Махлуп	2006	Виробництво та розповсюдження нових знань у США
Сучасний етап формування цілісної концепції економіки знань		
В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер	2007	Розроблення теорії мікроекономіки знань
Е.І. Тимина	2009	Знання як чинник економічного розвитку
А.А. Дагасєв	2010	Економіка знань в інформаційному суспільстві
В.А. Логачов	2011	Взаємозв'язок інноваційної економіки та економіки знань є очевидним: і та й інша як інструменти досягнення своїх цілей використовують інтелектуальну робочу силу
Кампбел	2012	Упровадження поняття «економіка творчості» (creativity economy), що базується на взаємодії креативності знань та інновацій
Д.А. Фролов	2014	Конкретно-історична форма еволюція постіндустріальної економіки, що виражається у структурному зсуві до підвищення частки знанневих та креативних індустрій у структурі ВВП провідних країн
Г. Мікаель	2015	Знання як наслідки розумової праці передаються суспільству у вигляді нових технічних пристосувань і технологій
М.Н. Руткевіч, В.К. Левашов	2017	Відбувається подолання технологічного детермінізму в теоріях економічного зростання і розвитку

Джерело: сформовано автором на основі [1]

У вельми довгостроковому аспекті прогрес знань і виграш від економії, зумовлений масштабами господарської діяльності, якщо вони не пов'язані з усуненням штучних обмежень ринків, є головними чинниками зростання випуску продукції на одиницю витрат. При цьому Е. Денісон розглядав два взаємопов'язані завдання. Перше полягає у тому, щоб визначити та окреслити «прогрес знань» як важливий чинник економічного зростання, що не піддається прямому виміру. Друге – методологічно визначити і коректно трактувати залишок, який отримують після відрахування з темпів економічного приросту впливу всіх раніше відомих і вимірних джерел. Цей залишок і містить внесок прогресу знань і пов'язаний із ним фактор зростання – «зміни лага в застосуванні знань».

До 80-х років минулого сторіччя аналітична потужність неокласичної моделі економічного зрос-

тання ефективно використовувалася для формування ефективної економічної політики розвинених країн. Р. Солоу за ці розробки отримав у 1987 р. Нобелівську премію з економіки. Щорічний аналітичний звіт Світового банку про планетарний розвиток у 1991 р., який був присвячений проблемам розвитку, назвав вимірювання загального фактору продуктивності в економічному зростанні одним із важливих досягнень в економічній науці за останні п'ятдесят років: ранні підрахунки загального чинника продуктивності для різних країн дали змогу встановити, і це на той час було цілком несподіваним, що приблизно половина зростання валового внутрішнього продукту припадає на цю залишкову характеристику, згодом названу швидкістю технічного прогресу.

Поза сумнівом, збільшенню загального чинника продуктивності сприяють технологічні інновації. Але

найбільш суттєвий елемент – якість праці. Якщо додаткова робоча сила є більш продуктивною, ніж наявна, то зростання валового внутрішнього продукту за рахунок приросту кількості праці буде вищим, аніж зростання витрат. Саме інтелектуальна якість праці, що прямо залежить від сукупності чинників, які об'єднують категорія «знання», почала відігравати вирішальну роль в економічному зростанні в останньому десятиріччі ХХ ст.

Неокласичний аналіз економічного зростання значно просунув уперед світову економічну думку через доведення вирішальної ролі фактору технологічних змін, відокремленого від фактору накопичення капіталу, для піднесення добробуту країни в концептуальному визнанні. До моделі економічного зростання Р. Солоу панувала кейнсіанська модель Харрода – Домара, де вирішальним чинником економічної динаміки було накопичення капіталу за припущень постійності норми накопичення та граничної продуктивності капіталу. А тому ця модель будувалася на припущенні про несуттєвість урахування технологічних змін окремо від процесів екстенсивного накопичення капіталу [2].

Кейнсіанський аналіз, як відомо, є коректним для короткострокового періоду за фіксованих цін праці та капіталу (мінімальної заробітної плати та банківського відсотка), і тому він не міг належним чином дослідити фактор технологічних змін, адже останній пов'язаний, по-перше, зі стратегічними, довгостроковими процесами розвитку економіки і, по-друге, з новими продуктами та виробництвами, для яких припущення жорсткості цін не може бути застосоване, бо немає базових характеристик «природної» ринкової рівноваги. Економічна думка 30–50-х років минулого сторіччя приділяла головну увагу політиці досягнення стабілізаційної макроекономічної рівноваги, бо модель Харрода – Домара демонструвала виникнення кризових явищ у разі «несанкціонованого» певною пропорцією заощаджень економічного зростання. Така інтерпретація обмежень макроекономічної динаміки не відповідала реальній практиці розвинених країн, де науково-технічна революція, що потужно почала свою ходу після Другої світової війни, створила небачені досі можливості для розвитку. Саме останній факт уперше пояснила модель Солоу, а сьогодні естафету теоретичного обґрунтування закономірностей постіндустріальної економіки прийняла концепція знаннєвої економіки.

На рубежі 1990-х років інтерес до цієї проблеми помітно поживався завдяки появі низки нових моделей економічного зростання з ендегенним (тобто таким, що генерується всередині досліджуваної системи) технологічним прогресом. Ці моделі трактують технологічні зміни, що відбуваються як результат проведення НДДКР економічними агентами, які прагнуть максимізувати свій прибуток на достатньо великому відрізку часу. Інша характерна особливість нових моделей полягає у тому, що їх автори, розвиваючи більш ранні ідеї К. Ерроу та Х. Узави про економічну роль навчання в процесі виробництва, вводять у виробничу функцію в тій чи іншій формі додаткову змінну – людський капітал, тобто обсяг наукових знань і практичного досвіду, накопичених у процесі навчання та безпосередньої виробничої діяльності [3].

Сучасна історія, вважає Е. Карневейл, «характеризується невпинним і все більш швидким переходом до застосування як основного «будівельного матеріалу» не природних ресурсів і машин, а набутих людьми вмій. Людські ресурси не тільки стають більш цінними, але вони все більше знижують відносне значення проривних ресурсів і машин. Їхня нова роль пов'язана з тим, що тільки вони здатні перетворювати інші економічні ресурси в товари і послуги. Нові моделі дали змогу формалізувати зв'язок між механізмами економічного зростання й процесами здобуття і накопичення знання, матеріалізованого згодом у технологічні нововведення. До цього такий зв'язок розумівся інтуїтивно і тому легко приймався на концептуальному рівні. Разом із тим нові моделі призвели до низки далекосяжних припущень щодо причин розбіжностей у темпах економічного зростання окремих країн, ефективності різних заходів державної науково-технічної і промислової політики і, що особливо важливо в аспекті цього дослідження, – впливу процесів міжнародної інтеграції і торгівлі на темпи економічного зростання.

В обґрунтування нових моделей зростання з ендегенним технологічним прогресом найбільший внесок зробили П. Ромер і Р. Лукас. У моделі Ромера припускається, що сумарний обсяг людського капіталу системи на досліджуваному проміжку часу залишається незмінним. Можливий лише його розподіл між сферою виробництва і сферою НДДКР відповідно до функції переваг споживачів. На відміну від цього в моделі Лукаса закладається зростання людського капіталу пропорційно часу, що витрачається на навчання. Із моделей випливає декілька важливих висновків, але в рамках дослідження обмежимося виокремленням тих із них, що представляють інтерес не лише на національному, а й на міжнародному рівні. Слід звернути увагу на таку цікаву особливість: темп економічного зростання в моделі Ромера прямо залежить від величини людського капіталу, зосередженого у сфері здобуття нового знання. Реально це означає, що сфера НДДКР впливає на економіку не лише безпосередньо через прикладні ідеї та розробки. Саме її існування є необхідною (але ще недостатньою) умовою економічного зростання, оскільки забезпечує нагромадження людського капіталу. Таким чином, модель підкреслює подвійну природу наукового знання, його вплив на виробництво, сферу послуг і знання заради знання як такого. Із моделі Ромера також безпосередньо випливає, що країни з більшим нагромадженим обсягом людського капіталу матимуть вищі темпи економічного зростання.

Отже, розвиток вільної міжнародної торгівлі сприяє підвищенню темпів зростання, оскільки обмін продукцією розширює межі економічної системи і веде, таким чином, до збільшення сумарного людського капіталу. Низку цікавих оцінок ендегенного впливу наукомістких продуктивних нововведень на темпи економічного зростання надали Дж. Гроссман і Е. Хелпман. На прикладі моделі двох держав, що торгують між собою, ці автори показали, що субсидії у сферу НДДКР країни з відносною науково-технічною перевагою сприяють збільшенню загальних темпів економічного зростання.

Варто також зазначити про модель економічного зростання з ендегенним технологічним прогресом Ф. Агіюна і П. Хоувітта, що з'явилася майже одно-

часно з попередньою. Автори взяли за основу ідею Й. Шумпетера про роль утворюючої руйнації в процесах економічного розвитку. Згідно із запропонованою ними моделлю, економічне зростання зумовлене технологічним прогресом, який, своєю чергою, забезпечується за рахунок конкуренції між фірмами, що генерують і здійснюють перспективні продуктивні й технологічні інновації. Кожне нововведення виводить на ринок новий проміжний товар (продукт, технологію), що може бути використаний для більш ефективного виробництва кінцевої продукції [4].

Основною мотивацією для фірм дослідницького сектору є перспектива отримання монопольної ренти у разі успішного патентування нововведення. За рахунок цієї ренти покриваються витрати, пов'язані з розробленням і здійсненням нововведень. Однак монополія автоматично втрачається з появою наступного нововведення, що призводить до морального старіння проміжних товарів, необхідних для випуску кінцевої продукції. Тривалість періоду між двома послідовними успішними інноваціями – це випадкова величина внаслідок стохастичної природи інноваційного процесу. Патент же залишається дійсним у подальшому, проте його використання стає економічно менш вигідним.

Сучасна науково-технічна революція продовжує динамічно впливати на всі сфери життя. Зазнала відповідних еволюційних змін і теорія економічного зростання. Протягом останніх десятиліть у передових країнах проявилися нові тенденції, що актуалізували питання щодо практичної адекватності та методологічної ефективності використання традиційних підходів неокласичного аналізу. Починаючи з 80-х років минулого сторіччя показник сукупного коефіцієнта продуктивності, який став стандартним статистичним індикатором, у більшості розвинених країн почав характеризуватися малими і навіть від'ємними числами. Усе це відбувалося на тлі бурхливого впровадження нових технологій, перш за все інформаційних, і динамічного зростання цих країн. В економічній теорії зазначене явище отримало назву «парадокс продуктивності». Ґрунтовне дослідження цього феномену неможливе з огляду на екзогенний аналіз технологічних змін у неокласичних моделях економічного зростання.

Протиріччя з реальністю проявилися у такому: згідно з неокласичною моделлю, нерозвинені країни повинні наздоганяти багаті країни, бо їх темп зростання повинен бути вищим, ніж в індустріально розвинених країнах, проте реально це не спостерігається; не підтверджується гіпотеза, що зростання передусім генерується через акумулювання фізичного капіталу; дослідження демонструють незалежність зростання від норми заощадження і показують його детермінацію з нормою зростання населення та технологічним прогресом; неокласична модель Солоу в сучасних умовах не пояснює економічне зростання в точці квазірівноваги, бо фактори зростання населення та технологічні зміни задаються як екзогенні; відповідно до зазначеного, неокласичні моделі не дають інформації щодо визначення параметрів і механізмів державної політики, спрямованої на економічне зростання, у точці квазірівноваги.

Як наслідок, змінилася інтерпретація моделі Солоу щодо застосування для формування ефективної економічної політики. Так, основним прикладним політико-економічним результатом цієї моделі був висно-

вок, що для індустріальних країн із високим рівнем капіталомісткості праці чинник загальної продуктивності, розглянутий окремо від процесів екстенсивного накопичення капіталу, стає вирішальним для забезпечення довгострокового сталого розвитку такої країни. Було доведено, що в країнах, які досягли квазістаціонарного стану моделі Солоу, довгострокове економічне зростання можна забезпечити тільки через фактор технологічного розвитку, що означає підвищення продуктивності ресурсів. Але для країн, що розвиваються, економіка яких не перебуває у квазістаціонарному стані, політика екстенсивного інвестиційного розвитку вважалася також ефективною і навіть більш реалістичною. Це пояснювалося можливістю мати більші темпи зростання завдяки використанню вже відомих технологій та іноземних інвестицій, тоді як розвиненим країнам для створення та впровадження науково-технологічних інновацій треба було витратити великі додаткові ресурси.

Саме такий сценарій розвитку для більшості країн, що розвиваються, спростувала практика кінця 1990-х років, адже повільне впровадження новітніх технологій для підвищення продуктивності національного виробництва призвело до поглиблення відставання нерозвинених країн. Відповідно економічної теорії на ці події стала концепція економіки знань, де «чорна скриня» екзогенного чинника «технологічних змін» розкривалася ендогенними змінними, серед яких провідну роль відігравали параметри, пов'язані зі створенням і використанням знань. Таким чином, розроблення теорії знанневої економіки стало результатом розвитку ендогенних теорій економічного зростання, які розщеплюють не тільки «залишок Солоу» на ендогенні чинники, а й розкривають нову якість праці як виробничого ресурсу, що набув змісту категорії людського капіталу.

Нові теорії економічного зростання сконцентрували увагу на чинниках, що пояснюють економічний розвиток у галузі квазірівноважного стану новими ендогенними змінними неокласичних моделей. Численні сучасні емпіричні дослідження засвідчили високу значущість у цих моделях змінних, що відображають розвиток освітніх і науково-технологічних чинників. Саме тому формування знанневої економіки вважається головним пріоритетом політики економічного зростання не лише для розвинених країн, а як загальне правило. У цих нових умовах актуальними стали також дослідження неошумпетеріанської школи щодо впливу змін технологій і відповідної структури виробництва на економічний розвиток. Економічна теорія технологічної динаміки належить до сучасних досягнень економічної науки, пов'язаних із розвитком нової парадигмальної гілки – еволюційної економіки. Проте фундаментальні теоретичні підвалини цієї теорії було закладено у попередні роки. Одним з основних її фундаторів вважають видатного українського вченого і політичного діяча М.І. Туган-Барановського, водночас доцільно підкреслити, що Й. Шумпетер узагальнив цей напрям. Неошумпетеріанська школа надає фундаментальної значущості технологічним змінам. Її прихильники тісно пов'язують соціально-економічний розвиток суспільства зі зміною техніко-економічних парадигм. Значний внесок у формування цієї концепції зробили Г. Менш, Х. Фрімен, Д. Досі, К. Перес-Перес та ін. [5].

Ключовий чинник стосується саме масового попиту на відповідні технологічні зміни, тому лідери світової спільноти опановують ці технології з випередженням. Галузі, що інтенсивно використовують ключовий чинник, найбільш удадо пристосовуються до потреби відповідної організації виробництва, є головними інвесторами в передові технології і формують «технологічний уклад» суспільства. Розуміння основних закономірностей розвитку та зміни техніко-економічних парадигм та їх взаємозв'язку з інституційною структурою суспільства є важливим чинником формування економічної політики. Об'єктивність цієї теорії засвідчує міжнародний порівняльний аналіз. Ці теорії наголошують на особливому значенні креативної функції підприємців-інноваторів, діяльність яких щодо генерації нових знань і використання їх у виробництві через інноваційно-технологічні зміни вважається головною рушійною силою сучасного економічного розвитку. Усе це також підготувало науково-методологічне підґрунтя для формування нової теорії економіки знань.

П. Друкер і Ф. Махлуп констатують появу інтелектуальної праці, сутністю якої є взаємодія людей з інформацією і знаннями, а фізична праця витісняється зі сфери матеріального виробництва, ускладнюються технології. Поведінка людини, вважає Д. Белл, усе більшою мірою відрізняється економічною раціональністю, критерієм вибору стають його переваги або обмеження. Раціональність інтелектуального працівника виражається у підвищенні професійного рівня і власного потенціалу шляхом інвестування коштів в освіту, здоров'я, дозвілля.

Економічну оцінку такої поведінки наведено в концепції людського капіталу Т. Шульца та Г. Беккера. Персональні інтелектуальні ресурси і технології, їх відтворення набувають економічного значення і, на думку Е. Брукінг і Т. Стюарта, є інтелектуальним капіталом, який уповноважує особу, компанію, товариство здатністю бути конкурентоспроможними. Реалізація інтелектуальних ресурсів можлива, як стверджує С. Коваль, лише в інтелектуальному кліматі, де формуються нові суспільні цінності, моделі поведінки, зв'язки і відносини, виробляється здатність до самоор-

ганізації, що за Ф. Фукуямою змістовно є соціальним капіталом суспільства. Американський учений-економіст Л. Туроу в праці «Творачи багатства» наводить прикладні рекомендації щодо досягнення високого рівня суспільного добробуту за допомогою економіки знань. Лісабонською конвенцією 2000 р. затверджено основні параметри економічної політики, заснованої на економіці знань. Цим документом не лише визначено контури європейської економічної політики на подальші роки, а й встановлено стандарти соціальної політики та соціального захисту населення, засновано проект «Європейський дослідницький простір» (ERA).

Висновки. Важливо зазначити, що протягом усього періоду розвитку теорії економіки знань виникала потреба в аналізі відмінності термінів «економіка, заснована на знаннях» та «економіка знань». В економіці, заснованій на знаннях, для відтворення складного інтелектуального продукту необхідні більш високі початкові капіталовкладення. Однак після завершення початкового етапу вартість кожної додаткової одиниці продукції буде мінімальною або навіть прямуватиме до нуля, тобто буде безкоштовною. Результатом цього є той факт, що матеріальна віддача зменшується, адже кожна додаткова одиниця ресурсу (продукту) створюється з більшими зусиллями, ніж попередня, й є більш дефіцитною і дорогою з погляду витрат на виробництво. В економіці знань віддача, навпаки, зростає. Це зумовлено найважливішою відмінністю між знаннями і матеріальними об'єктами, яка полягає у тому, що знання та ідеї невичерпні, а отже, закон спадної віддачі до них не можна застосувати. Знання, таким чином, забезпечують зростаючу віддачу у міру їх використання. Чим більше ми їх споживаємо, витрачаємо, тим більше зростає їхня цінність, що забезпечує якийсь мультиплікативний цикл. В індустріальній економіці спадної віддачі існують рівноважні ціни, і політика держави полягає у розподілі дефіцитних (обмежених) ресурсів між конкуруючими виробниками та споживачами. Це означає, що мета регулювання економіки матеріального виробництва полягає у створенні середовища та умов, що сприяють ефективному виробництву.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / под ред. Л.И. Евенко ; пер. с англ. Москва : Экономика, 2018. С. 54–67.
2. Ільяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями. *Маркетинг и менеджмент инноваций*, 2019. № 2. С. 45–49.
3. Мельник Л.Г., Ільяшенко С.Н., Касьяненко В.А. Экономика информации и информационные системы предприятия : учебное пособие. Сумы : Университетская книга, 2018. С. 48–56.
4. Shevchuk O.A. Knowledge – as the main strategic resource of the enterprise. *Technological audit and production reserves*. 2017. № 2. P. 46–49.
5. Rudenko M.V., Kryvoruchko V.O. Management of knowledge as a competitive advantage of the enterprise. *Economy and State*. 2018. № 4. P. 74–78.

References:

1. Ansoff I. (2018) Strategicheskyyi management [Strategic management]. Moscow: Ekonomika. (in Russian)
2. Iliashenko S.N. (2019) Primenenie metodov i instrumentov marketinha v upravlenii znaniiami [Application of methods and instruments of marketing in management of knowledge]. *Marketing i menedzhment innovatsii*, no. 2, pp. 45–49.
3. Melnik L.H., Iliashenko S.N., Kasianenko V.A. (2018) Ekonomika informatsii i informatsionnye sistemy predpriatiia [Economics of information and information systems of enterprise]. Sumy: Universitetskaia kniha. (in Russian)
4. Shevchuk O.A. (2017) Knowledge – as the main strategic resource of the enterprise. *Technological audit and production reserves*, no. 2, pp. 46–49.
5. Rudenko M.V. (2018) Management of knowledge as a competitive advantage of the enterprise. *Economy and State*, no. 4, pp. 74–78.

УДК: 339.5: 338.2

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-4>**Лазнева І.О.**кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
*Національний університет «Запорізька політехніка»***Переверзєва А.В.**доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри міжнародної економіки,
природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
*Запорізький національний університет***Некрасов Ю.В.**магістрант
*Національний університет «Запорізька політехніка»***Lazneva Iryna**Candidate of Sciences Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of International Economic Relations
*Zaporizhzhya Polytechnic National University***Pereverzieva Anna**Candidate of Sciences Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of International Economic, Natural Resources
and Economic of International Tourism
*Zaporizhzhia National University***Nekrasov Yurii**Master's Degree
Zaporizhzhya Polytechnic National University

МІЖНАРОДНІ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Лазнева І.О., Переверзєва А.В., Некрасов Ю.В. Міжнародні бізнес-стратегії в умовах цифровізації економіки. У статті висвітлено основні характеристики цифрової економіки, які зумовлюють її пріоритетність для міжнародного бізнесу. Обґрунтовано необхідність використання сучасних цифрових технологій у господарській діяльності та управлінні. Доведено, що якщо компанія вже досягла певних успіхів у міжнародному бізнесі, використовуючи логіку цифрової стратегії, та інтернаціоналізація її діяльності є успішною, то необхідно продовжувати розвивати визначені напрями діяльності. Виділено можливості цифровізації для бізнесу з метою їх урахування під час розроблення ефективної міжнародної стратегії. Виокремлено чотири можливих варіанти реалізації стратегії ведення міжнародного бізнесу в рамках компанії, що оперує на зовнішніх ринках, а саме: стратегія дублювання моделі ведення бізнесу (інтернаціональна стратегія), мультилокальна (багатонаціональна), глобальна та транснаціональна стратегії.

Ключові слова: цифровізація, міжнародний бізнес, стратегія, інформаційно-комунікаційні технології, цифрове мислення, управління.

Лазневая И.О., Переверзева А.В., Некрасов Ю.В. Международные бизнес-стратегии в условиях цифровизации экономики. В статье отражены основные характеристики цифровой экономики, которые обуславливают ее приоритетность для международного бизнеса. Обоснована необходимость использования современных цифровых технологий в хозяйственной деятельности и управлении. Доказано, что если компания уже достигла определенных успехов в международном бизнесе, используя логику цифровой стратегии, и интернационализация ее деятельности является успешной, то необходимо продолжать развивать определенные направления деятельности. Выделены возможности цифровизации для бизнеса с целью их учета при разработке эффективной международной стратегии. Выделены четыре возможных варианта реализации стратегии ведения международного бизнеса в рамках компании, оперирующей на внешних рынках, а именно: стратегия дублирования модели ведения бизнеса (интернациональная стратегия), мультилокальная (многонациональная), глобальная и транснациональная стратегии.

Ключевые слова: цифровизация, международный бизнес, стратегия, информационно-коммуникационные технологии, цифровое мышление, управление.

Lazneva Iryna, Pereverzieva Anna, Nekrasov Yurii. International business-strategy in digitalization of economy. The relevance of the research topic is due to the increasing level of digitalization in all spheres of society in general and international business in particular. The realities of economic life necessitate the formation of digital skills and digital thinking, especially in the management system. Among the main characteristics of the digital economy, which determine its priority for international business, are the concentration of economic activity on the platforms of the digital economy, the formation of personalized service models, direct interaction between producers and consumers, the spread of "sharing economy", increasing the role of individual contribution. The necessity of using modern digital technologies in economic activity and management is substantiated. It is proved that if the company has already achieved some success in international business, using the logic of digital strategy and the internationalization of its activities is successful, it is necessary to continue to develop certain areas of activity. Identify opportunities for digitalization for business in order to take them into account when developing an effective international strategy. Four possible options for implementing an international business strategy within a company operating in foreign markets have been identified, namely: a strategy for duplicating a business model (international strategy), multilocal (multinational), global and transnational strategies. At the present stage, digital business opportunities are more important than raw materials and financial resources, because competitiveness and market position is determined by receiving and processing information in a timely manner, the ability to use information and communication technologies in management. Digitalization is an objective process, so the digital transformation of international business is inevitable when new market conditions are needed and requires the development of a strategy and development strategy. After all, the main priority of international business is not survival, but successful development and entry into new markets with competitive products.

Key words: digitalization, international business, strategy, information and communication technologies, digital thinking, management.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток інформаційної цивілізації поставив на перше місце класичні чинники виробництва: час, інформацію, знання, а базовими технологіями – інформаційно-комунікацій та освітні (знання та ідеї), які формують сучасну цивілізацію.

Формування стратегії ведення міжнародного бізнесу потребує формування нових цифрових навичок та вмінь користуватися сучасними інформаційно-комунікаційними технологіями для оптимізації бізнес-процесів.

Рух економіки в напрямі цифровізації зумовлюється зростанням кількості учасників ринку, котрі мають доступ до інформаційно-комунікаційних технологій та активно їх використовують у пошуку необхідних товарів та послуг. Це призводить до трансформації ринків товарів та послуг. Перехід до цифрової економіки значно впливає на моделі ведення бізнесу внаслідок необхідності адаптації до змін ділового середовища. Вивчення особливостей організації міжнародного бізнесу в умовах цифровізації дає змогу не лише виокремити тренди розвитку економіки на світовому рівні, а й окреслити можливості для забезпечення стабільного та ефективного функціонування. При цьому важливо враховувати особливості країни, культуру населення, менталітет та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливість дослідження питань цифровізації підтверджується значною кількістю наукових праць іноземних та українських учених. Сутність та значення цифрових технологій для різних сфер суспільного розвитку загалом та міжнародного бізнесу зокрема досліджували зарубіжні вчені: Б. Ван Арк [1], Д. Енгельбарт [2], Дж. Ліклайдер [3], Р. Ліпсі [4], Д. Стігліц [5] та ін. Серед українських науковців значну увагу визначеній проблематиці приділяли І. Карчева [6], С. Коляденко [7], Н. Краус [8], В. Ляшенко, О. Вишневський [9], В. Фішук [10] та ін.

Праці вчених є базою для поглиблення та більш ґрунтовного аналізу міжнародних бізнес-стратегій в умовах цифровізації економіки.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є аналіз стратегії ведення міжнародного бізнесу в умовах становлення та розвитку цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економіці міжнародний бізнес активно використовує можливості цифрової економіки з метою забезпечення діяльності та розвитку. Тобто компанії, які використовують інформаційно-комунікаційні технології, є основними локомотивами світової економіки.

Необхідність використання сучасних інформаційних технологій (цифрових) у господарських процесах та управлінні підкреслював Н. Негропonte [11]. Перевагами цифрової економіки, на думку дослідника, є: заміна фізичної ваги продукції обсягом інформації, нижчі витрати ресурсів на виробництво електронних товарів, які займають незначні площі, а також переміщення товарів через мережу Інтернет у режимі реального часу. Розглянемо основні характеристики цифрової економіки, які зумовлюють її пріоритетність для міжнародного бізнесу (табл. 1).

Цифровізація бізнесу, розпочавшись із локальних внутрішньофірмових і корпоративних проєктів, поступово набуває глобальних масштабів, а великі гравці цифрового бізнесу вийшли на перші позиції у світі.

За оцінками McKinsey Global Institute, прибуток компаній у найбільш «цифровізованих» секторах значно вище завдяки значній продуктивності. Тобто спостерігається пряма залежність між рівнем цифровізації бізнесу і прибутковістю. За даними Global 2000 – The World's Largest Public, 30% міжнародних компаній у 2020 р. виділили близько 10% доходів на фінансування розроблення цифрової стратегії [12].

Якщо компанія вже досягла певних успіхів у міжнародному бізнесі, використовуючи логіку цифрової стратегії, та інтернаціоналізація її діяльності є успішною, то необхідно продовжувати розвивати визначені напрями діяльності. Зауважимо, що ведення міжнародного бізнесу є складним із погляду координації діяльності та впровадження стратегій, оскільки необхідно

Основні характеристики цифрової економіки

Характеристика	Вплив на розвиток економіки в цілому
Економічна діяльність зосереджується на платформах цифрової економіки	Полегшується взаємодія між економічними суб'єктами, знижуються витрати (перш за все трансакційні), надається додатковий функціонал як для постачальників, так і для споживачів, поліпшується їхня співпраця, що скорочує час на розроблення нових товарів і вихід на ринок, сприяє створенню і поширенню інноваційних продуктів і рішень
Формуються персоналізовані сервісні моделі	Цифрові технології дають змогу персоналізувати виробництво і збут товарів і послуг з урахуванням вимог і потреб кожного конкретного клієнта, що сприяє економії ресурсів (за рахунок встановлення ринкової рівноваги) і зростання якості та рівня життя населення
Забезпечення безпосередньої взаємодії виробників та споживачів	Створюються передумови для скорочення ланцюга «виробник – кінцевий споживач», будуватиметься ефективна виробнича і споживча кооперація
Спостерігається поширення «економіки спільного користування»	Глобальна цифровізація і прискорення темпів використання інформаційно-комунікаційних технологій створюють передумови для модифікації традиційних відносин власності. Розвивається феномен спільного володіння товарами (особливо технічно складними і з високою вартістю, що забезпечує значне скорочення витрат споживачів
Зростає роль індивідуального внеску учасників	Розширюється сектор «економіки фізичних осіб» і виникає тенденція до зростання «атомізації» структури економіки

Джерело: складено авторами на основі [11]

враховувати такі чинники: різницю в часі, культурні особливості в різних країнах, політичні й економічні умови та ін. Однак, незважаючи на певні перешкоди, міжнародний бізнес відкриває можливості та перспективи для глобальної експансії.

Головними джерелами отримання конкурентних переваг для міжнародних компаній є:

1) підвищення ефективності за рахунок глобалізації діяльності (мінімізація витрат через розміщення структурних підрозділів компанії в найбільш сприятливих для цього країнах і за рахунок ефекту масштабу за нарощування обсягів випуску);

2) гнучкість, тобто швидка адаптація до умов приймаючих країн, перенесення кращих практик на загальну структуру;

3) накопичення і передача досвіду в глобальних масштабах: глобальне навчання і використання розрізняються методами ведення бізнесу в різних країнах.

Слід зазначити, що вищезазначені чинники неможливо задіяти одночасно: за високого рівня централізації управлінської структури, що підвищує ефективність усієї організації, втрачається її гнучкість, тоді як значний рівень децентралізації хоча і гарантує гнучкість, але ускладнює процес передачі інформації і досвіду про методи ведення бізнесу на визначеному національному ринку іншим закордонним підрозділам. Таким чином, для міжнародних компаній важливим є правильний вибір стратегічних альтернатив ведення бізнесу, пов'язаний з оптиміальністю управлінської структури.

Для розроблення ефективної міжнародної стратегії необхідно виділити такі можливості цифровізації для бізнесу: підвищення рівня продуктивності праці; зменшення рівня шахрайства, підвищення рівня прозорості та легкості проведення операцій; автоматизація виробництва; розширення каналів збуту продукції.

Можна виділити чотири можливих варіанти реалізації стратегії ведення міжнародного бізнесу в рамках компанії, що оперує на зовнішніх ринках (рис. 1).

Розглянемо більш детально види стратегій (рис. 1).

Стратегія дублювання моделі ведення бізнесу (інтернаціональна стратегія) передбачає застосування

компанією на зарубіжних ринках тієї стратегії, яку вона зазвичай використовує у своїй країні. Причиною такого вибору може бути як успішність результатів діяльності на внутрішньому ринку, так і початковий етап ведення міжнародного бізнесу, коли у компанії відсутній достатній досвід, що дає змогу використовувати як базис інші стратегії [13].

Мультилокальна (багатонаціональна) стратегія передбачає наявність сукупності відносно незалежних дочірніх компаній, кожна з яких обслуговує будь-який національний ринок. У такому разі в компанії є можливість для адаптації своєї продукції та максимального задоволення потреб споживачів із різними вподобаннями та вимогами до товару.

Глобальна стратегія характерна для компаній, які визначають світ як єдиний ринок. У такому разі акцентується увага на виробництві та продажу стандартизованих товарів (послуг), що відповідають вимогам більшості споживачів у всьому світі. Для глобальних компаній характерними є такі ознаки: централізація управління і контролю, використання переваг ефекту масштабу (відбувається розширення виробництва і збуту продукції), діють високоефективні структурні підрозділи, об'єднані спільною маркетинговою і рекламною кампанією, а також єдністю виробничих процесів.

Транснаціональна стратегія поєднує переваги підвищення ефективності за рахунок глобалізації операцій (як у глобальних компаніях) і переваги делегування повноважень керівництву локальних дочірніх компаній (як у мультилокальних компаніях).

Сучасні національні цифрові стратегії стосуються питань розвитку економіки, створення інноваційних підприємств, підвищення зайнятості населення, формування ефективного громадського сектору.

Одним із головних викликів для міжнародного бізнесу в умовах цифровізації економіки є необхідність формування нового цифрового управлінського мислення. Перш за все тут йдеться про організаційну культуру, тобто про те, як менеджери бачать і сприймають цифрові технології та пов'язані з ними різні проблеми



Рис. 1. Варіанти бізнес-стратегії в умовах цифровізації

Джерело: побудовано авторами на основі [13]

бізнесу, як вибудовують взаємини й як знаходять шляхи вирішення проблем з урахуванням нових цінностей і технологій. Проблеми цифрового сектору позначаються на конкурентоспроможності бізнесу, оскільки відставання в отриманні та обробці актуальних даних, невміння використовувати цифровий ресурс супроводжуються втратою ринкових позицій. Із позицій теорії асиметрії цифрова залежність однієї країни від іншої веде до збільшення відставання в економічному розвитку між цими країнами. Від цифрового потенціалу фірми залежать рівень її рентабельності, транзакційні витрати, організаційна ефективність, а отже, й ринкові перспективи. Цифрові можливості стають більш значущими, ніж доступність сировини, наявність фінансових ресурсів.

Висновки. На основі проведеного дослідження визначено, що сучасні умови ведення бізнесу зумовлюють необхідність постійного пошуку інноваційних рішень і нових бізнес-моделей, заснованих на цифрових технологіях, а також адаптації готових бізнес-рішень до змін та умов ділового середовища. На сучасному етапі використання персонального комп'ютера, наявність електронної пошти та Інтернет-сайту компанії в XXI ст. не є її конкурентними перевагами. Питання

полягає не лише в необхідності вижити на ринку, а й розвиватися за рахунок використання інформаційно-комунікаційних технологій в організації та управлінні бізнесом. У зв'язку із цим упровадження інформаційних систем і виведення на ринок додаткових і принципово нових цифрових продуктів може стати драйвером підвищення ефективності бізнес-процесів. Цифрова трансформація породжує нові ринки, що робить актуальним інноваційну модель ведення бізнесу, якій притаманні такі ознаки: ефективне масштабування за використання послуг посередників, розкриття нових джерел створення і передачі цінностей, пошук нових ринків збуту.

Отже, цифрова трансформація бізнесу характеризується не лише використанням цифрових технологій у бізнес-процесах, а й більш гнучким цифровим мисленням. На сучасному етапі цифрова трансформація бізнесу виступає неминучим процесом адаптації до нових умов цифрової економіки та потребує розроблення певної стратегії дій та розвитку.

Напрямом подальших досліджень є аналіз ефективності інформаційно-комунікаційних інструментів міжнародного бізнесу залежно від характеристик елементів зовнішнього ринку.

Список використаних джерел:

1. Inklaar R., Timmer M.P., Ark van B., Carlin W., Temple J. Market Services Productivity across Europe and the US. *Economic Policy*. 2008. Vol. 23(53). P. 139–194.
2. Engelbart D.C. Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework. URL: https://web.stanford.edu/dept/SUL/library/extra4/sloan/mousesite/EngelbartPapers/B5_F18_ConceptFrameworkInd.html.
3. Ликлайдер Дж.К.Р. Инноваторы. Как несколько гениев, хакеров и гиков совершили цифровую революцию. URL: <https://biography.wikireading.ru/211607>.
4. Lipsey R., Carlaw K. and Bekar C. Economic Transformations: General Purpose Technologies and Long Term Economic Growth. Oxford University Press, 2006. 616 p.
5. Stiglitz J.E. People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent. W.W. Norton & Company, 2019. 366 p.
6. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенька В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3(27). С. 13–21.
7. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 6. С. 105–112.
8. Краус Н.М. Голобородько О.П., Краус К.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_-2018/8.pdf.
9. Ляшенко В.І., Вишневецький О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 252 с.

10. Фішук В. Цифрова економіка – це реально. URL: <http://biz.nv.ua/ukr>.
11. Negroponte N. *Being Digital*. NY: Knopf, 1995. 256 p.
12. Чмерук Г. Особливості формування бізнес-моделі підприємства. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2016. Вип. 12. С. 170–178.
13. Roe D. Why a Digital Mindset Is Key to Digital Transformation. *CMSwire*. March 8, 2018. URL: <https://www.cmswire.com/digital-workplace/why-a-digital-mindset-is-key-to-digital-transformation>.

References:

1. Inklaar R., Timmer M.P., Ark van B., Carlin W., Temple J. (2008) Market Services Productivity across Europe and the US. *Economic Policy*, vol. 23(53), pp. 139–194.
2. Engelbart D.C. *Augmenting Human Intellect: A Conceptual Framework*. Available at: https://web.stanford.edu/dept/SUL/library/extra4/sloan/mousesite/EngelbartPapers/B5_F18_ConceptFrameworkInd.html.
3. Liklayder Dzh.K.R. *Innovatory. Kak neskolko geniev, khakerov i gikov sovershili tsifrovuyu revolyutsiyu* [Innovators. Like several geniuses, hackers and geeks have made a digital revolution]. URL: <https://biography.wikireading.ru/211607>.
4. Lipsey R., Carlaw K., Bekar C. (2006) *Economic Transformations: General Purpose Technologies and Long Term Economic Growth*. Oxford University Press.
5. Stiglitz J.E. (2019) *People, Power, and Profits: Progressive Capitalism for an Age of Discontent*. W.W. Norton & Company.
6. Karcheva Gh.T., Oghorodnja D.V., Openjka V.A. (2017) Tsyfrova ekonomika ta jiji vplyv na rozvytok nacional'noji ta mizhnarodnoji ekonomiky [Digital economy and its impact on the development of national and international economy]. *Finansovyyj prostir*, no. 3(27), pp. 13–21.
7. Koljadenko S.V. (2016) Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennja v Ukrajinі i u sviti [Digital economy: preconditions and stages of formation in Ukraine and in the world]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment*, no. 6, pp. 105–112.
8. Kraus N.M., Gholoborodjko O.P., Kraus K.M. (2018) Tsyfrova ekonomika: trendy ta perspektyvy avanghardnogo kharakteru rozvytku [Digital economy: trends and prospects of avant-garde development]. *Efektivna ekonomika*, no. 1. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_-2018/8.pdf.
9. Ljashenko V.I., Vyshnevs'kyj O.S. (2018) Tsyfrova modernizacija ekonomiky Ukrajinjy jak mozhlyvistj proryvnogho rozvytku [Digital modernization of Ukraine's economy as an opportunity for breakthrough development]. NAN Ukrajinjy, In-t ekonomiky prom-sti. Kyiv. (in Ukrainian)
10. Fishhuk V. Tsyfrova ekonomika – tse real'no [The digital economy is real]. Available at: <http://biz.nv.ua/ukr>.
11. Negroponte N. (1995) *Being Digital*. New York: Knopf.
12. Chmeruk Gh. (2016) Osoblyvosti formuvannja biznes-modeli pidpryjemstva [Features of formation of business model of the enterprise]. *Ekonomichni nauky. Serija «Oblik i finansy»*, vol. 12, pp. 170–178.
13. Roe D. (2018) Why a Digital Mindset Is Key to Digital Transformation. *CMSwire*. March 8. Available at: <https://www.cmswire.com/digital-workplace/why-a-digital-mindset-is-key-to-digital-transformation>.

Радіна А.В.

аспірантка кафедри міжнародного бізнесу
*Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Radina Anna

Postgraduate Student at the Department of International Business
*Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС»

Радіна А.В. Теоретичні засади дослідження поняття «електронний бізнес». Електронний бізнес як прогнозований наслідок розвитку мережових технологій заслуговує на увагу всіх сучасних підприємств і національного, і міжнародного масштабу. У ринковому середовищі його можна вважати окремою конкурентною стратегією, що, безперечно, викликає інтерес у науковому економічному дискурсі. Інструменти та процеси електронного бізнесу є настільки мультифункціональними, що іноді складно віднести їх до тієї чи іншої галузі дослідження. З огляду на це актуальним питанням стає розвиток відповідної теоретико-методологічної бази. Стаття зосереджується на теоретичних аспектах поняття електронного бізнесу, аналізує різні його тлумачення та еволюцію цих визначень. Розглядаючи відповідність цього явища принципам, що покладені в основу різних течій економічної думки, здійснюємо аналіз їхньої сумісності. Для цього електронний бізнес досліджується з точки зору неокласичної та неінституціональної шкіл, окрема увага приділяється школі інтерналізації, концепції цифрової економіки, мережовій теорії. В роботі наведено різні підходи до вивчення поняття електронного бізнесу, визначено перспективні напрями його дослідження.

Ключові слова: теорія електронного бізнесу, електронна комерція, інформаційно-комунікаційні технології, цифрова економіка, мережеві технології.

Радина А.В. Теоретические основы исследования понятия «электронный бизнес». Электронный бизнес как прогнозируемый результат развития сетевых технологий заслуживает внимания всех современных предприятий и национального, и международного масштаба. В рыночной среде его можно считать отдельной конкурентной стратегией, что, бесспорно, вызывает интерес в научном экономическом дискурсе. Инструменты и процессы электронного бизнеса являются настолько мультифункциональными, что иногда сложно отнести их к той или иной области исследования. С учетом этого актуальным вопросом становится развитие соответствующей теоретико-методологической базы. Статья сосредотачивается на теоретических аспектах понятия электронного бизнеса, анализирует различные его толкования и эволюцию его определений. Рассматривая соответствие этого явления принципам, которые положены в основу различных течений экономической мысли, осуществляем анализ их совместности. Для этого электронный бизнес исследуется с точки зрения неоклассической и неинституциональной школ, особое внимание уделяется школе интернализации, концепции цифровой экономики, сетевой теории. В работе приведены различные подходы к изучению понятия электронного бизнеса, определены перспективные направления его исследования.

Ключевые слова: теория электронного бизнеса, электронная коммерция, информационно-коммуникационные технологии, цифровая экономика, сетевые технологии.

Radina Anna. The theoretical basis for the research of “e-business” concept. E-business as direct consequence of the network technologies development attracts attention of all modern enterprises of both national and international scale. In a market environment it is leading to new opportunities and can be considered as a particular competitive strategy, which is undoubtedly of interest in scientific economic discourse. E-business tools and processes affect the decision making process and at the same time are so multifunctional that in some cases it is difficult to classify it in a particular area of research. Given the widespread use of these mechanisms and the fundamentally new ways of management it offers for the company growth, the development of its theoretical and methodological base becomes an urgent issue. This article focuses on the theoretical aspects of e-business concept, analyzes its various interpretations and evolution of these definitions. In this research e-business is considered first of all as system that includes a set of business processes, a mechanism for their integration, an information network for data collection and management decisions. Different approaches to the identification of this concept also provide a clearer view of possible e-business emergence causes and features of its application. The issues covered in the article include the relationship between the concepts of e-business and e-commerce, importance of information factor, the possibility of quantitative analysis of e-business and some perspectives on its impact on the market economy structure. Considering the compliance of this phenomenon with the principles underlying the various currents of economic

thought, the study provides an analysis of their compatibility. In the framework of this question, the assumption is made about the need to develop a separate theory of e-business and its belonging to a particular area in economics. To do this, e-business is studied in terms of neoclassical and neoinstitutional school, special attention is paid to the school of internalization, the concept of digital economy, network theory. The paper presents different approaches to the study of e-business concept, identifies promising areas for further research.

Key words: e-business theory, e-commerce, information and communication technologies, digital economy, network technologies.

Постановка проблеми. Сучасний міжнародний бізнес формується під потужним впливом інформаційних технологій, які в найбільш розвинутих організаціях є вбудованими майже у кожен бізнес-процес. Функції маркетингу, фінансового управління, управління ресурсами, комунікації з постачальниками та клієнтами вздовж усього ланцюга створення вартості в певному обсязі підтримуються інтернет-мережею та відповідним програмним забезпеченням. За рахунок розвитку технологій сьогодні сформувалися нові бізнес-моделі та навіть галузі, породжені можливостями, що надає електронний бізнес. З огляду на величезну кількість як позитивних, так і ризикових факторів, які це явище приносить світовій економіці, необхідно мати чітке та повне визначення самого поняття електронного бізнесу.

Нині здобутки у вивченні електронного бізнесу та його функціонування мають переважним чином практичний характер, а дослідження відбуваються насамперед у бізнес-середовищі. Сформованих економічних теорій, що розглядають його генезис та діяльність, нині немає, тому особливого значення набуває аналіз теоретично-методологічної основи цього поняття. Актуальним досі залишається дослідження етимології електронного бізнесу та визначення його теоретичної бази.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільша увага питанню електронного бізнесу приділяється у західноєвропейській науковій літературі. Переважно дослідження стосуються лише окремих його елементів та майже не включають аналіз теоретико-методологічної бази. Наприклад, найчастіше йдеться про електронну комерцію (Р.Т. Віганд, Дж. Галахер, Д. Белл), фінансові технології (Р. Альт, Р. Бек, М.Т. Сміт), хмарні технології (А. Бенліан, В.Дж. Кеттінгер, А. Сюняєв, Т.Дж. Вінклер). Особливого значення у вивченні електронного бізнесу набувають також дослідження міжнародних організацій та ТНК, такі як звіти Європейського парламенту стосовно законодавчої бази для електронної комерції, дослідження UNCTAD про інформаційну економіку, KPMG про фінтех, Deloitte про штучний інтелект, Ecommerce Europe про стан регіональної електронної комерції. Серед представників наукової спільноти країн СНД питанням електронної комерції приділяли увагу Л.А. Каргіна, С.Л. Лебедева, етапам розвитку електронного бізнесу – Є.С. Спіфанов, Н.З. Атаров, моделям електронного бізнесу – А.В. Трачук, Н.В. Ліндер, А.С. Назімов, С.Р. Лі, розвитку електронного бізнесу – Л.А. Безуглова, А.Ю. Родіонов.

Серед вітчизняних науковців явище електронного бізнесу досліджували В.І. Міщенко, І.Т. Балабанов, А.Я. Страхарчук, В.С. Страхарчук, Д.С. Пілевич, які вивчали засади електронного банківського бізнесу,

С.В. Маловичко, О.С. Мельничук, Я.С. Тетричний, які зосереджувалися на електронній торгівлі, О.П. Воробйова, яка розглядала електронний бізнес у державно-управлінському аспекті.

Формулювання завдання дослідження. Метою роботи є визначення сутності поняття електронного бізнесу, його місця в економічній системі, а також з'ясування того, наскільки його процеси можуть бути вбудовані в наявну економічну теоретичну базу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для базового розуміння сутності питання пропоную навести декілька найбільш відомих прикладів тлумачення поняття електронного бізнесу. Варто зазначити, що його механізми з часом розширювалися, як і їхнє сприйняття науковою та бізнес-спільнотою, базуючись на прогресі у поширенні інновацій та технологій. Історичний розвиток у цьому контексті стимулювався в свій час різними технологіями: від появи електронного обміну даних, автоматизованої системи вхідних замовлень до електронних магазинів, промислових мереж та маркетплейсів, хмарних технологій і штучного інтелекту.

Якщо звертатися до першоджерел того бачення електронного бізнесу, яке є сьогодні, то варто згадати маркетингову кампанію IBM, яка рекламувала низку комп'ютеризованих процедур для автоматизації бізнес-процесів. Як відомо, в кінці 1997 року IT-консалтингова фірма опублікувала статтю у "Wall Street Journal" і використала цей термін для опису того, як корпоративні системи кардинально змінюватимуться в цифрову епоху. IBM розуміла тоді електронний бізнес як «переосмислення стратегічних бізнес-процесів і підхід до викликів нового ринку, заснованого на знаннях та характеризованого глобалізацією», тобто суб'єкти бізнес-середовища сприймали це явище в розрізі нового виклику підприємницької діяльності, до якого необхідно підлаштовувати бізнес-процеси та відносити зі стейкхолдерами. Таке визначення є вкрай загальним, тому є актуальним для сьогоденного етапу розвитку електронного бізнесу.

Електронний бізнес як процес адаптації схожим чином був представлений у тлумаченнях науковців. М. Ерл у 2000 році стверджував, що електронний бізнес – механізм реінжинірингу та перебудови бізнес-процесів задля відповідності очікуванням клієнтів в умовах нової економіки [1, с. 35]. І. Ель Кові у 2001 році зазначав, що електронний бізнес – переосмислення та перебудова бізнес-процесів на рівні виробничого ланцюгу та ланцюгу постачання для отримання переваг інтернет-зв'язку та нових шляхів створення вартості [2, с. 24].

Ще одна група економістів робила особливий акцент на інтернет-технологіях як на ключовій ознаці електронного бізнесу. М. Папазоглу та П. Рібберс у

2006 році розглядали електронний бізнес як проведення автоматичних бізнес-транзакцій від початку до кінця за допомогою електронних комунікаційних мереж, а саме через Інтернет та/або можливо приватні мережі [3, с. 26]. У 2016 році І.Б. Федішин зазначив, що електронний бізнес – це вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі задля отримання прибутку [4, с. 6].

Інші науковці вбачали в цьому терміні інструмент підвищення ефективності окремих транзакцій або процесів. Наприклад, К. Лаудон та С. Тревер у 2008 році визначали електронний бізнес як поняття, що розглядається перш за все як цифрова підтримка транзакцій та процесів всередині фірми, включаючи інформаційну систему, підконтрольну фірмі. Згадані автори у 2011 році виділили також окремо електронну комерцію як використання мережі Інтернет для здійснення операцій з бізнесом, тобто як комерційні транзакції між організаціями та/або приватними особами, що підтримуються цифровим шляхом [5, с. 9].

Доцільно також згадати Кембриджський словник як найбільш загальновідомий результат тогочасних досліджень у цій сфері, що розділяє такі два способи тлумачення електронного бізнесу:

- купівля та продаж товарів і послуг в Інтернеті, або певна компанія, яка веде цю діяльність;
- бізнес, який працює через Інтернет.

Схожим чином явище електронного бізнесу описане у праці економіста І. Лі. Електронний бізнес – явище, що належить до розширеного поняття електронної комерції, не тільки продаж та купівля товарів та послуг, але й обслуговування клієнтів, співпраця з бізнес-партнерами та проведення електронних транзакцій всередині організації [6, с. 21]. Таке подвійне визначення усуває наявну в економічних дослідженнях неточність у розумінні понять «електронний бізнес» та «електронна комерція», що часто використовувались як синоніми, викликаючи певну колізію. Така проблема зберігається досі, тому варто чітко розмежувати ці поняття. Інколи термін електронної комерції вживається у сенсі електронного бізнесу. Спрощене, більш вузьке визначення електронної комерції обмежується суто купівлею та продажем товарів в Інтернеті. Отже, традиційне поняття електронного бізнесу є досить широким та здебільшого може містити електронну комерцію як один із процесів його реалізації. Окрім цього, електронний бізнес може включати електронний маркетинг, стимулювання продажів, управління запасами, пошукову оптимізацію, управління фінансами, персоналом тощо.

Узагальнюючи ідеї наведених праць, концепцію електронного бізнесу можемо описати як автоматизацію та, відповідно, оптимізацію внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів у комп'ютерній мережі, зокрема інноваційний IT-супровід діяльності компанії задля підвищення конкурентоспроможності, що створює додаткову цінність для клієнта через комп'ютерно опосередковану мережу та є в певних випадках критичною конкурентною стратегією.

Таким чином, виділити межі електронного бізнесу в системі національного господарства дуже складно, оскільки існує значна кількість його напрямів, які дуже тісно взаємопов'язані з іншими видами економічної діяльності. У зв'язку з цим автори більшості наявних

наукових праць намагаються виділити базові компоненти системи електронного бізнесу, виокремлення яких сприяє якіснішому дослідженню його особливостей та детермінантів розвитку [7, с. 69]. В контексті ідентифікації місця електронного бізнесу у теоретичній системі міжнародної економіки та міжнародного бізнесу доцільно зосередитися на його структурному взаємозв'язку з іншими елементами економічної системи.

У цьому питанні електронний бізнес як діяльність є підсистемою бізнесу загалом, як міжнародного, так і локального, тому логічним є припущення про релевантність використання теорій бізнесу для вивчення його електронних процесів. Інструменти електронного бізнесу надають низку переваг компаніям незалежно від кількості країн, у яких вона має відділення, існує багато прикладів різного масштабу підприємств, що ведуть електронну діяльність у межах однієї держави чи більше. Проте визначальною ознакою електронного бізнесу є майже повна відсутність кордонів між країнами у глобальній інформаційній мережі, отже, процеси електронного бізнесу насамперед є продуктом та частиною системи саме міжнародного, а не місцевого бізнесу.

Як відомо, базове поняття самої природи бізнесу вивчали ще класики економічної науки, відколи притаманні цьому явищу основні характеристики не зазнали істотних змін. Звичайно, найбільш видатні ідеї з історії економічних вчень, що представлені А. Смітом, Д. Рікардо, К. Марксом, А. Маршаллом та Д. Кейнсом, все ще залишаються актуальними для пояснення сучасних економічних процесів у формі неокласичної економічної теорії, неоінституціоналізму, неомарксизму тощо. Електронний бізнес як підсистема міжнародного бізнесу має розглядатися за допомогою синтезу наявних теорій у цій сфері, оскільки поле його впливу та можливості його імплементації охоплюють майже всі напрями діяльності компанії, а також змінюють специфіку регулювання ринку як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Як формування науки міжнародного бізнесу відбувалось на основі окремих течій загальної економічної теорії, зокрема зростання фірми, теорії інновацій, конкурентоспроможності, міжнародного руху капіталу, міжнародної торгівлі, стратегічного менеджменту, мережевої економіки [8, с. 35], так і теоретичні уявлення про електронний бізнес розвинулись більшою мірою завдяки окремим теоріям. Серед них слід назвати концепцію цифрової економіки, теорію нового росту, теорію транзакційних витрат, пов'язану з нею теорію зовнішніх ефектів у мережі та агентських витрат, модель інституційних змін, теорію дифузії технологій, технологічно-організаційного середовища, теорію систем, стратегічних мереж, тому застосування постулатів однієї школи економічної думки до вивчення електронного бізнесу є можливим, але недостатнім для повноти дослідження.

Наприклад, дослідження неокласичної школи економічної думки має дещо інший фокус, довгий час воно було зосередженим на макрорівні, на торговельних та інвестиційних відносинах між країнами, а не на діяльності міжнародних компаній. Проте якщо розглядати середовище компаній електронного бізнесу та їхній вплив на ринок як систему, то неокласична школа

надає для цього певний фундамент. Як відомо, високий рівень відкритості інформації і гнучкості прийняття рішень породжує інтенсивну конкуренцію та передбачає нові вимоги до розвитку бізнесу. Завдяки появі електронного бізнесу ринок все більше наближається до моделі досконалої конкуренції з новими стандартами конкурентоспроможності, структурою витрат та прибутку виробників. В таких умовах неокласичні прагнення до обмеження регулювання ринку стали єдиним можливим варіантом розвитку подій, оскільки система електронного бізнесу вийшла за рамки традиційного законодавства. Значно зменшуються бар'єри між національними ринками, законодавчої бази для регулювання бізнесу в мережі Інтернет поки що майже немає, відносини на ринку визначаються більшою мірою саме попитом та пропозицією. Особливість електронного бізнесу полягає в тому, що в ролі товару виступають інформація та електронні комунікації, що багаторазово підвищують економічний ефект від проведення трансакцій. В таких умовах набуває визначальної актуальності економічно-математичне моделювання, що виступає стрижнем методології неокласичної школи, адже виникає потреба у контролі та аналізі величезної кількості інформації, що стала доступною для учасників бізнес-середовища. Однак неокласична теорія може бути застосованою лише частково з огляду на те, що низка базових передумов не відповідає дійсності електронного ринку, такі як заданість умов діяльності (досконалість/симетричність інформації, повна раціональність поведінки, стабільність цін), ігнорування особливостей внутрішньої організації (організаційної структури, внутрішньофірмового управління), відсутність альтернативності у виборі рішень.

Неоінституціоналізм виходить із того, що фірма є складною ієрархічною структурою, що діє в умовах ринкової невизначеності, а головне завдання аналізу пов'язане з поясненням поведінки фірми в системі витратної та неповної інформації. Він також припускає, що будь-яка економічна дія нерозривно пов'язана з невиробничими витратами, тому в умовах глобальної економіки конкуренція зміщується в невиробничу сферу, що ми спостерігаємо з розвитком механізмів електронного бізнесу. В результаті цього ринковий потенціал зниження трансакційних витрат істотно перевищує потенціал зниження виробничих витрат, а на перше місце виходить фактор інформації. Так, наприклад, Кеннет Ерроу зазначає, що «інформація – це економічна категорія, тобто товар, який має вартість», а «економічна роль інформації полягає в зниженні невизначеності та попередженні податкових збитків» [9, с. 610]. Незважаючи на відповідність низки теоретичних концепцій умовам існування електронного бізнесу, лише деякі з них мають згадку безпосередньо про нього. Здебільшого йдеться про фактор інформації, технології, інновації. Наприклад, теорія нового росту Пола Ромера [10, с. 71], що становить важливий доробок для розвитку сучасної теоретичної бази, акцентує увагу на технологіях як базі економічного зростання та їхній залежності від капіталовкладень у НДДКР. Таке бачення породжує питання про застосування кількісних методів до дослідження електронного бізнесу. Нині електронний бізнес не вимірюється як система, на практиці розрахунки, економетричний аналіз та прогнозування здійснюються лише на окремих його

інструментах, особливо в електронному маркетингу або платіжних системах. Як альтернатива використовуються показники продажів електронної комерції, які в певному сенсі можна вважати результатом діяльності електронної бізнес-екосистеми, але вони не завжди відображають ступінь її розвитку. Залежність поширеності та ефективності електронного бізнесу у певній країні від її інвестицій у НДДКР потребує подальшого дослідження задля розроблення ефективної державної стратегії зі стимулювання цифрового розвитку.

Електронний бізнес як сукупність способів та підходів, що використовуються для отримання переваг від впровадження інноваційних інформаційних технологій, в тому числі мережі Інтернет, варто більш детально розглянути з боку теорії трансакційних витрат. Теорія пояснює існування фірми прагненням уникати витрат зі здійснення операцій на ринку і стверджує, що фірма буде розширюватися доти, поки граничні витрати на трансакцію всередині фірми не будуть дорівнювати витратам на здійснення тієї ж трансакції на відкритому ринку. З огляду на вражаючу швидкість розвитку технологій тенденція координувати діяльність електронними засобами буде тривати. В такому разі доцільно визначити електронний бізнес як управлінську структуру, побудовану за допомогою послідовності контрактних відносин між стейкхолдерами та спрямовану на постійне забезпечення створення доданої вартості, відповідно, й переваг для цих стейкхолдерів.

За такого підходу технології електронного бізнесу, з одного боку, зменшують витрати на організацію внутрішньофірмової взаємодії, що дає змогу пропонувати більш конкурентоздатний товар або послугу, з іншого боку, полегшують собі вихід на замовлення товарів та послуг (або їх продаж) ззовні, на ринку. Стимулюється робота як ТНК, так і малого та середнього бізнесу, оскільки бар'єри виходу на ринок та доступу до ключових стейкхолдерів стають більш низькими. Особливо помітний вплив це явище матиме на електронні ринкові платформи, що, на відміну від одноосібних взаємодій, дають змогу значно спростити вибір та зменшити асиметрію інформації для його учасників. Внаслідок заощадження або усунення витрат тотально трансформуються роль посередників між постачальником та клієнтом. В умовах існування великих онлайн-платформ з прозорими цінами та можливістю порівняння хоча б заявлених характеристик товарів та послуг кількість необхідних для функціонування ринку оптових продавців та ритейлерів значно зменшується, їх ринок набуває характеристик олігополії. Нині в середньому дві-три онлайн-платформи можуть забезпечити більшу частину роботи в конкретній галузі виробництва однієї чи кількох країн.

За підходу теорії трансакційних витрат також можна пояснити особливо вигідні позиції окремих напрямів бізнесу, перенесених частково або повністю в мережу Інтернет. Наприклад, за рахунок зменшення витрат на пошук виконавця, узгодження умов договору та інші організаційні питання посилилась привабливість аутсорсингу.

З точки зору школи інтерналізації, як розвиток ідей Р. Коуза, явище електронного бізнесу може, окрім іншого, вважатися результатом модифікації організаційно-управлінських форм великих компаній, зокрема багатонаціональних підприємств, як інструмент та

одночасно наслідок глобальної експансії сучасного бізнесу. Так, концепція глобальної фабрики Пітера Баклі, вивчаючи причини утворення мереж, аргументує цей процес вирішенням протиріччя між обмеженими можливостями традиційних організаційних структур БНП та потребами швидкої реакції на зміни умов ринку [8, с. 130]. П. Баклі також окремо виділяє питання формування відповідної економічної політики країн, для чого наголошує на необхідності визначення детермінантів розташування мереж БНП, як приклад наводячи особливості культурного середовища. Такий підхід може бути успішно доповнений використанням концепції культурних вимірів Г. Хофстеде, що передбачає більш детальний розгляд культур. У разі електронного бізнесу вагомий вплив може мати рівень індивідуалізму та схильності до ризику.

Електронний бізнес як складова частина цифрової економіки підпорядковується її принципам та особливостям, тому до теоретичних основ його дослідження неможливо не віднести праці Мануеля Кастельса, Кевіна Келлі, Карла Шапіро про економіку, засновану на інформації та цифрових технологіях [11–13]. У багатьох аспектах вони є близькими до мережевої теорії Барлгета та Гошала, яка зосереджується на ефектах мережевих взаємозалежностей та синергії, а також їхнього впливу на організаційну структуру внутрішніх відносин [14, с. 95].

Теорія мережевих ефектів (екстерналій) дає змогу виділити певні стимули до використання технологій електронного бізнесу, отже, глибше зрозуміти природу поширення механізмів електронного бізнесу та його переваг порівняно з традиційним. Розглядаючи явище електронного бізнесу через призму ідеї мережевих ефектів, можемо виділити ефект розміру ринку, кризи координації, ефекти наслідування, різноманітності на ринку, ефект підкріплення [13, с. 13]. В результаті цих ефектів цінність технологій, наприклад, електронної комерції в будь-який момент часу є залежною від кількості прийнятих електронних продажів та електронних закупівель. Споживачі товару базують своє рішення про купівлю на очікуваному розмірі мережі, а фірми враховують не тільки поточну, але й майбутню кількість її користувачів, поведінку інших агентів у своїй конкурентній системі.

Перспективним напрямом для розвитку теоретичної бази електронного бізнесу є ресурсний підхід до вивчення економіки. Він використовується, щоби пояснити, як фірми створюють вартість з інформаційно-технологічних активів, наскільки стабільність залежить скоріше від доступних навичок до використання інформаційних технологій, ніж від самих цих технологій. Такі інформаційні технології приносять кращий результат, коли співпрацюють з іншими ІТ-ресурсами, досягаючи синергії. Теорія розглядає їх як можливість створення сталих конкурентних переваг.

Незважаючи на те, що сьогодні дуже поширеними є заяви, що електронна комерція та бізнес загалом трансформують глобальну економіку, помітний вплив вони мають лише для кількох країн, і це переважно США,

частини ЄС та КНР. Низькі темпи розвитку в інших регіонах поки що не є достатньо обґрунтованими з боку економічної науки. Окрім цього, деякі економіки, що розвиваються, такі як ОАЕ, Сінгапур, Бахрейн, досягли значно більших результатів, ніж інші, в електронізації їхнього бізнесу та економіки загалом. Ресурсний підхід може встановити причинно-наслідковий зв'язок між контекстуальними факторами, використанням електронного бізнесу та ефективністю підприємства. Особливо поширеними нині є підходи до поєднання ресурсного підходу з теорією технологічно-організаційного середовища, яка базує аналіз предмета на виділенні технологічного, організаційного та екологічного факторів [15, с. 2].

Висновки. Основні результати проведеного дослідження можна об'єднати у такі тези:

1. Нині в економічній літературі існує велика різноманітність підходів до дослідження поняття електронного бізнесу, кожен з яких зосереджений на окремій його властивості. Електронний бізнес може розглядатися як сукупність бізнес-процесів, механізм інтеграції внутрішньофірмових функцій, а також зв'язків зі стейкхолдерами, всесвітня мережа, що надає доступ до замовників, постачальників, конкурентів та платіжних послуг, система ресурсів та технологій тощо. Всі згадані підходи наявні у сучасній економічній системі та висвітлюють одну зі сторін досліджуваного явища. Зазначені у статті концепції та теорії, а також їх різноманітність переконають у тому, що електронний бізнес, як і інформаційно-комунікаційні технології загалом, має безліч сфер використання та може набувати різного вигляду.

2. Аналізуючи еволюцію підходів до ідентифікації цього поняття, простежуємо насамперед зміну масштабу впливу – від звичайної купівлі-продажу у мережі Інтернет до присутності електронної складової частини у всіх бізнес-процесах. Якщо перші спроби визначення вбачали в електронному бізнесі лише спосіб отримання прибутку через вебсайт, то сьогодні, з огляду на зазначені аспекти його функціонування, доцільно сформулювати це поняття таким чином: підтримка та впорядкування бізнес-діяльності за допомогою методів використання інформаційно-комунікаційних технологій, які забезпечують підвищення ефективності компанії загалом та синергетичний ефект зокрема за рахунок інтеграції бізнес-процесів у єдину цифрову економічну систему.

3. З точки зору теоретичної основи дослідження, електронний бізнес найбільш доречно розглядати з позиції послідовників неоінституціональної школи економічної думки, а саме мережевої теорії, школи інтерналізації, теорії трансакційних витрат, теорії нового росту. Окрім цього, фундамент теорії електронного бізнесу можна сформулювати з огляду на концепцію цифрової економіки, теорії дифузії інновацій, технологічно-організаційного середовища. Великий потенціал для майбутніх досліджень представляє ресурсний підхід, зокрема для аналізу детермінант розвитку електронного бізнесу в різних країнах світу.

Список використаних джерел:

1. Earl M. Evolving the e-business. *Business Strategy Review*. 2000. Vol. 11. № 2. P. 33–38.
2. El Sawy O. *Redesigning Enterprise Processes for e-Business*. McGraw-Hill, Boston, 2001.

3. Papazoglou M., Ribbers P. E-Business: Organizational and Technical Foundations. John Wiley & Sons. Chichester, 2006.
4. Фецишин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція. Тернопіль, 2016. 97 с.
5. Laudon K., Traver C. E-Commerce 2011. Business. Technology. Society, 7th European ed., Pearson Education Limited, Harlow, 2011.
6. Lee In. Electronic Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications – IGI Global, 2008.
7. Пілевич Д.С. Теоретичне підґрунтя розвитку електронного бізнесу. *Бізнес-Інформ. Економіка. Інформаційні технології в економіці*. 2019. № 5. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-5_0-pages-67_72.pdf (дата звернення: 18.07.2021). DOI: 10.32983/2222-4459-2019-5-67-72.
8. Рогач О.В. Теорії міжнародного бізнесу : підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. 687 с.
9. Arrow K.J. Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, NBER Chapters. *The Rate and Direction of Inventive Activity*. National Bureau of Economic Research Inc., 1962. P. 609–626.
10. Romer P.M. Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. No. 5. 71 p.
11. Castells M. The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford : Oxford University Press, 2001.
12. Kelly K. New Rules for the New Economy. Ten Radical Strategies for a Connected World. N.Y., 1998.
13. Shapiro C. Information rules: a strategic guide to the network economy. Varian, Hal R. Boston, Mass. : Harvard Business School Press, 1999.
14. Bartlett Ch., Ghoshal S. Managing across borders: The transnational solution. Boston, MA : Harvard Business School, 1989. 328 p.
15. Hadi Putra P.O., Santoso H.B. Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). 2020. № 6 (3). DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e03568.

References:

1. Earl M. (2000) Evolving the e-business. *Business Strategy Review*, vol. 11, No. 2, pp. 33–38.
2. El Sawy O. (2001) Redesigning Enterprise Processes for e-Business, McGraw-Hill, Boston.
3. Papazoglou M., Ribbers P. (2006) E-Business: Organizational and Technical Foundations, John Wiley & Sons, Chichester.
4. Fedyshyn I.B. (2016) Elektronnyj biznes ta elektronna komercija .Ternopil, p. 97.
5. Laudon K., Traver C. (2011) E-Commerce 2011. Business. Technology. Society, 7th European ed., Pearson Education Limited, Harlow.
6. Lee In. (2008) Electronic Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications – IGI Global.
7. Pilevych D.S. (2019) Teoretychne pidgruntja rozvytku elektronnoho biznesu. *BiznesInform Ekonomika. Informacijni tekhnologhiji v ekonomici*. № 5. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-5_0-pages-67_72.pdf (accessed 18.07.2021) DOI: 10.32983/2222-4459-2019-5-67-72.
8. Roghach O.V. (2018) Teoriji mizhnarodnoho biznesu: pidruchnyk dlja studentiv ekonomichnykh specialjnostej vyshhykh navchaljnykh zakladiv. Kyiv: Kyiv university, p. 687.
9. Arrow K.J. (1962) Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, NBER Chapters, in: *The Rate and Direction of Inventive Activity*, pp. 609–626, National Bureau of Economic Research, Inc.
10. Romer P.M. (1990) Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, vol. 98, no. 5, pp. 71–102.
11. Castells M. (2001) *The Internet Galaxy, Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford, Oxford University Press.
12. Kelly K. (1998) *New Rules for the New Economy. Ten Radical Strategies for a Connected World*. N.Y.
13. Shapiro C. (1999) *Information rules: a strategic guide to the network economy*. Varian, Hal R. Boston, Mass.: Harvard Business School Press.
14. Bartlett Ch., Ghoshal S. (1989) *Managing across borders: The transnational solution*. Boston, MA: Harvard Business School, 328 p.
15. Hadi Putra P.O., Santoso H.B. (2020) Contextual factors and performance impact of e-business use in Indonesian small and medium enterprises (SMEs). № 6 (3). Available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32211544> (accessed 18.07.2021). DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e03568.

Хомутенко Л.І.

кандидат технічних наук, доцент, професор
Сумський державний університет

Мартиненко А.В.

студентка
Сумський державний університет

Khomutenko Lyudmila

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Professor
Sumy State University

Martynenko Anna

Student
Sumy State University

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКО-КИТАЙСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ КРАЇН

Хомутенко Л.І., Мартиненко А.В. Розвиток українсько-китайського економічного співробітництва в контексті реалізації національних інтересів країн. У статті здійснено аналіз українсько-китайського співробітництва на сучасному етапі. Партнерство України з Китаєм є одним із найважливіших стратегічних складників успішного економічного розвитку. Проаналізовано динаміку ключових товарних позицій українсько-китайської торгівлі, індекс комплементарності торгівлі Україна – Китай та зовнішню торгівлю послугами України з Китаєм. Досліджено, що для України існує значна потреба у залученні зовнішнього фінансування, а Китай є для цього одним із потенційних партнерів. Зокрема, китайські лідери привітали підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС та розглянули участь України у будівництві «нового економічного поясу – великого шовкового шляху», що є особистою ініціативою китайського президента. Визначено перспективні напрями українсько-китайського співробітництва, інтереси України у співпраці з Китаєм, а саме залучення іноземних інвестицій, що сприятиме активізації економічного зростання в країні та створенню нових робочих місць. Визначено сферу інтересів Китаю в Україні, а саме можливість залучення українських технологій на китайський ринок за допомогою виробничого майданчика, розташованого на території Китаю. Це визначено як значну загрозу для України, оскільки китайські партнери опануватимуть українські технології через 5–7 років, і потреба в українських партнерах зникне. Більше того, існує загроза нерационального використання земельних ресурсів, що може призвести до виснаження та зниження якості. Щоб уникнути негативних наслідків економічного співробітництва з Китаєм, Україна повинна розробити стратегію економічного партнерства, яка забезпечить задоволення національних інтересів. З'ясовано, що для співробітництва між Україною та КНР є наука і технологія. Ефективна модернізація української економіки та налаштування її на світовому ринку, виробничі, інвестиційні та науково-технологічні можливості КНР можуть стати для України вагомим ресурсом розвитку відповідних галузей економіки, поштовхом до відновлення позицій нашої держави на світових ринках технологій.

Ключові слова: українсько-китайське співробітництво, торгово-економічні відносини, індекс комплементарності, двостороння співпраця, інвестиційний потенціал, спільні проекти, модернізація.

Хомутенко Л.И., Мартыненко А.В. Развитие украинско-китайского экономического сотрудничества в контексте реализации национальных интересов стран. В статье рассмотрен анализ украинско-китайского сотрудничества на современном этапе. Партнерство Украины с Китаем является одной из важнейших стратегических составляющих успешного экономического развития. Проанализированы динамика ключевых товарных позиций украинско-китайской торговли, индекс комплементарности торговли Украина – Китай и внешняя торговля услугами Украины с Китаем. Доказано, что для Украины существует значительная потребность в привлечении внешнего финансирования, а Китай является для этого одним из потенциальных партнеров. В частности, китайские лидеры приветствовали подписание Украиной Соглашения об ассоциации с ЕС и рассмотрели участие Украины в строительстве «нового экономического пояса – большого шелкового пути», что является личной инициативой китайского президента. Определены перспективные направления украинско-китайского сотрудничества, интересы Украины в сотрудничестве с Китаем, а именно привлечение иностранных инвестиций, что будет способствовать активизации экономического роста в стране и созданию новых рабочих мест. Определена сфера интересов Китая в Украине, а именно возможность

привлечения украинских технологий на китайский рынок с помощью производственной площадки, расположенной на территории Китая. Это определено как значительная угроза для Украины, поскольку китайские партнеры овладеют украинскими технологиями через 5–7 лет, и потребность в украинских партнерах исчезнет. Более того, существует угроза нерационального использования земельных ресурсов, что может привести к истощению и снижению качества. Чтобы избежать негативных последствий экономического сотрудничества с Китаем, Украина должна разработать стратегию экономического партнерства, которая обеспечит удовлетворение национальных интересов. Выяснено, что для сотрудничества между Украиной и КНР есть наука и технология. Эффективная модернизация украинской экономики и настройка ее на мировые рынки, производственные, инвестиционные и научно-технологические возможности КНР могут стать для Украины весомым ресурсом развития соответствующих отраслей экономики, толчком к восстановлению позиций нашего государства на мировых рынках технологий.

Ключевые слова: украинско-китайское сотрудничество, торгово-экономические отношения, индекс комплементарности, двустороннее сотрудничество, инвестиционный потенциал, совместные проекты, модернизация.

Khomutenko Lyudmila, Martynenko Anna. Development of Ukrainian-Chinese economic cooperation in the context of realization of national interests of countries. The article considers the analysis of Ukrainian-Chinese cooperation at the present stage. Ukraine's partnership with China is one of the most important strategic components of successful economic development. The dynamics of key commodity positions of Ukrainian-Chinese trade, the Ukraine-China trade complementarity index and Ukraine's foreign trade in services with China are analyzed. It is studied that there is a significant need for Ukraine to attract external financing, and China is one of the potential partners for this. In particular, Chinese leaders welcomed Ukraine's signing of an association agreement with the EU and considered Ukraine's participation in the construction of a «new economic belt – the Great Silk Road,» a personal initiative of the Chinese president. Promising areas of Ukrainian-Chinese cooperation have been identified. Ukraine's interests in cooperation with China have been identified, namely the attraction of foreign investment, which will help boost economic growth in the country and create new jobs. The sphere of China's interests in Ukraine has been determined, namely the possibility of attracting Ukrainian technologies to the Chinese market with the help of a production site located in China. This is identified as a significant threat to Ukraine, as Chinese partners will master Ukrainian technology in 5–7 years, and the need for Ukrainian partners will disappear. Moreover, there is a threat of irrational use of land resources, which can lead to depletion and reduced quality. To avoid the negative consequences of economic cooperation with China, Ukraine must develop a strategy of economic partnership that will ensure the satisfaction of national interests. It was found out that there is science and technology for cooperation between Ukraine and China. Effective modernization of the Ukrainian economy and its adjustment on the world market production, investment and scientific and technological capabilities of China can be an important resource for Ukraine in the development of relevant sectors of the economy, an impetus to restore our country's position in world technology markets.

Key words: Ukrainian-Chinese cooperation, trade and economic relations, complementarity index, bilateral cooperation, investment potential, joint projects, modernization.

Постановка проблеми. Одним зі шляхів виходу світової економіки з кризи є збільшення та підтримка високого та стабільного економічного динамізму в країнах, які передові у світовому розвитку, особливо у США та Китаї. З огляду на вищевикладене, тема дослідження, яка аналізує досвід китайських зовнішньоекономічних реформ як передумови посилення конкурентних позицій національної економіки з погляду її активної інтеграції у світовий економічний простір, є актуальною і має не лише теоретичне, а й практичне значення для України, яка повинна оптимізувати свою стратегію реалізації національних економічних інтересів за допомогою механізмів міжнародного співробітництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням українсько-китайського співробітництва присвячено низку наукових праць українських авторів, зокрема Є.В. Гобова, В.О. Кікченко, О.А. Ковалюк, С.А. Кошового [9], А.С. Терещенко, Л.І. Хомутенко [3]. Серед зарубіжних авторів можна виділити роботи А. Гончарука [7], Пей Чайхуна [8], Д.Ф. Сімона [4] та ін. Водночас багато аспектів цієї проблеми, з огляду на особливості розвитку сучасної глобальної еко-

номіки, потребують більш повного та предметного дослідження.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендацій щодо оцінки ефективності та пріоритетів зовнішньоторговельного співробітництва між Україною та КНР для посилення їхніх конкурентних позицій у світовій економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна китайська економіка характеризується своєю залежністю від зовнішніх ринків. За обсягом експорту Китай посідає перше місце у світі. Експорт забезпечує 80% валютного доходу держави. Близько 20 млн людей працюють в експортній галузі. 20% валової продукції промисловості та сільськогосподарства експортуються на зовнішній ринок. Експортна номенклатура включає 50 тис позицій.

Китай підтримує торговельно-економічні відносини зі 182 країнами та регіонами світу, 80 з яких підписали міжурядові торгові угоди. Основними торговими партнерами Китаю є капіталістичні країни, що розвиваються, головним чином, Японія, США, країни

Західної Європи, країни походження Європи, а найбільшими конкурентоспроможними товарами залишаються взуття, одяг та іграшки, виключаючи весь активний експорт електроніки.

Із 2004 р. Китай упевнено очолює експорт офісного та телекомунікаційного обладнання, а з 2005 р. – за показником експорту високотехнологічних технологій загалом. Китайська текстильна промисловість є першою у світі, оскільки китайський експорт представлений у більшості країн. Текстильні компанії спеціалізуються на виробництві одягу із синтетичних тканин. Компанії цієї галузі розкидані по всій країні, але найбільші – у Шанхаї, Кантоні та Харбіні. Китайська експортна продукція, що постачається до Північної Америки, Японії та Західної Європи, має найвищі стандарти якості. Ця продукція виробляється в прибережних провінціях країни, де зосереджено численні філії іноземних компаній. Численні ремісничі компанії, що виробляють контрафактну продукцію провідних світових брендів, розташовані на півночі та в глибині країни. Ці товари відрізняються низькою якістю та ціною, що збігається із ціною подібної якості продукції. Із середини 1980-х років це було досягнуто шляхом забезпечення населення продовольством. Сьогодні фрукти, риба та морепродукти експортуються, а бавовна є основним продуктом експорту сільськогосподарської продукції. З відкриттям переходу Нату-Ла в 2006 р. торгівля з Індією зросла.

Китай є головним гравцем на геополітичних та економічних картах світу. Для зміцнення своїх позицій у світовій політиці та економіці китайське командування ініціює низку масштабних проектів та програм, що мають проблемний ефект та поглиблюють міждержавне співробітництво. Однією з таких ініціатив є «Один пояс, один шлях» – пробудження давнього Великого шовкового шляху, який покликаний створити новий світовий порядок і рухатися до глобалізації 2.0 [2]. Ці питання також надзвичайно важливі для України.

Ініціатива розробляє великий транспортний та логістичний проект XXI ст., що з'єднає Китай та Західну Європу. Україна не затрималася і підписала запланований план дій щодо реалізації ініціативи щодо спільного будівництва «економічного поясу Великого шовкового

шляху» та «Морського шовкового шляху XXI століття». Тим не менше участь України у проєкті «Один пояс, один шлях» є декларативною й уповільнює розвиток економічного співробітництва між Україною та Китаєм, що знайшло своє відображення у торгівлі, інвестиційних відносинах та науково-технічному обміні.

Україна представляє інтерес для китайців завдяки виробництву, науці, ресурсам, людському потенціалу та вигідному географічному розташуванню. Окрім цього, Україна має важливий споживчий ринок – 38 млн людей. Українсько-китайське співробітництво розпочалося з підписання Угоди між урядом України та урядом Китайської Народної Республіки про торговельно-економічне співробітництво в 1992 р. Ця Угода встановила найбільш вигідні умови щодо експортних та імпорتنних мит на товари з двох країн, податки та внутрішні мита [3].

Сучасний стан розвитку українсько-китайських відносин стикається з певними проблемами через неясну позицію Китаю щодо російської агресії проти України. На той момент Україна вже мала добре розроблену законодавчу базу та високий рівень співпраці з Китаєм, що дає нам змогу і надалі розглядати обидві країни як важливих стратегічних партнерів [4].

За 12 місяців 2020 р. Україна імпортувала товарів на 54,2 млрд дол. (порівняно з 2019 р. імпорт упав на 6,2 млрд дол.). Експорт з України становив 49,2 млрд дол. (експорт зменшився на 0,85 млрд дол.). Відповідно, експортно-імпортне сальдо від'ємне – 5 млрд дол. Загальний дохід у 2020 р. становив 103,4 млрд дол., що на 7 млрд менше, ніж у попередньому році.

Китай посідає друге місце в географічній структурі зовнішньої торгівлі з часткою в торгівлі 13% (експорт – 5%, імпорт – 13%). Щорічна торгівля зросла на 29,3% порівняно з попереднім роком (рис. 1).

Починаючи з 2004 р. спостерігається збільшення від'ємного сальдо торгівлі товарами. Це пов'язано з:

- товарною структурою українського експорту, на величину якої впливає ситуація на світових товарних ринках;
- наявністю бар'єрів для виходу на ринок Китаю (сильна конкуренція на внутрішньому ринку, кількісні та якісні обмеження);

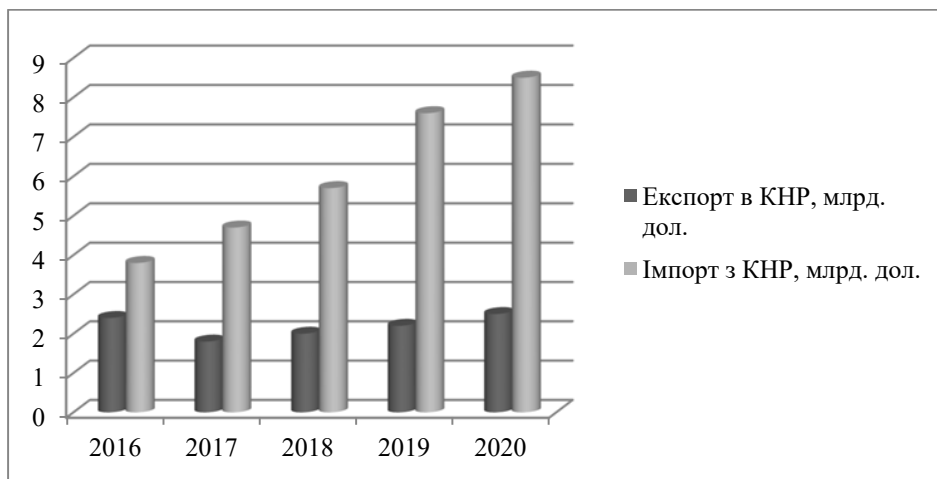


Рис. 1. Динаміка українсько-китайської двосторонньої торгівлі 2016–2020 рр., млрд дол.

Джерело: Державна служба статистики України

– низькою активністю українських компаній на міжнародних виставках та ярмарках із просування своєї продукції [5].

Експорт України до Китаю переважно складається із сировини (руди, зерна та олії), а імпорт – спеціальний та технологічний (напівпровідники, телефони, комп'ютери). Отже, 94,1% експорту до Китаю припадає на сировину та 5,6% – на готову продукцію. У 2020 р. частка п'яти найбільших товарних експортів до Китаю становить 85%, а саме: залізної руди та концентратів – 33%, кукурудзи – 24%, соняшникової олії та насіння – 17%, турбореактивних двигунів – 10% та макухи – 7%. У період із 2016 по 2020 р. вартість експорту залізної руди та концентратів зменшувалася в середньому на 20% на рік, а кукурудзи – на 19%. Слід зазначити, що до 2020 р. українські експортери покриватимуть 66% загального китайського імпорту кукурудзи та 61% соняшникової олії (табл. 1).

У 2020 р. найбільша частка сировинної структури імпорту надходила з: напівпровідників та смартфонів – по 9%, комп'ютерів – 6%, листової сталі – 4% та пестицидів – 3% [5].

У період із 2016 по 2020 р. імпорт напівпровідників (діодів, транзисторів, світлочутливих напівпровідників) у середньому за рік подвоївся. У 2020 р. 95% імпорту напівпровідників з України було покрито

китайськими експортерами, що становило 2,1% від загального обсягу китайського експорту цієї продукції. Отже, аналізуючи статистику InternationalTradeCenter, індекс взаємодоповнюваності торгів був розрахований за методологією UNCTAD і поданий у динаміці з 2016 по 2020 р. (рис. 2).

Розрахунки показують, що індекс взаємодоповнюваності торгівлі перевищує 50%, що вказує на середній рівень відповідності українського експорту китайському імпорту.

Підсумовуючи, двостороння торгівля між Україною та Китаєм демонструє тенденцію до зростання протягом осені 2014–2015 рр. Але існує тенденція до збільшення негативного сальдо. Останніми роками Китай є одним з основних торгових партнерів України [5].

Тим часом торгівля послугами незначна у двосторонній торгівлі з Китаєм, проте її обсяги та частка зросли за останні роки. Україна переважно експортує до Китаю транспортні послуги, бізнес (послуги з досліджень і розробок) та послуги, пов'язані з подорожами. Україна переважно імпортує послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю, бізнес та транспортні послуги та послуги, пов'язані з ліцензійною діяльністю. Зростає також двостороння торгівля телекомунікаційними, комп'ютерними та інформаційними послугами. Комерційні умови Китаю характеризуються значною кіль-

Таблиця 1

Ключові товарні позиції українсько-китайської торгівлі у 2020 р.

Експорт у КНР	Частка товару в		Імпорт із КНР	Частка товару в	
	Експорті України	Імпорті КНР		Експорті України	Імпорті КНР
Залізна руда та концентрати	24%	0,9%	Напівпровідники	2,4%	95%
Кукурудза	15%	64%	Смартфони	0,4%	61%
Олія та насіння соняшнику	9%	59%	Комп'ютери	0,5%	69%
Турбореактивні двигуни	59%	2,8%	Прокат плоский сталевий або з нелегованої сталі	1,6%	47%
Макуха в гранулах	16%	24%	Пестициди	3,3%	19%

Джерело: International Trade Center / Trade Map

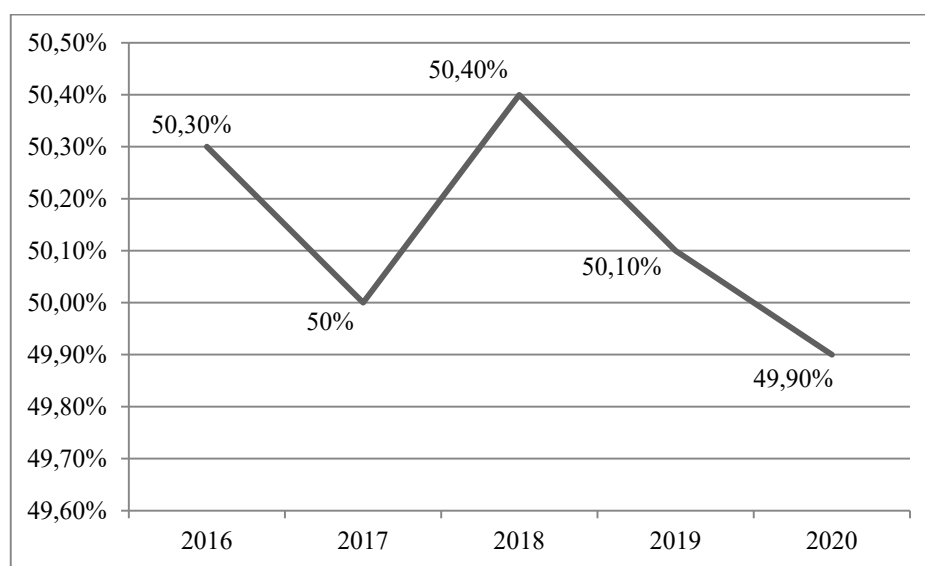


Рис. 2. Динаміка індексу комплементарності торгівлі Україна – Китай у період 2016–2020 рр.

Джерело: розрахунок на основі даних InternationalTradeCenter

кістю тарифних та нетарифних заходів, що застосовуються для захисту внутрішнього ринку.

За даними СОТ, середній рівень поточного режиму найбільшого сприяння в Китаї на початок 2020 р. становить 9,9% (16,5% для сільськогосподарських товарів та 9,0% для несільськогосподарських товарів). Китай поступово знижує захист тарифів на споживчі товари. Зокрема, у липні 2020 р. відбулося нове зниження ввізного мита на такі категорії товарів, як: продовольчі товари; одяг, взуття та головні убори; меблі та посуд; культурні, спортивні та розважальні аксесуари; побутова електроніка; миючі засоби, косметика; товари медичного призначення. Як результат, середнє імпортерне мито впало з 9,9% до 7,9%.

Торгівля послугами займає невелике місце в загальній торгівлі товарами та послугами між Україною та Китаєм. На послуги припадало 4,8% українського експорту товарів та послуг до Китаю, 2,7% імпорту товарів та послуг у 2020 р. Водночас протягом останніх п'яти років спостерігається тенденція до збільшення частки послуг у двосторонній торгівлі з Китаєм. Україна більше імпортує послуг з Китаю (194 млн дол. США), ніж експортує в Китай (108 млн. дол. США).

У структурі експорту України послуг до Китаю в 2020 р. близько 50% становили транспортні послуги (54 млн дол.), більша частина яких припадала на повітряний транспорт (38 млн дол.). Ділові послуги також займають дуже важливе місце в експорті (37,4%), причому найбільші обсяги експорту демонструють послуги з досліджень і розробок (22% від загального експорту послуг до Китаю) [6].

Подорожі та телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги становили 5,7% та 3,3% відповідно. На рис. 3 показано двосторонню торгівлю послугами за 2016–2020 рр.

Експорт послуг з України до Китаю перевищує показник 2016 р. в 1,5 рази. Транспортні та ділові послуги суттєво сприяли цьому падінню: експорт цих послуг зріс відповідно у 2,8 та 2,1 рази. Але серед лідерів зростання були телекомунікаційні послуги,

комп'ютерні та інформаційні послуги – у п'ять разів порівняно з 2016 р. Зменшився експорт послуг, пов'язаних із поїздками, та послуг із переробки матеріальних ресурсів [5].

В імпорті послуг із Китаю до України переважають послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (96 млн дол., або 50%). Попит України на бізнес та транспортні послуги (переважно морський транспорт) також високий – 15,1% та 14,5% відповідно. В імпорті роялті та інших послуг, пов'язаних із використанням інтелектуальної власності, переважають послуги, пов'язані з ліцензованою діяльністю (7%). Україна також імпортує телекомунікаційні послуги, комп'ютерні та інформаційні послуги, а також державні та туристичні послуги.

Порівняно з 2014 р. імпорт послуг із Китаю зріс у 2,4 рази. Бізнес, транспорт та послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю, зросли відповідно в 3, 2,5 та 1,7 рази. Імпорт ліцензій та телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг швидко зростає. Але імпорт туристичних послуг скорочується.

Забезпечення економічної безпеки, включаючи енергетичну незалежність, є дуже важливим для розвитку обох країн. Китай стрімко розвиває альтернативну енергетику. Вона посідає перше місце у світі за інвестиціями в «чисту» енергію (100,1 млрд дол.). У рамках програми «Один пояс, один шлях» Китай активно інвестує в енергію країн-учасниць (понад 50 млрд дол.).

Згідно з оцінками та результатами діяльності Українського інституту майбутнього, китайські інвестори в Україні можуть бути зацікавлені в таких енергетичних проектах [4]:

1. Атомна енергія: будівництво енергоблоків Південноукраїнської атомної електростанції – 4 ГВт (Миколаївська область), Запорізької – 4 ГВт, Хмельницької – 4 ГВт, Рівненської АЕС – 2,6 ГВт.
2. Теплова енергія: будівництво біоТЕЦ Миколаївської області – 270 МВт, Одеської області – 220 МВт.
3. Вітрова енергія: будівництво Запорізької ВЕС – 600 МВт, Миколаївської ВЕС – 450 МВт.

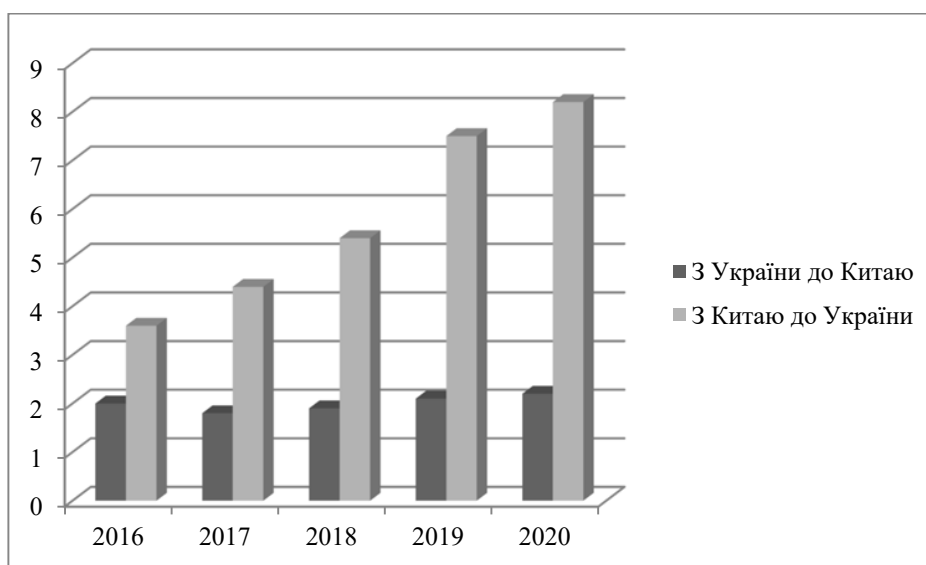


Рис. 3. Двостороння торгівля послугами у 2016–2020 рр.

Джерело: Державна служба статистики України

4. Сонячна енергія: будівництво Херсонської СЕС – 350 МВт, Закарпатської СЕС – 320 МВт.

5. Видобуток нафти і газу: модернізація Кременчуцького НПЗ.

За винятком енергетичного сектору розвиток інфраструктури має велике значення для Китаю. Китай інвестує 163,2 млрд дол. у розвиток внутрішньої інфраструктури для подолання економічного спаду та наслідків торгової війни. У рамках проєкту «Один пояс, один шлях» Китай інвестував понад 90 млрд дол. в інфраструктуру для країн-членів.

Українська інфраструктура знаходиться у цілком задовільному стані і потребує модернізації та перебудови. Тому китайських інвесторів можуть зацікавити такі інфраструктурні проєкти, як:

1. Залізниця:

- швидкісне залізничне будівництво (Київ – Європа (через Львів), Київ – Одеса, Київ – Харків, Київ – Дніпро);
- електрифікація залізниць;
- модернізація локомотивного депо «Укрзалізниця».

2. Автомобільні дороги:

- транснаціональний транспортний коридор, що з'єднує українські порти на Чорному морі з Гданськом на Балтійському морі (GoHighway);
- будівництво транспортно-логістичних комплексів (біля портів) в Херсонській та Миколаївській областях;
- будівництво мосту через Дніпро у Кременчуці;
- будівництво віадуку в морському порту Чорного моря;
- будівництво швидкісних магістралей Маріуполь – Одеса, Одеса – Львів.

3. Морські порти: створення Одеського портового кластера (Південне, Чорне море, Одеса); Миколаївського кластера (Ольвія, Миколаїв, Херсон, приватизація Скадовського порту); Ізмаїльського кластера (порт Усть-Дунай – приватизація, Ізмаїл, рейнські порти).

4. Повітряне сполучення: реконструкція 15 аеропортів.

Посол Китаю в Україні неодноразово наголошував на розвитку стратегічного партнерства у галузі сільського господарства та на тому, що ця сфера є найбільш успішною в його реалізації. У 2019 р. на частку України припадало 66% імпорту кукурудзи та 59% соняшникової олії [4].

Поглиблення співпраці між країнами можливе у таких сферах:

- вирощування та виробництво екологічно чистої продукції для китайського ринку;
- залучення китайських компаній до розроблення та впровадження агритека;
- збільшення експорту товарів за рахунок зростання середнього класу та купівельної спроможності: рослинної олії, м'яса, овочів, фруктів, шоколаду, готової пшеничної продукції.

У першій половині 2020 р. китайці витратили 128 млрд дол. на закордонний туризм, у тому числі 15 млрд – у країнах-членах «Один пояс, один шлях». Туристичний потенціал України величезний: сприятливий клімат, різноманітні ландшафти, моря та річки, цілющі води, грязь та ін. Однак туристична галузь потребує інвестицій у розвиток інфраструктури. Тому розвиток курортів та готельних комплексів на Півдні та Заході України може бути привабливим для китайських інвесторів.

Сприяти реалізації проєктів у рамках «Один пояс, один шлях» може повна участь України в ініціативі. Для цього українському уряду потрібно:

– прийняти державну стратегію розвитку до 2030 р. та окремого документа – стратегії співпраці між Україною та Китаєм у рамках ініціативи «Один пояс, один шлях»;

– організувати та провести зустріч лідерів України та Китаю з метою поглиблення співпраці;

– стати членом Азіатського банку інфраструктурних інвестицій;

– створити окремі координаційні підрозділи в державних структурах для реалізації спільних проєктів (у Міністерстві закордонних справ, Міністерстві інфраструктури, Міністерстві економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства);

– створити українсько-китайський проєктний офіс для надання поточної, актуальної та відповідної інформації про Україну і встановлення міцних зв'язків між експертною журналістською спільнотою в Києві та Пекіні;

– створити в обох державах українсько-китайські культурні центри, які не будуть структурними підрозділами дипломатичних представництв;

– посилити існуючу систему підготовки фахівців в Азіатському регіоні з особливим акцентом на Китай.

За 27 років українсько-китайських дипломатичних відносин сфера стратегічної співпраці наших держав постійно розширюється. Сьогодні між країнами відбувається плідне співробітництво у сільському господарстві, енергетиці, розвитку транспортної інфраструктури, фінансовій та банківській сферах. Україна і Китай тісно взаємодіють у галузях освіти, науки і технологій, культурі, спорті та ін. Проте обсяги торгівлі та інвестицій свідчать про нерезалізований потенціал співробітників, що забезпечують можливість використання в Ініціативі «Один пояс, один шлях».

Таким чином, даний аналіз показує високу концентрацію та недиверсифікованість українського експорту до Китаю. Протягом останніх років імпорту Китаю в Україну у 2–4 рази перевищував експорт України до Китаю. Існує значний невикористаний потенціал до диверсифікації та нарощення українського експорту товарів на цьому ринку. Торгівля послугами між Україною та Китаєм також потребує більш інтенсивного розвитку. Поки вона займає незначне місце в загальній двосторонній торгівлі між країнами. Інтенсифікація двосторонньої торгівлі товарами між Україною та Китаєм сприятиме також і подальшому зростанню торгівлі послугами.

Висновки. Китай за декілька десятиліть виконав два глобальних завдання:

1) вирішено проблему продовольчої самодостатності в країні; маючи 7% орних земель у світі, Китай не тільки постачає продовольство 1 млрд 347 млн жителів, а й експортує сільськогосподарську продукцію;

2) розвинувши легку промисловість, він повністю забезпечив себе товарами цієї галузі.

За рівнем абсолютного виробництва низки важливих промислових та сільськогосподарських продуктів Китай посідає перше місце у світі. Зокрема, у галузі сільського господарства – це зерно, м'ясо, птиця, яйця, продукти з води, рослинні та тваринні жири; у легкій промисловості – виробництво бавовняного текстилю,

вовняних і шовкових тканин, одягу, велосипедів, телевізорів, пральних машин.

Однією з характерних особливостей економічних реформ Китаю є те, що всі сектори економіки швидко розвивалися в процесі впровадження. Ринкові відносини реалізуються впевнено, не хаотично і не під впливом інших держав чи міжнародних фінансових організацій, а самостійно та цілеспрямовано, з активним державним регулюванням, а саме розробленням промислової політики та забезпеченням порядку в суспільстві, ефективною боротьбою зі злочинністю; у процесі переходу до ринку державний виробничий сектор не руйнується, а створюються нові приватні виробництва незалежно від державних підприємств; щорічне зростання виробництва сягає 10–12%.

Китай створив досить стабільне законодавство, що забезпечує державні гарантії захисту внутрішніх та іноземних інвестицій протягом тривалого часу, вирішальну роль держави в регулюванні економіки в інтересах національних пріоритетів, розвиток виключно китайського виробництва з майже повною ліквідацією попередньої діяльності та торгівлі імпортованими това-

рами. Проблема посередника – найбільший економічний парадокс України.

Оптимальний розвиток двосторонньої співпраці вимагає визначити найкращу його форму для найближчих відвідувачів.

Пріоритетними напрямками економічного співробітництва між Україною та Китаєм є розвиток зовнішньоторговельних зв'язків, головним чином, у металургійній, машинобудівній, хімічній та електронній промисловості. Основними шляхами подальшого розвитку металургійного комплексу мають стати модернізація та реконструкція металургійного обладнання, вдосконалення та зміна виробничих відносин у ринкових умовах та розширення спільної підприємницької діяльності. Розкрито шляхи вдосконалення українсько-китайського співробітництва шляхом розвитку науково-інноваційної атмосфери країни та її впливу на технологічний стан і відтворення виробничої бази. Необхідно розвивати експортний, науково-технічний, інвестиційний потенціал у контексті двосторонньої спеціалізації шляхом ефективного використання датчиків економічного, правового та політичного впливу.

Список використаних джерел:

1. ChinaOfficialNewsAgency. Xinhua. URL: <http://www.chinaview.cn> (дата звернення: 12.05.2021).
2. A Chinain formation base. URL: <http://www.chinatoday.com/> (дата звернення: 13.05.2021).
3. Хомутенко Л.І., Терещенко А.С. Сучасні позиції КНР в умовах світової глобалізації. *Бізнес Інформ*. 2017. № 12. С. 60–71.
4. Simon D.F. China's Emerging Technological Edge: *Assessing the Role of High-End Talent*. Cambridge; NewYork : CambridgeUniv. 2020.
5. WorldEconomic Outlook Database. *International Monetary Fund*. 2020. URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/02/weodata/weoselgr.aspx> (дата звернення: 12.05.2021).
6. World Investment Prospects Survey. *United Nations Conferenceon Tradeand Development*. New Yorkand Geneva, 2018–2020. 85 p.
7. Гончарук А.З. Україна – Китай: непростий шлях до зміцнення партнерства у суперечливих міжнародних умовах. *Україна – Китай*. 2019. № 1(15). С. 20–28.
8. Пей Чанхун 40-річний досвід реформування економічної системи Китаю. *Україна – Китай*. 2018. № 13. С. 98–106.
9. Аудит зовнішньої політики: Україна – Китай. Дискусійна записка / А.З. Гончарук та ін. *Інститут світової політики*. 2016. С. 61. URL: <https://glavcom.ua/pub/pdf/49/4935/auditukrchi.pdf> (дата звернення: 12.05.2021).

References:

1. ChinaOfficialNewsAgency – Xinhua. Available at: <http://www.chinaview.cn> (accessed 12 May 2021).
2. A Chinain formation base. Available at: <http://www.chinatoday.com> (accessed 13 May 2021).
3. Khomutenko L.I., Tereshchenko A.S. (2017) China's current position in the context of globalization [Current position of China in the context of globalization]. *Business Inform*, vol. 12, pp. 60–71.
4. Simon D.F. (2020) China's Emerging Technological Edge: Assessing the Role of High-End Talent [China's emerging technology edge: assessing the role of high-end talent]. Cambridge; NewYork: CambridgeUniv, vol. 9, pp. 98–112.
5. WorldEconomic Outlook Database. *International Monetary Fund*. 2020. Available at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/02/weodata/weoselgr.aspx> (accessed 12 May 2021).
6. World Investment Prospects Survey. *United Nations Conferenceon Tradeand Development*. New Yorkand Geneva. 2018–2020. 85 pp.
7. Goncharuk A.Z. (2019) Ukraine-China: a difficult way to strengthen the partnership in a contradictory international environment [Ukraine-China: A Difficult Way to Strengthen Partnerships in Conflicting International Conditions]. *Ukraine-China*, vol. 1 (15), pp. 20–28.
8. Pei Changhong (2018) 40 years of experience in reforming China's economic system [40 years of experience in reforming the Chinese economic system]. *Ukraine-China*, no. 13, pp. 98–106.
9. Goncharuk A.Z., Gobova E.V., Kiktenko V.O., Koval O.A., Koshov S.A. (2016) Foreign policy audit: Ukraine – China [Foreign Policy Audit: Ukraine – China]. Discussion note. *Institute of World Politics*, pp. 61. Available at: <https://glavcom.ua/pub/pdf/49/4935/auditukrchi.pdf> (accessed 12 May 2021).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-7>**Бовкун О.А.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
*Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини*

Bovkun Olha

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing,
Management and Business Administration
Uman State Pedagogical University named after Pavlo Tychyna

АЛГОРИТМ ДІАГНОСТИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РИНКОВУ ВАРТІСТЬ БІЗНЕСУ

Бовкун О.А. Алгоритм діагностики економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери та його вплив на ринкову вартість бізнесу. У статті розглянуто функціонування підприємств агропродовольчої сфери, алгоритм діагностики економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери та його вплив на ринкову вартість бізнесу. Розкрито сутність інструментів впливу економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери на подальший сталий розвиток та фінансову рівновагу. Досліджено методи оцінки ефективності сформованої системи економічної безпеки та фінансового захисту, що потребують поглиблення показників та набувають нових цільових критеріїв за змін стратегічних інтересів бізнесу. Встановлено, що задля економічного захисту вітчизняних товаровиробників та поліпшення соціально-економічних умов розвитку агропродовольчої сфери необхідно приділити увагу інструментам, що дають змогу діагностувати соціальну складову частину економічної безпеки.

Ключові слова: економічна безпека, агропродовольча сфера, алгоритм діагностики, бізнес, ринкова вартість.

Бовкун О.А. Алгоритм диагностики экономической безопасности предприятий агропродовольственной сферы и его влияние на рыночную стоимость бизнеса. В статье рассмотрено функционирование предприятий агропродовольственной сферы, алгоритм диагностики экономической безопасности предприятий агропродовольственной сферы и его влияние на рыночную стоимость бизнеса. Раскрыта сущность инструментов влияния экономической безопасности предприятий агропродовольственной сферы на дальнейшее устойчивое развитие и финансовое равновесие. Исследованы методы оценки эффективности сформированной системы экономической безопасности и финансовой защиты, которые требуют углубления показателей и приобретают новые целевые критерии при изменениях стратегических интересов бизнеса. Установлено, что в целях экономической защиты отечественных товаропроизводителей и улучшения социально-экономических условий развития агропродовольственной сферы необходимо уделить внимание инструментам, которые позволяют диагностировать социальную составляющую экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, агропродовольственная сфера, алгоритм диагностики, бизнес, рыночная стоимость.

Bovkun Olha. Algorithm of diagnostics of economic security of agro-food enterprises and its influence on market value of business. The article considers the functioning of agro-food enterprises and the algorithm of diagnostics of economic security of agro-food enterprises and its influence on the market value of business. The essence of the tools of influence of economic security of agro-food enterprises on further sustainable development and financial balance is revealed. Methods for assessing the effectiveness of the existing system of economic security and financial protection, which require deepening of indicators and acquire new target criteria for changes in the strategic interests of business, are studied. It is established that in order to economically protect domestic producers and improve the socio-economic conditions of agro-food development. Mastering the tools of economic security of agro-food enterprises on further sustainable development and financial balance through the search for optimal

volumes, directions and structure of economic resources in general is determined by solving theoretical and methodological problems in formulating the definition of economic security, structuring its elements at different levels (national, sectoral) at the level of economic entities of the agro-food sector) and economic relations between them. Significant impact on the positive dynamics of market value of business in a period of uncertain conditions and economic transformations has the quality of innovation and investment support for enterprise development, which shapes the nature of capital management and should reconcile the diversified economic interests of agro-industrial entities, their property composition and the efficiency of directing investment flows within the industry. The core factor of rapid diagnostics is the market value of the business, which is the optimal indicator of the efficiency of the enterprise. The purpose of this article is to methodology of the national economy, agro-food enterprises should define target criteria for assessing economic security and financial security, form a system of signal indicators of threats and, depending on the specific features of their activities.

Key words: economic security, agro-food sphere, diagnostic algorithm, business, market value.

Постановка проблеми. Процеси ринкової трансформації в агропродовольчій сфері української економіки обумовлюють необхідність подолання інерції сформованого тренду ринково-трансформаційної кризи, галузева специфіка якої проявилася в катастрофічній глибині економічного спаду, його більш затяжному характері, деградації сільських територій, втраті міжгалузевих зв'язків, відсутності інвестицій, неефективних управлінських антикризових механізмів, виробничо-економічного й людського капіталу, зростаючому диспаритеті цін, вимитих оборотних активах, недієвих інструментах державної підтримки тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду в наукових дослідженнях проблемних питань управління економічною безпекою підприємств агропродовольчої сфери та алгоритму діагностики економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери та його впливу на ринкову вартість бізнесу.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є формування теоретичних засад і практичних положень щодо алгоритму діагностики економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери та його впливу на ринкову вартість бізнесу.

Вклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення плідних економічних відносин між усіма суб'єктами агропродовольчої сфери в умовах трансформації національної економіки та переходу аграрного виробництва на інноваційну модель розвитку вимагає оптимальних та дієвих зовнішніх і внутрішніх механізмів фінансово-економічної безпеки як на рівні підгалузей, так і на рівні підприємств агропродовольчої сфери.

В умовах переходу підприємств агропродовольчої сфери на інноваційну модель розвитку великого значення набуває діагностика основних показників їх діяльності, тобто їх забезпечення трудовими ресурсами, основними виробничими засобами, а також ефективність їх використання, що певною мірою характеризує інноваційний потенціал галузі.

Безперечно, одними з провідних факторів, що формує індикатори економічного захисту та безпеки підприємств агропродовольчої сфери Черкаської області, є загальні тенденції та зміни кон'юнктури агропродовольчого ринку, тому діагностику економічного стану підприємств агропродовольчої сфери неможливо провирити у відриві від оцінки загального масштабу кризових явищ та потенціалу розвитку галузі. Узагальнюючий аналіз тенденцій кон'юнктури ринку

агропродовольчої сфери Черкаської області перш за все висвітлює зовнішні загрози економічному розвитку.

Таким чином, загальну ситуацію на ринку агропродовольчої сфери Черкаської області визначають як кризову, що характеризується низьким рівнем попиту, знижується з року в рік внаслідок низького соціального становища та нікчемної платоспроможності населення.

Саме економічна безпека підприємства як комплексна система упорядкованих взаємовідносин покликана виконувати складні функції регулювання механізмів формування капіталу підприємства та ефективного його інвестування в активи за видами діяльності, досягнення стратегічних цільових фінансових показників розвитку за мінімального рівня ризиків комерційної та фінансової діяльності задля довгострокового безкризового розвитку, урахування специфіки та галузевих особливостей, сталого нарощення ринкової вартості бізнесу в майбутньому.

Стрижневими проблемами, що зупиняють вихід на світові ринки продукції агропродовольчої сфери та інноваційний розвиток галузі, є відсутність соціальної відповідальності бізнес-одиниць, недостатня якість продукції агропродовольчої сфери, частково відсутність сертифікації, невідповідність наявним канонам якості.

Як засвідчують дані табл. 1, підприємства агропродовольчої сфери Черкаської області, що було досліджено, мають досить стійкий фінансово-економічний стан, оскільки наведені показники перебувають у межах нормативного значення.

За даними дослідження спостерігається тенденція деякого погіршення фінансового стану. Так, коефіцієнт фінансової незалежності зменшився на 0,1, підвищилися коефіцієнти фінансування та фінансової залежності, які характеризують питому вагу позикових коштів у сумі власного й загального капіталу відповідно, а також знизився показник довгострокової фінансової незалежності.

Усе це свідчить про поступову втрату підприємствами агропродовольчої сфери власних економічних ресурсів та зростання залежності їх діяльності від поточних позик, що погіршує рівень захисту економічних інтересів власників бізнесу.

До діючих на практиці інструментів підтримки економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери в період розширення сезонності фактично можна віднести лише вексельне фінансування, банківське кредитування та товарні кредити. Банківське кредитування

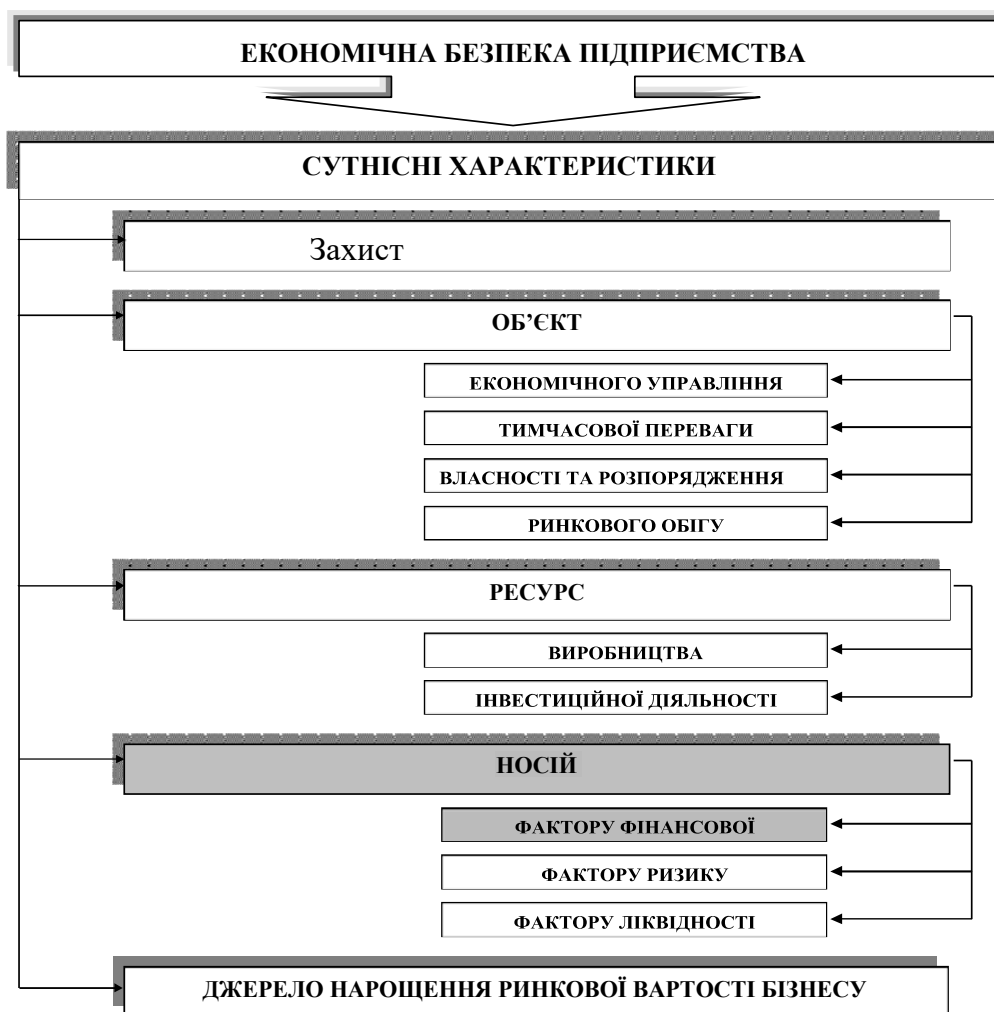


Рис. 1. Природні характеристики економічної безпеки

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Таблиця 1

Діагностика показників фінансової стійкості підприємств агропродовольчої сфери Черкаської області

Показник	Позначення	Нормативне значення	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення 2018 р. до 2016 р. (+, -)
Коефіцієнт фінансової незалежності	Кфн	$\geq 0,5$	0,8	0,8	0,7	-0,1
Коефіцієнт фінансування	К _ф	≤ 1	0,5	0,6	0,7	+0,2
Коефіцієнт фінансової залежності	Кфз	$\leq 0,5$	0,4	0,5	0,5	+0,1
Коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності	Кдфз	$\geq 0,6$	0,8	0,6	0,6	-0,2

Джерело: авторська розробка

через ситуацію, що склалася в банківському секторі, суттєво скоротилося, а також склалися підвищені ціни на залучені ресурси.

Захист інтересів інвестора в системі економічної безпеки є основною передумовою, яка спонукає формування та реалізацію захисних механізмів та інструментів управління ризиками діяльності суб'єктів агробізнесу, що має свій прояв в усуненні власних внутрішніх економічних конфліктів підприємств та потребує чітко визначеної стратегії, діагностики та забезпечення додаткових джерел їх формування.

Відомі вітчизняні вчені пов'язують цей процес на рівні підприємств із формуванням альтернативних

джерел фінансування їх операційної діяльності, що, відповідно, покращує стан їх економічного захисту; на рівні галузей аграрного виробництва та в агропродовольчій сфері із залученням інвестиційних потоків та їх ефективним використанням, що дає змогу досягти необхідного рівня продовольчої безпеки та є фактором економічного захисту.

Отже, необхідно знайти достатній рівень фінансового забезпечення в контексті економічного захисту інтересів власників бізнесу.

Динаміка рівня економічної безпеки підприємства щодо кожного показника розраховується за формулою коефіцієнта зростання (ланцюгового, базисного):

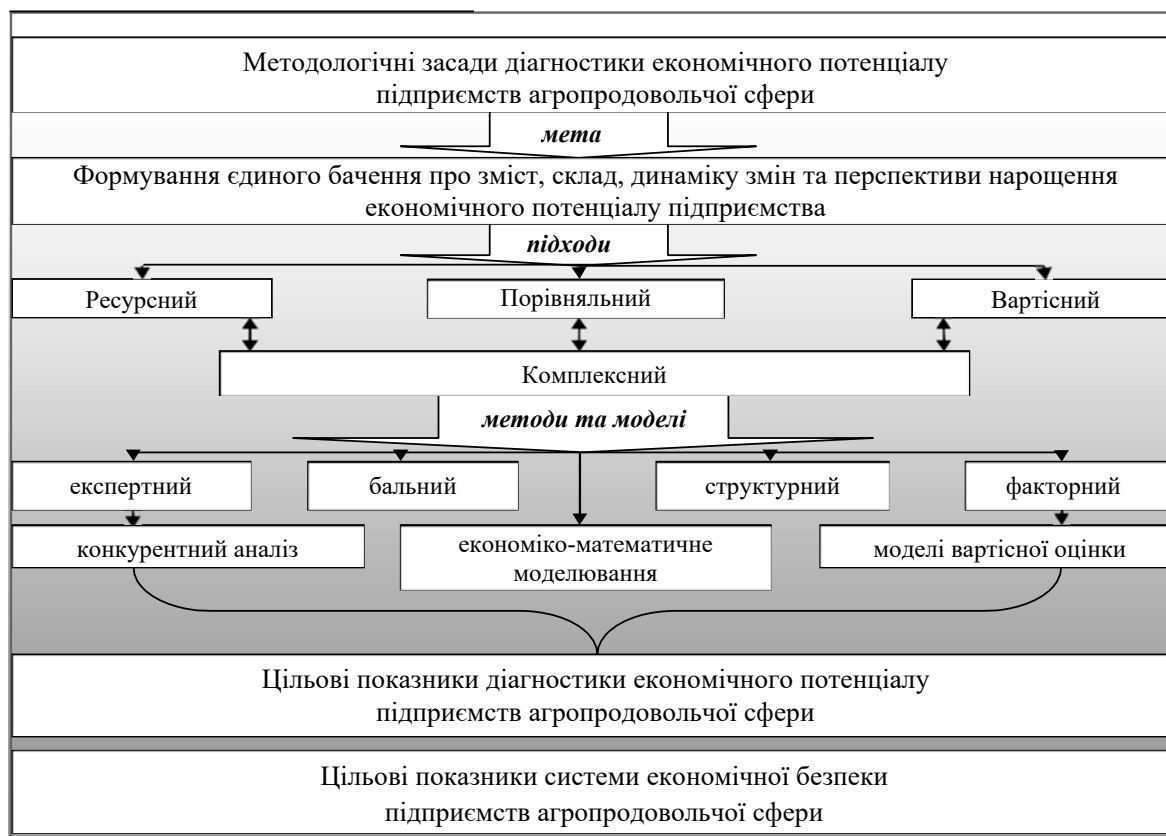


Рис. 2. Сутність методичних засад оцінки економічного потенціалу підприємств агропродовольчої сфери

Джерело: сформовано автором на основі [1]

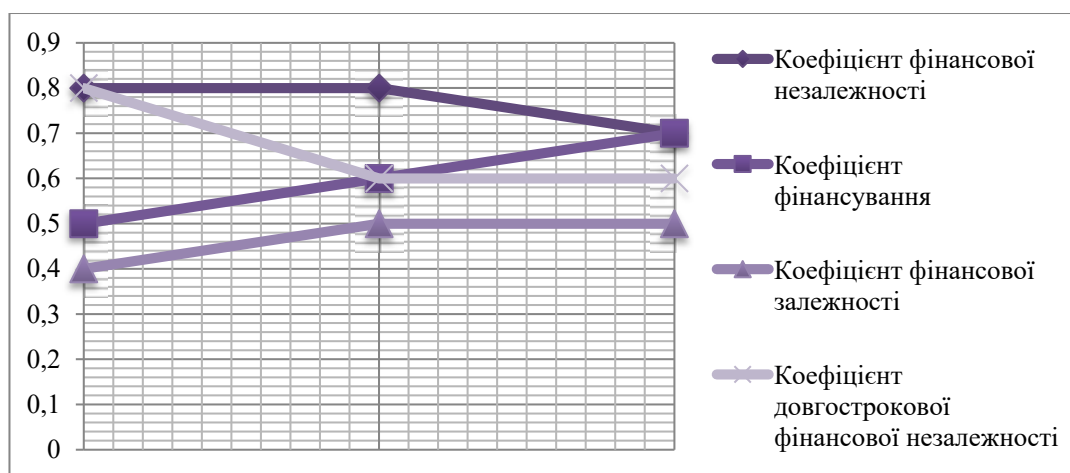


Рис. 3. Динаміка показників фінансової стійкості підприємств агропродовольчої сфери Черкаської області

Джерело: авторська розробка

$$KЗ = \frac{\Pi_i}{\Pi_i - 1(\Pi_b)}, \quad (1)$$

де Π_i – значення показника в i -му періоді; $\Pi_i - 1$ – значення показника у попередньому/базисному періоді.

Цільовим орієнтиром функціонування зазначеного алгоритму є максимізація ринкової вартості бізнесу в агропродовольчій сфері, піднесення галузі та вихід

конкурентоздатної продукції на світові ринки. Вихідною домінантою визначено стратегічні інтереси бізнесу агропродовольчої сфери, що трактується як різноманітність стратегічних завдань, характеризує їх як пріоритет його розвитку, а також віддзеркалюють характер економічних відносин бізнесу та його вимоги у перспективному та стабільному розвитку в динамічному ринковому середовищі.

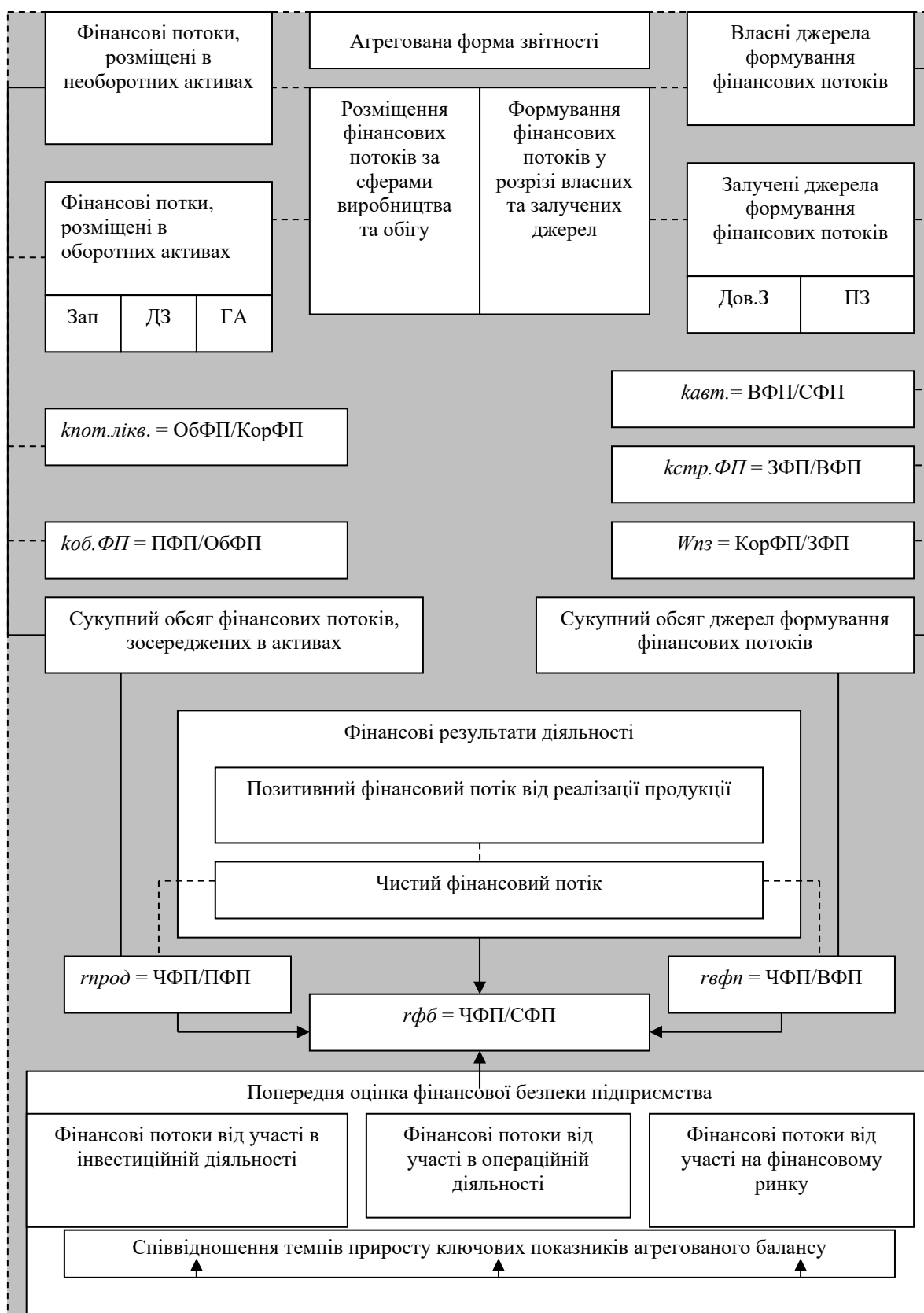


Рис. 4. Алгоритм експрес-діагностики економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери
Джерело: сформовано автором на основі [1]

Основними завданнями формування системи діагностики економічної безпеки на цьому етапі є оцінювання змін у структурі всіх джерел коштів; аналіз раціональності формування структури джерел коштів; аналіз ефективності використання капіталу; аналіз показників, що характеризують економічну стійкість підприємства та синхронізацію фінансових потоків за обсягами та у часі [2].

Висновки. Враховуючи проблеми наявних підходів до управління економічною безпекою та актуалізуючи

вплив аналогічних систем на рівень економічної стійкості досліджуваного типу підприємств, можемо сформулювати відмінний від узвичаєного на практиці підхід управління.

Апарат управління економічною безпекою репрезентує синергетичний ефект від реалізації вибраного набору інструментів, які залежать від концептуального спрямування процедури забезпечення економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери.

Список використаних джерел:

1. Хлисту́н О.А. Формування системи діагностики та управління економічною безпекою підприємств агропродовольчої сфери : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04. Харків, 2015. 23 с.
2. Чирва О.Г., Корнієнко Т.О. Фінансово-економічна безпека підприємства: стратегія та механізм управління. *Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : Інформаційно-аналітичне агентство, 2017. С. 262–266.
3. Чирва О.Г. Стратегія підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємств агропродовольчої сфери. *Економічні горизонти*. 2017. № 1 (2). С. 96–100.

References:

1. Khlystun O.A. (2015) Formuvannja systemy diagnostyky ta upravlinnja ekonomichnoju bezpekoju pidpryjemstv aghroprodovoljchoji sfery [Formation of a system of diagnostics and management of economic security of agro-food enterprises] (PhD Thesis), Kharkiv.
2. Chyrva O.G., Kornijenko T.O. (2017) Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpryjemstva: strateghija ta mekhanizm upravlinnja [Financial and economic security of the enterprise: strategy and management mechanism]. *Proceedings of the Strateghija rozvytku Ukrainy: ekonomichnyj ta ghumanitarnyj vymiry: materialy IV Mizhnarodnoji naukovo-praktychnoji konferenciji*. "Informacijno-analitychne aghentstvo".
3. Chyrva O.G. (2017) Strateghija pidvyshhennja ekonomichnoji bezpeky ta konkurentospromozhnosti pidpryjemstv aghroprodovoljchoji sfery [Strategy to increase economic security and competitiveness of agri-food enterprises]. *Ekonomichni ghoryzonty*, no. 1 (2), pp. 96–100.

УДК 631.152

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-8>**Клепанчук О.Ю.**

кандидат економічних наук,

доцент кафедри фінансового менеджменту

*Львівський національний університет імені Івана Франка***Klepanchuk Olha**

Candidate of Economic Sciences,

Senior Lecturer at the Department of Finance Management

Ivan Franko National University of Lviv

ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ

Клепанчук О.Ю. Проблеми функціонування і напрями розвитку внутрішнього ринку землі в Україні. У статті проаналізовано стан використання земель в Україні, прибутковість та рентабельність сільськогосподарства. Відзначено нестабільність, низьку інвестиційну привабливість ринку, недотримання норм раціонального землекористування, парцеляцію угідь, невідповідність критеріям екологічної сприйнятливості. Негативними наслідками мораторію на продаж землі є тіньове використання земель, значна кількість корупційних схем, лендлордизація, порушення сівозміни. З'ясовано, що агрохолдинги як бенефіціари чинної моделі ринку достатньо ефективно використовують землі, однак держава залишилась усуненою за межі ринку. Відсутність повноцінного обігу землі унеможливує ринкове ціноутворення, на ринку оренди виникають локальні монополії. Визначено необхідність лібералізації ринкового обігу та окреслено її можливі позитивні соціально-економічні наслідки.

Ключові слова: інституційне регулювання, землі сільськогосподарського призначення, консолідація земель, екологія, агрохолдинг.

Клепанчук О.Ю. Проблемы функционирования и направления развития внутреннего рынка земли в Украине. В статье проанализированы состояние использования земель в Украине, доходность и рентабельность сельского хозяйства. Отмечены нестабильность, низкая инвестиционная привлекательность рынка, несоблюдение норм рационального землепользования, парцелляция угодий, несоответствие критериям экологической благоприятности. Негативными последствиями моратория на продажу земли являются теневое использование земель, значительное количество коррупционных схем, лендлордизация, нарушение севооборота. Выяснено, что агрохолдинги как бенефициары действующей модели рынка достаточно эффективно используют земли, однако государство осталось устраненным за пределы рынка. Отсутствие полноценного оборота земли исключает рыночное ценообразование, на рынке аренды возникают локальные монополии. Определена необходимость либерализации рыночного обращения и обозначены ее возможные положительные социально-экономические последствия.

Ключевые слова: институциональное регулирование, земли сельскохозяйственного назначения, консолидация земель, экология, агрохолдинг.

Klepanchuk Olha. Problems of functioning and directions of development of the internal land market in Ukraine. The processes that occur in various areas of the land market affect the quality of development of the national economic system. Issues of volume and conditions of purchase and sale of agricultural land, pricing and rent formation for industrial land use, environmental aspects of land use are extremely important given the feasibility and timeliness of land reform, which highlights the need for clear identification of existing problems and outline possible directions for development, land relations. The article analyzes the state of land use in Ukraine, profitability and profitability of agriculture. Instability, low investment attractiveness of the market, non-compliance with the norms of rational land use, land parceling, non-compliance with the criteria of environmental friendliness were noted. The negative consequences of the moratorium on land sales are the shadow use of land, a significant number of corruption schemes, land lordization, crop rotation violations. It was found that agricultural holdings, as beneficiaries of the current market model, use land quite efficiently, but the state remained excluded from the market. Lack of full circulation of land makes market pricing impossible, local monopolies appear on the rental market. The issue of creating a mortgage land bank for long-term lending secured by land remains unresolved. Among the problem areas are the improper functioning of the state land cadaster, gaps in land inventory and identification of market objects. Institutional regulation requires the determination of the boundaries of settlements, reserve lands and land massifs in the area, the definition of landowners and land users of land plots and their founders. The need for liberalization of market circulation is identified and its possible positive socio-economic consequences are outlined. Further scientific research is proposed to be aimed at solving the problem of developing a regulatory framework for the functioning of the internal land market, capable of providing equal rights and opportunities for all its participants.

Key words: institutional regulation, agricultural lands, land consolidation, ecology, agro holding.

Постановка проблеми. В сучасному світі землі сільськогосподарського призначення можна вважати одним з найцінніших ресурсів України. Процеси, які виникають у різних сферах функціонування ринку землі, впливають на якість розвитку національної економічної системи. Питання обсягів та умов купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення, процесів ціноутворення та формування орендної плати за промислове використання земель, екологічні аспекти землекористування є надзвичайно важливими з огляду на доцільність і своєчасність проведення земельної реформи. Це актуалізує необхідність чіткої ідентифікації наявних проблем та окреслення можливих напрямів розвитку земельних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками проблеми розвитку ринку землі в Україні було присвячено низку високоінформативних наукових публікацій. В. Бондаренко та інші науковці [2] диференціювали принципи землекористування, які можуть стати підґрунтям ефективної системи управління земельними ресурсами в умовах ринкових земельних відносин. Фінансово-економічні та суспільно-політичні аспекти реформування ринку землі в Україні докладно описані в роботі І. Гонака [5], який розглянув ризики запуску ринку землі в умовах недосконалого законодавства. Водночас суперечливим є висновок автора про необхідність надзвичайно високого (близько 5 тис. євро за гектар) оподаткування земельних трансакцій на ринку як запобіжника земельних спекуляцій. Економічні засади становлення ринку землі та регулювання порядку набуття й відчуження прав на земельні ділянки досліджували Л. Новаковський та А. Мартин [8], які запропонували замінити процедуру безоплатної приватизації земельних ділянок державної та комунальної власності іншими формами соціального захисту. У дослідженні О. Тупальської увагу акцентовано на екологічних проблемах розвитку ринку землі [11], що однозначно слід враховувати під час розроблення законодавчих ініціатив щодо його лібералізації. Водночас, попри високу якість досліджень і значимість їх висновків, більшість наукових доробок має вузькоспеціалізовану спрямованість, що не дає змогу відобразити повномасштабну картину проблем та можливостей розвитку внутрішнього ринку землі в Україні.

Формулювання завдання дослідження. Завданням дослідження є виявлення негативних аспектів і проблемних зон функціонування внутрішнього ринку землі в Україні та виявлення невирішених питань його розвитку, які потребують інституційного регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний стан ринку землі в Україні свідчить про його розвиток за екстенсивним типом, який передбачає розвиток внутрішніх ринків лише за рахунок факторів основних фондів, робочої сили й ресурсних витрат [2]. Україна має найбільшу в Європі кількість орних земель, а саме 33 млн. га, однак у 2020 р. понад 15,5% з них взагалі не використовувались у сільському господарстві. Водночас упродовж 2015–2020 рр. лише у трьох областях України відбулось незначне скорочення посівних площ (у Вінницькій обл. на 0,6%, у Закарпатській – на 2,1%, в Одеській – на 11,7%), натомість більшість регіонів України достатньо активно освоює нові площі для вирощування сільськогосподарських культур (лідером

є Житомирська область, у якій приріст посівних площ склав 41,5%) [6].

Попри зростання за 2015–2020 рр. чистого поточного прибутку у сільському господарстві України майже на 80%, ретельний аналіз економічних рахунків виробництва та утворення доходу в галузі свідчать про незначне падіння рівня показників випуску сільськогосподарського продукту у 2020 р. та суттєве зниження (на 16,6%) прибутковості галузі (табл. 1).

Україна має високородючі ґрунти та стратегічне розташування з доступом до ринків Європи, Близького Сходу, Північної Африки та Азії, однак висока частка витрат у виробництві сільськогосподарської продукції приводить до надзвичайно низької його рентабельності (рис. 1).

Середня рентабельність сільськогосподарського виробництва по Україні у 2019 р. становила 14,5% [6]. Найвищий показник рентабельності спостерігався у Житомирській області (27%), найгірше значення показала Закарпатська область (збитковість становила 2,7%) за рахунок неефективного розподілу сільськогосподарської землі під виробництво культур, зокрема рівень збитковості вирощування ячменю становив 28,3%, культур овочевих відкритого ґрунту – 1,8%, виноградарства – 4,2%, культур ягідних – 5,1%, виробництва молока сирого від усіх видів тварин – 27,4%. Рівень продуктивності сільського господарства в Україні є недостатнім порівняно з іншими європейськими країнами. Додана вартість ведення сільського господарства в Україні з розрахунку на один гектар у 2019 р. становила 440 дол. США порівняно з 1 100 дол. США у Польщі, 1 400 дол. США у Бразилії, 1 700 дол. США у Німеччині, 2 450 дол. США у Франції [12].

Ринок землі функціонує в умовах нестабільного землекористування, зумовлених низькою інвестиційною привабливістю, недотримання норм раціонального землекористування, загальної парцеляції угідь, надзвичайно високої частки розораності (в середньому за регіонами розораність складає 80%, що не відповідає критеріям екологічної сприятливості [12]). Відповідно, щороку в Україні збільшується кількість екологічно ризикованих земель (понад 11 млн. га, або 30,7% загальної площі у 2019 р.). Це свідчить про невиконання повною мірою вимог законодавства щодо охорони земель [4], зокрема недотримання науково обґрунтованої системи сівозміни, неефективне використання добрив, перенасичення ґрунтовиснажливими культурами.

Тільки у 2018 р. через мораторій на продаж землі сільськогосподарського призначення Україна недоотримала понад 22,5 млрд. дол. США ВВП (близько 17%) [11]. Негативними наслідками мораторію стали тіньове використання земель, значна кількість корупційних схем у земельній сфері, відсутність конкуренції. Негативні тенденції лише загострилися із прийняттям у 2015 р. законодавчих ініціатив, які дали змогу передавати землі особистих селянських господарств в оренду агрохолдингам і, скасувавши еколого-економічні обґрунтування сівозмін, встановили семирічний мінімальний термін такої оренди. Це обумовило появу феномена лендлордизації та перенасичення сівозміни олійними культурами, частка яких в окремих областях сягала 40% посівних площ [7].

Мораторій на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення унеможливив залучення

Таблиця 1

Економічні рахунки сільського господарства України у 2015–2020 рр. (у фактичних цінах, млн. грн.)

Види/групи продукції/діяльності	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2020/2015 рр., %
Рослинництво, всього	262 390	397 619	487 127	522 635	629 226	623 951	237,8
Зернові культури	107 216	163 856	214 155	226 918	296 578	288 400	269,0
Технічні культури	71 351	131 191	170 627	173 845	207 752	189 748	265,9
Кормові культури	5 980	7 268	8 015	8 562	9 735	9 087	152,0
Овочеві культури	22 147	33 917	31 883	33 446	35 700	45 428	205,1
Картопля	41 615	41 095	41 862	53 515	53 252	63 698	153,1
Плоди, ягоди, виноград	12 814	18 390	18 262	23 741	23 547	24 769	193,3
Інші продукти рослинництва	1 267	1 902	2 323	2 608	2 662	2 821	222,7
Тваринництво, всього	98 703	134 638	138 458	172 260	200 935	200 990	203,6
Вирощування тварин	48 255	69 056	70 527	87 933	106 005	108 451	224,7
Продукти тваринництва	50 448	65 582	67 931	84 327	94 930	92 539	183,4
Сільськогосподарські продукти	361 093	532 257	625 585	694 895	830 161	824 941	228,5
Сільськогосподарські послуги	7 359	8 256	8 455	8 998	12 764	13 097	178,0
Випуск сільськогосподарської галузі	371 189	544 206	637 791	707 792	847 587	842 767	227,0
Проміжне споживання	214 804	311 838	367 396	414 115	499 916	498 519	232,1
Валова додана вартість	156 385	232 368	270 395	293 677	347 671	344 248	220,1
Споживання основного капіталу	9 981	14 010	16 315	23 162	29 369	30 129,3	301,9
Чиста додана вартість	146 404	218 358	254 080	270 515	318 302	314 118,7	214,6
Оплата праці робітників	30 461	34 038	39 731	52 810	71 483	107 874,3	354,1
Податки на виробництво	1 596	3 078	1 934	2 677	2 862	3 068,7	192,3
Субсидії на виробництво	279	1 732	1 676	5 841	3 051	2 816,2	1009,4
Чистий поточний прибуток	114 626	182 974	214 091	220 869	247 008	205 991,9	179,7

Джерело: розраховано за даними джерела [6]

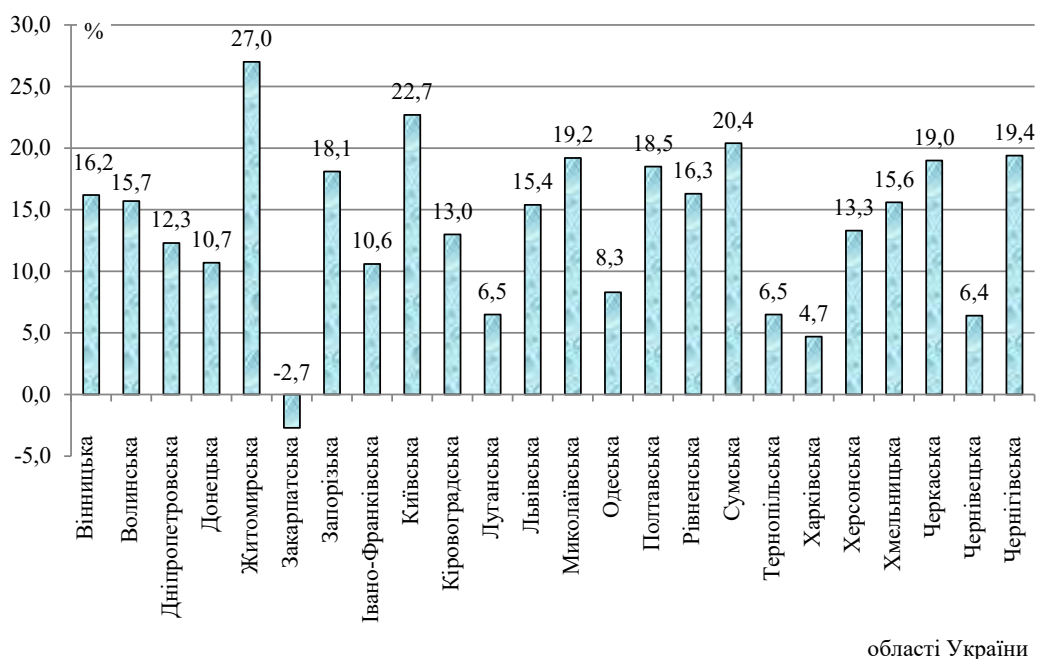


Рис. 1. Рівень рентабельності виробництва продукції сільського господарства в усіх фермерських господарствах за регіонами у 2019 р.

Джерело: розраховано за даними джерела [6]

додаткових фінансових ресурсів в агропромисловий комплекс шляхом іпотечного кредитування [1]. Водночас підприємства сільського господарства відчувають нестачу фінансових ресурсів для забезпечення виробничої діяльності й нарощування обсягів виробництва.

Основними бенефіціарами чинної моделі ринку сільськогосподарської землі в Україні стали агрохолдинги (табл. 2), які отримали можливість використовувати дешеві земельні ресурси, меншою мірою – фермери. Натомість порушені права понад 6,7 млн. власників

**Рейтинг агрохолдингів України
щодо розміру земельного банку у 2020 р.**

Рейтингова позиція	Назва компанії	Земельний банк, тис. га	Динаміка земельного банку за рік
1	Kernel Holding	558	↓
2	Миронівський хлібопродукт	368	↓
3	NCH (Агропросперис)	360	↓
4	UkrLandFarming	358	↓
5	Астарта	209	↓
6	Котінентал Фармерз Груп	195	↓
7	Епіцентр Агро	160	↑
8	HarvEast	123	↓
9	ІМК	121	↓
10	Укрпромінвест-Агро	116,5	↓
11	Агрофірма Світанок	90	↑
12	Нібулон	82	↑
13	ТАС Агро	82	↓
14	LNZ Group	79,9	↑
15	АгроВіста	74,8	↑
16	Агротрейд	70	↓
17	Ristone Holdings	65,8	↓
18	Західний Буг	64,7	↑
19	Панда	59	↓
20	Vitargo	55	↓

Джерело: систематизовано за даними джерела [9]

земельних наділів, які не можуть повноцінно розпорядитись власністю і не одержують адекватної винагороди за її використання третіми особами.

Говорячи про найбільших землевласників в Україні, зазначимо, що загалом вони ефективно використовують сільськогосподарські землі. Так, консолідований дохід групи компаній «Кернел Холдинг» у 2020 р. збільшився на 29%, а саме до 1 327 млн. дол., переважно через зростання експортних цін та обсягів зерна й соняшникової олії. На частку компанії припадає близько 8% світового виробництва соняшникової олії, найвідомішими торговими марками є «Щедрий дар», «Стожар», «Чумак», «Qlio», «Маринадо», «Blanc», «Kernel», «Premi». Продукцію постачають у більш ніж 60 країн світу. Переробні потужності складають 3 млн. тон насіння соняшнику на рік, що дає змогу отримати 1,3 млн. тон соняшникової олії і близько 1,2 млн. тон соняшникового шроту. Валовий прибуток у 2020 р. становив 443 млн. дол. США. «Миронівський хлібопродукт» спеціалізується на виробництві курятини та вирощуванні зернових, а також веде іншу аграрну діяльність (виробництво м'ясо-ковбасних виробів і м'ясних виробів, готових до вживання). Продукція компанії представлена на ринку торговими марками «Наша Ряба», «Сертифікований Ангус», «Фуа Гра», «Легко!», «Башинський», «Дружба Народів», «Європродукт». У 2020 р. фінансові показники компанії незначно погіршились відносно попереднього року, а саме валовий дохід становив 910 млн. дол. США (на 13,2% нижче відповідного показника 2019 р.). «NCH» («Агропросперис») представляє на внутрішньому ринку України лінійку засобів захисту рослин, запроваджену за програмою прямого імпорту для влас-

них агропідприємств, а також для реалізації національного агропромислового виробництва.

Найбільша кількість агрохолдингів функціонує у Київській (32), Чернігівській (28) і Полтавській (26) областях. Водночас держава залишилась практично усуненою за межі земельного ринку, не одержуючи податків від земельних операцій і не маючи можливості забезпечити розвиток сільських територій, залучаючи інвесторів в необхідні сектори. Аналіз даних Держгеокадастру свідчить про те, що у 2020 р. державою було продано лише 3 148 земельних ділянок загальною площею 2 076,19 га і загальною оціночною вартістю 1 520,6 млн. грн. [10]. Найбільша кількість ділянок (1 518, або 48,2% їх загальної кількості) була продана для будівництва та обслуговування будівель торгівлі. Їх загальна площа становила 170,75 га (8,2% загальної площі проданих ділянок), а вартість – 453 млн. грн. (29,8% загальної вартості всіх ділянок). Таким чином, середня вартість 1 га, реалізованого для будівництва та обслуговування будівель торгівлі, становила 2,65 млн. грн., тоді як середня вартість 1 га всіх проданих на ринку у 2020 р. ділянок складала 0,73 млн. грн. Найбільша середня вартість 1 га площі проданої ділянки була для будівництва та обслуговування багатоквартирного житлового будинку з об'єктами торгово-розважальної та ринкової інфраструктури (27,68 млн. грн.), таких ділянок у 2020 р. було реалізовано лише 3 загальною площею 0,29 га. Щодо площі реалізованих на внутрішньому ринку земельних ділянок, то найбільше їх було продано для ведення товарного сільськогосподарського виробництва (35 ділянок, середня вартість 1 га становила 2 тис. грн.).

Значна частка земельних ділянок на внутрішньому ринку надається в оренду їх власниками, оскільки інших дієвих інструментів для розпорядження цим активом ринок сьогодні не передбачає (табл. 3).

Відсутність повноцінного обігу земель унеможливує ринкове ціноутворення, на ринку оренди виникають локальні монополії, що гальмує розвиток ринкових орендних відносин. В структурі земельних відносин переважають практики короткострокової оренди (у 2015–2019 рр. лише 14,8% договорів оренди укладалось на термін більше 10 років, натомість 11,3% договорів охоплювали часовий проміжок 1–3 роки, 39,4% – 4–5 років, 34,5% – 6–10 років) [10]. Крім того, в результаті практики розпаювання на перших етапах незалежності України на ринку землі сформовано переважно незначні за площею ділянки (середній розмір становив 4,2 га). Водночас досвід продажу ділянок на земельних аукціонах засвідчив ефективність їх продажу на конкурентних засадах як щодо формування цін, так і стосовно надходжень до державного та місцевих бюджетів. Середня вартість оренди у 2020 р. зросла на 23% порівняно з попереднім роком, становлячи 3 431,5 грн. за 1 га, що пояснюється інтенсифікацією проведення земельних аукціонів та зростанням їх ефективності. Найвища орендна плата за

земельні ділянки зафіксована у Хмельницькій області (7 780,9 грн. за 1 га), найнижча (1 637,8 грн. за 1 га землі) – у Донецькій області.

Запобігання монополізації може досягатись за допомогою обмеження прав на набуття у власність сільськогосподарських земель одним суб'єктом та пов'язаним з ним особам. Однак наслідком значної парцеляції землеволодіння є неспроможність більшості дрібних власників землі компенсувати витрати на засоби хімічного захисту, впровадження новітньої техніки та сучасних агротехнологій. Це перешкоджає залученню інвестицій, ускладнює процеси автоматизації сільськогосподарського виробництва, перешкоджає розвитку інфраструктури, збільшує собівартість продукції і знижує конкурентоспроможність її виробників.

Отож, назріла об'єктивна необхідність лібералізації ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення для забезпечення конституційних прав громадян України на вільне розпорядження своєю власністю, створення прозорих умов функціонування ринку. Чинне з липня 2021 р. законодавство про ринок землі [3] визначає особливості правового регулювання обігу земельних ділянок сільськогосподарського призначення на основі ринкових механізмів переходу прав на них. Зокрема, скасовується заборона на від-

Таблиця 3

Продаж прав оренди на ділянки земель сільськогосподарського призначення на внутрішньому ринку України у 2020 р.

Область	Продано лотів на відкритих торгах		Стартовий розмір річної орендної плати	Розмір річної орендної плати за результатами торгів	
	кількість	площа, га	тис. грн.	тис. грн.	% нормативної грошової оцінки
Вінницька	129	1 276,69	3 770,61	8 577,97	27,30
Волинська	240	4 857,09	3 377,93	7 848,03	18,59
Дніпропетровська	95	1 741,58	1 573,55	4 883,38	24,83
Донецька	116	2 106,23	2 622,37	3 740,20	11,64
Житомирська	54	1 256,83	1 514,88	5 368,77	28,35
Закарпатська	49	778,29	901,37	1 083,79	9,62
Запорізька	25	650,66	682,45	1 459,82	17,11
Івано-Франківська	122	1 301,16	2 319,58	4 781,40	24,69
Київська	75	1 093,16	1 117,97	4 248,46	30,40
Кіровоградська	202	3 373,21	6 807,03	22 623,92	26,59
Луганська	75	1 592,64	2 531,29	4 692,96	14,83
Львівська	195	2 711,88	2 418,33	9 783,06	32,40
Миколаївська	196	4 322,79	4 824,87	16 722,74	27,73
Одеська	467	9 804,13	19 381,77	34 756,42	14,35
Полтавська	155	2 749,27	4 753,81	18 370,69	36,94
Рівненська	123	2 134,27	1 101,28	2 933,89	21,31
Сумська	141	2 950,87	2 177,81	8 409,31	30,89
Тернопільська	311	2 989,70	3 027,96	9 497,91	25,09
Харківська	76	1 025,62	1 890,99	3 589,83	15,19
Херсонська	141	6 930,67	5 292,83	11 549,35	17,46
Хмельницька	69	1 138,45	2 007,48	5 529,92	22,04
Черкаська	169	1 609,18	2 946,73	8 011,91	21,75
Чернівецька	50	433,18	723,56	1 336,42	14,78
Чернігівська	103	2 745,07	4 299,35	11 488,28	26,72
Всього	3378	61 572,62	82 065,81	211 288,41	21,58

Джерело: сформовано на основі джерела [10]

чуження земель сільськогосподарського призначення усіх форм власності, визначається суб'єктний склад осіб, які можуть набувати право власності, встановлюється мінімальна стартова ціна продажу ділянок державної та комунальної власності на земельних торгах, не допускається набуття у власність громадянина та юридичної особи більше 35% сільськогосподарських земель об'єднаної громади, 15% земель області та 0,5% земель України. Інституційно оформлені правила на внутрішньому ринку землі забезпечують переважне право орендаря на купівлю земельної ділянки та право громадян на викуп земельних ділянок, які їм належать на правах постійного користування та довічного успадкованого володіння.

Реалізація цієї законодавчої ініціативи матиме позитивні соціально-економічні наслідки, забезпечуючи право приватної власності на земельні ділянки громадянами України, прозорість операцій із землею, об'єктивне ринкове ціноутворення та зростання капіталізації землі. Зростуть також інвестиційні можливості аграрного сектору, зокрема, шляхом розвитку іпотечного кредитування під заставу земель. Раціональний перерозподіл земель забезпечить оптимізацію їх використання, що сприятиме підвищенню соціально-економічного благополуччя громадян і створенню економічно активного середнього класу.

Висновки. Ефективний розвиток ринку землі в Україні є питанням стратегічної важливості, від реалізації якого залежить соціально-економічна динаміка земельних відносин, успішність функціонування агропромислового комплексу і внутрішнього ринку загалом. Попри закріплені у Земельному кодексі України

гарантії реалізації права власності на землю, заборона відчуження земель сільськогосподарського призначення обмежувала конституційні права власників угідь. Відсутність вільного обігу землі спричинила низку негативних наслідків, зокрема її тіньове використання, корупцію у сфері земельних відносин, відсутність конкуренції, недосконалість ціноутворення щодо орендної плати за землю, недоотримання надходжень у місцеві бюджети, відсутність іпотечного кредитування під заставу земель. Консолідація земель забезпечить належні для ефективного використання площі угідь шляхом злиття земельних ділянок. Не вирішеним сьогодні залишається питання створення іпотечного земельного банку, який би забезпечував належні умови для довгострокового кредитування під заставу земельних ділянок. Серед проблемних зон варто виділити неналежне функціонування державного земельного кадастру, прогалини в інвентаризації земель та ідентифікації об'єктів ринку. Інституційного регулювання потребують питання визначення меж населених пунктів, земель запасу і земельних масивів у місцевості, визначення землевласників і землекористувачів земельних ділянок, а також їхніх засновників. Найбільш оптимальним способом розв'язання проблем є запровадження гнучкого та ефективного державного регулювання обігу земель сільськогосподарського призначення з одночасною мінімізацією його потенційно негативних соціально-економічних наслідків. Подальші наукові розвідки варто спрямувати на вирішення проблеми напрацювання нормативної бази функціонування внутрішнього ринку землі, здатної забезпечити рівні права й можливості для всіх його учасників.

Список використаних джерел:

1. Андреева В. Ринок земель сільськогосподарського призначення як інструмент залучення інвестицій. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 1 (57). С. 140–146.
2. Бондаренко В., Бондаренко Л., Соколюк К. Формування ринкової системи управління земельними ресурсами. *Збірник наукових праць ЧДТУ*. 2019. Вип. 53. С. 14–22.
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення : Закон України від 31 березня 2020 р. № 552-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text>.
4. Про охорону земель : Закон України № 962-IV, поточна редакція від 17 березня 2021 р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-15#Text>.
5. Гонак І. Реформування ринку землі в Україні: фінансово-економічні та суспільно-політичні аспекти. *Інноваційна економіка*. 2020. № 1–2. С. 51–58.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Добряк Д., Мартин А. Теоретичні засади функціонування ринку земель як складової суспільно-економічних відносин. *Землеустрій і кадастр*. 2010. № 4. С. 3–8.
8. Новаковський Л., Мартин А. Запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення: потрібні відповідальні та зважені рішення. *Вісник аграрної науки*. 2019. № 97 (9). С. 5–11.
9. Agricultural Consulting Service : Офіційний сайт. 2021. URL: <https://farming.org.ua/Agricultural%20Consulting%20Service.html>.
10. Офіційний сайт Держгеокадастру України. 2021. URL: <https://land.gov.ua>.
11. Тупальська О. Земля на межі. Вчені НААН про проблеми якості ґрунтів. 2019. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/358-zemlya-na-meji-vcheni-naan--pro-4-problemi-yakosti-gruntiv>.
12. Спеціальна доповідь на тему «Відкриття ринку землі для зростання сільського господарства» / The World Bank. URL: <http://pubdocs.worldbank.org/en/395991574161086077/Ukraine-special-focus-note-Fall-2019-uk.pdf>.

References:

1. Andrieva V. (2020) Rynok zemel silskohospodarskoho pryznachennia yak instrument zaluchennia investytsii [The market of agricultural lands as a tool to attract investment]. *Academic Notes of KROK University*, no. 1 (57), pp. 140–146.
2. Bondarenko V., Bondarenko L., Sokoliuk K. (2019) Formuvannia rynkovoї systemy upravlinnia zemelnymy resursamy [Formation of a market system of land resources management]. *Collection of scientific works of ChSTU*, vol. 53, pp. 14–22.

3. Verkhovna Rada Ukrainy (2020) Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo umov obihu zemel silskohospodarskoho pryznachennia: Zakon Ukrainy no. 552-IX [On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine Concerning the Conditions of Circulation of Agricultural Lands: Law of Ukraine no. 552-IX]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/552-20#Text> (accessed 21 July 2021).
4. Verkhovna Rada Ukrainy (2021). Pro okhoronu zemel: Zakon Ukrainy no. 962-IV [On land protection: Law of Ukraine no. 962-IV]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/962-15#Text> (accessed 21 July 2021).
5. Honak I. (2020) Reformuvannia rynku zemli v Ukraini: finansovo-ekonomichni ta suspilno-politychni aspekty [Land market reform in Ukraine: financial, economic and socio-political aspects]. *Innovative Economics*, no. 1–2, pp. 51–58.
6. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 21 July 2021).
7. Dobriak D., Martyn A. (2010) Teoretychni zasady funktsionuvannia rynku zemel yak skladovoi suspilno-ekonomichnykh vidnosyn [Theoretical principles of land market functioning as a component of socio-economic relations]. *Land Management and Cadastre*, no. 4, pp. 3–8.
8. Novakovskiy L., Martyn A. (2019). Zaprovdzhennia rynku zemel silskohospodarskoho pryznachennia: potribni vidpovidalni ta zvazheni rishennia [Introduction of the market of agricultural lands: responsible and considered decisions are required]. *Bulletin of Agrarian Science*, vol. 97 (9), pp. 5–11.
9. Official site of Agricultural Consulting Service. 2021. Available at: <https://farming.org.ua/Agricultural%20Consulting%20Service.html> (accessed 21 July 2021).
10. Official site of the State Geocadastre of Ukraine. 2021. Available at: <https://land.gov.ua> (accessed 21 July 2021).
11. Tupalska O. (2019) Zemlia na mezhi. Vcheni NAAN pro problemy yakosti gruntiv [The land on the border. NAAS scientists on soil quality problems]. Available at: <https://agropolit.com/spetsproekty/358-zemlya-na-meji-vcheni-naan--pro-4-problemi-yakosti-gruntiv> (accessed 21 July 2021).
12. The World Bank. Spetsialna dopovid na temu: Vidkryttia rynku zemli dlia zrostannia silskoho hospodarstva [Special report on the topic: Opening the land market for agricultural growth]. Available at: <http://pubdocs.worldbank.org/en/395991574161086077/Ukraine-special-focus-note-Fall-2019-uk.pdf> (accessed 21 July 2021).

Лункіна Т.І.

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Миколаївський національний аграрний університет

Lunkina Tetiana

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Finance, Banking and Insurance Department
Mykolayiv National Agrarian University

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ФОРМИ ПРОЯВУ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Лункіна Т.І. Розвиток соціальної інфраструктури як форми прояву локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки. У статті наведено основні аспекти щодо розвитку соціальної інфраструктури як форми прояву локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки. Обґрунтовано та узагальнено основні інструменти розвитку соціальної інфраструктури у межах локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки; проведено аналіз та прогноз основних чинників, що гальмують розвиток економіки України. Доведено, що на місцевому рівні локальна соціальна відповідальність впливає на структурні компоненти соціальної інфраструктури з огляду на позитивні зміни, що пов'язані з децентралізацією влади, які виступають додатковим джерелом отримання коштів. Запропоновано на місцевому рівні створення фонду розвитку соціальної сільської інфраструктури, від запровадження якого буде отримано позитивні наслідки на всіх рівнях ієрархії. Так, на міжнародному рівні отримується можливість меншого залучення кредитних ресурсів, а на національному рівні зменшується залежність від бюджетних коштів та асигнацій.

Ключові слова: соціальна інфраструктура, локальна соціальна відповідальність, аграрний сектор, аграрні підприємства, соціально-економічний розвиток.

Лункина Т.И. Развитие социальной инфраструктуры как формы проявления локальной социальной ответственности в аграрном секторе экономики. В статье приведены основные аспекты по развитию социальной инфраструктуры как формы проявления локальной социальной ответственности в аграрном секторе экономики. Обоснованы и обобщены основные инструменты развития социальной инфраструктуры в пределах локальной социальной ответственности в аграрном секторе экономики; проведены анализ и прогноз основных факторов, которые тормозят развитие экономики Украины. Доказано, что на местном уровне локальная социальная ответственность влияет на структурные компоненты социальной инфраструктуры с учетом положительных изменений, связанных с децентрализацией власти, которые выступают дополнительным источником получения средств. Предложено на местном уровне создание фонда развития социальной сельской инфраструктуры, от внедрения которого будут получены положительные последствия на всех уровнях иерархии. Так, на международном уровне получается возможность меньшего привлечения кредитных ресурсов, а на национальном уровне уменьшается зависимость от бюджетных средств и ассигнаций.

Ключевые слова: социальная инфраструктура, локальная социальная ответственность, аграрный сектор, аграрные предприятия, социально-экономическое развитие.

Lunkina Tetiana. Development of social infrastructure as a form local social responsibility manifestation in the agrarian sector of the economy. The article presents the main aspects of social infrastructure development as a form of local social responsibility in the agrarian sector of the economy. The main tools of social infrastructure development within the framework of local social responsibility in the agrarian sector of the economy are substantiated and generalized. The forecast of the main factors hindering the development of Ukrainian economy was analyzed. It was proved that at the national level local social responsibility affects the structural components of social infrastructure. The positive changes associated with the power decentralization, which are able to become an additional source of funding, were discussed. It was found that the key aspect of rural social infrastructure effective development is the comprehensive coordination of all management spheres and all levels of territorial authorities. The hierarchy of social infrastructure development is given. It consists of three levels. Each level is regulated by relevant documents and norms. It is proved that the efficiency of social infrastructure development depends on a harmonious combination and coordination between each level of functioning. Thus, if at least one of the levels is not observed, the integrity of this hierarchy is violated. The influence of basic living conditions on the development of social infrastructure is substantiated, because the level of rural population well-being depends on how

agricultural enterprises will be developed. According to the World Data Center, it has been found that in Ukraine there are factors that hinder social and economic development. It is proposed to create a fund of the social and rural infrastructure development at the local level. Its implementation will have positive consequences at all levels of the hierarchy. The formation of a local fund for rural infrastructure development is provided through direct forms of participation of agricultural enterprises in the development of social infrastructure, namely: public-private partnership (social partnership), social entrepreneurship, social projects, venture financing and more. The sources of this fund can be definitely interesting in the field of taxes and fees paid by agricultural enterprises. Besides it can be meaningful in the sphere of concessions and fines for environmental pollution, charitable contributions, social investments etc.

Key words: social infrastructure, local social responsibility, agrarian sector, agricultural enterprises, social and economic development.

Постановка проблеми. У науковій літературі соціальну інфраструктуру виокремлено в окрему підсистему господарського комплексу як загальні умови процесу суспільного відтворення, від ступеня розвитку яких залежать рівень та добробут населення й держави загалом. Якщо раніше соціальна інфраструктура відіграла другорядну роль щодо базових галузей сфери матеріального виробництва, то сьогодні вона є ключовою сферою розвитку суспільства. Роль соціальної інфраструктури зростає, і це пояснюється суспільним відтворенням, появою нових видів обслуговування, переорієнтацією людських цінностей у суспільстві. Від розвиненості соціальної інфраструктури залежать умови життя та побуту населення, праці та відпочинку, культурно-освітнього та професійно-кваліфікаційного рівня працівників. Локальна соціальна відповідальність відіграє велику роль у розвитку соціальної інфраструктури, оскільки може виступати додатковим джерелом її фінансування, тому є необхідність дослідження ролі та впливу локальної соціальної відповідальності на розвиток соціальної інфраструктури як одного з ефективних напрямів її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальну інфраструктуру та її розвиток досліджували як іноземні, так і вітчизняні науковці, зокрема Т.С. Велієв [1], Х.І. Ганієв [2], С.П. Кучин [3], О.В. Перепелюкова [4], Н.Г. Пігуль [5], А. Latham, J. Layton [6]. Однак зазначена тематика досліджується в контексті особливостей розвитку соціальної інфраструктури, її ролі та значення, тому не вирішеною раніше частиною загальної проблеми вважаємо необхідність наукового пошуку щодо впливу локальної соціальної відповідальності на формування соціальної інфраструктури саме в аграрному секторі.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження розвитку соціальної інфраструктури як форми прояву локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки; вивчення та узагальнення основних інструментів розвитку соціальної інфраструктури в межах локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки; аналіз та прогнозування основних чинників, що гальмують розвиток економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У межах дослідження дотримуємося поділу соціальної інфраструктури в аграрному секторі на матеріально-побутову (ЖКГ, побутове обслуговування, транспорт, зв'язок тощо) та соціальну-культурну (соціалізація освіти, соціальна культура, охорона здоров'я, «зелений туризм» тощо) (рис. 1).

Історично склалося так, що значна роль у формуванні соціальної інфраструктури відіграла державна та регіональна економічна політика, оскільки цей процес характеризується високою капіталомісткістю та потребує значних витрат. Останніми роками держава майже усунулась від фінансування сільської соціальної інфраструктури з причини нестачі коштів у Державному бюджеті.

Отже, на нашу думку, до розв'язання проблем розвитку соціальної інфраструктури повинен долучитися бізнес, у тому числі аграрний, включивши розбудову сільської соціальної інфраструктури до заходів локальної соціальної відповідальності.

Повноцінна реалізація інструментів соціальної інфраструктури вимагає достатнього обсягу фінансових ресурсів для забезпечення її ефективного функціонування. Основними формами фінансового забезпечення соціальної інфраструктури виступають бюджетні та позабюджетні фонди фінансових ресурсів.

Аграрні підприємства для зменшення навантаження на Державний та місцеві бюджети у розрізі локальної соціальної відповідальності (ЛСВ) повинні долучитися до розвитку соціальної інфраструктури, фінансуючи різноманітні заходи, надаючи безоплатні послуги щодо транспортування осіб дошкільної освіти та загальної середньої освіти, матеріальної та натуральної допомоги соціально незахищеним верствам населення тощо.

Саме локальна соціальна відповідальність покликана вирішувати низку проблем, пов'язаних із розвитком соціальної інфраструктури, адже це є одним із напрямів її розгортання (взаємодія з громадою, соціальні проекти, соціальні інвестиції, екологічно-безпечна продукція тощо). Як бачимо, роль аграрного бізнесу у розвитку сільської соціальної інфраструктури є вирішальною. Так, розвиток громади та органів державної влади буде ефективнішим, якщо залучитися підтримкою аграрного бізнесу. Розвиток сільської соціальної інфраструктури залежить від соціально-економічної ефективності територіального розподілу, зокрема, за належного розвитку аграрного сектору прискорюється розвиток продуктивних сил, покращується рівень життя населення на селі та відбувається зменшення міграційних процесів. Саме аграрний сектор є одним із важливих сегментів розвитку сільської соціальної інфраструктури.

Так, ієрархія розбудови соціальної інфраструктури містить три рівні, кожен з яких регулюється відповідними документами та нормами. Ефективність розбудови соціальної інфраструктури залежить від гармо-

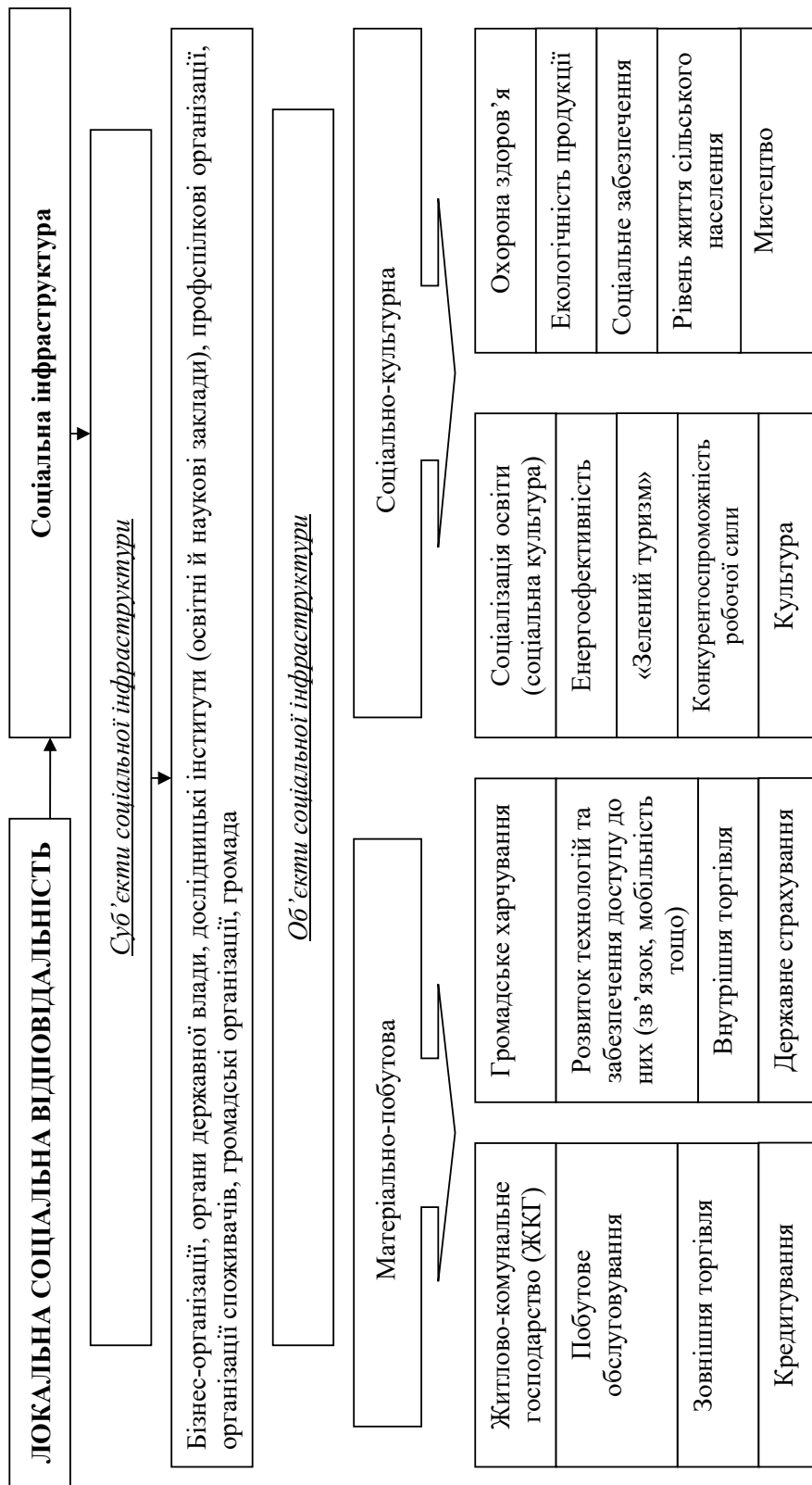


Рис. 1. Інструменти розвитку соціальної інфраструктури як форми прояву локальної соціальної відповідальності в аграрному секторі економіки

Джерело: авторська розробка

нійного поєднання та узгодження між кожним рівнем функціонування. Так, якщо не виконується дотримання хоча б одного з рівнів, то порушується цілісність цієї ієрархії.

Значно впливають на розвиток соціальної інфраструктури базові умови існування, адже те, як саме будуть функціонувати й розвиватися аграрні підприємства, залежить від рівня добробуту сільського населення.

Відповідно до інформації Світового центру даних, в Україні існують чинники, що стримують соціально-економічний розвиток (рис. 2).

На основі проведення Дельфі-аналізу Світовим Центром даних щодо факторів, що стримують соціально-економічний розвиток в Україні, виявлено, що протягом останніх років спостерігається підвищення таких показників, як частка тіньової економіки (50–52%); масштаб корупції (13,2–14,0% від ВВП відповідно по роках); пенсійне навантаження на бюджет (4,2–4,0% від ВВП відповідно по роках); обслуговування державного боргу (7,6–7,5% від ВВП відповідно по роках). Проте після 2016 р. спостерігається позитивна динаміка зниження щодо наведених показників. Так, частка тіньової економіки знижуватиметься від 47% до 15% (2016–2030 рр.); масштаб корупції – від 13,1% до 4% від ВВП відповідно по роках; пенсійне навантаження на бюджет – від 7,5% до 3,1% від ВВП відповідно по роках; обслуговування державного боргу – від 7,4% до 3% від ВВП відповідно по роках [7]. З огляду на це у майбутньому можлива активізація бізнесових структур щодо провадження ЛСВ, що приведе до розвитку соціальної інфраструктури в сільській місцевості.

Забезпечення громадян України житлом, утримання й підвищення рівня благоустрою залишається однією з нагальних соціально-економічних проблем України. Велике значення для мешканців має своєчасне надання в будинки води та відведення стоків. Під час порушення цього процесу може виникнути техногенна аварія з надзвичайно негативними екологічними наслідками. Сьогодні в Україні каналізаційні, водопровідні й теплові системи майже вичерпали свій нормативний ресурс. У деяких містах водопровідні спорудження працюють уже більш як століття. Вони застаріли й морально, й фізично: у середньому на одному кіло-

метрі каналізації відбувається дві аварії на рік. Заміна труб відбувається повільно, і для відновлення трубопроводів потрібно багато часу та значних коштів.

Проте, досліджуючи обладнання житлового фонду України в міській та сільській місцевості, відзначаємо позитивну динаміку обладнання. Покращення житлового фонду є передумовою розвитку соціальної інфраструктури щодо основних та базових потреб населення, без яких не забезпечується наступний рівень розвитку соціальної відповідальності.

Ключовим аспектом ефективного розвитку сільської соціальної інфраструктури є комплексне взаємоузгодження усіх сфер господарювання та всіх рівнів влади територіального значення. Формування ієрархічної структури залежно від територіального розподілу та зони тяжіння (об'єкт господарювання й функціонування) приводить до обмеженості ресурсів в тій чи іншій територіальній одиниці, що впливає на розвиток соціальної інфраструктури місцевості [8], тому саме аграрні підприємства на основі ЛСВ можуть значно покращити рівень соціально-економічного розвитку сільської місцевості шляхом реалізації різних соціальних проектів.

Важливу роль під час формування сільської соціальної інфраструктури відіграють місцеві органи самоврядування, оскільки на регіональному рівні накопичуються проблеми, пов'язані з браком коштів, та недостатньо фінансується соціальна інфраструктура на місцевому рівні (рис. 3).

Саме аграрні підприємства на основі ЛСВ можуть значно покращити рівень соціально-економічного розвитку сільської місцевості, адже їх соціально орієнтована спрямованість відображає основну мету та функції органів місцевого самоврядування.

На місцевому рівні локальна соціальна відповідальність впливає на структурні компоненти соціальної інфраструктури, враховуючи позитивні зміни, що пов'язані з децентралізацією влади, які виступають додатковим джерелом отримання коштів [9; 10].

Як наслідок, є можливість створення на місцевому рівні фонду розвитку соціальної сільської інфраструктури, від запровадження якого буде отримано позитивні результати на всіх рівнях ієрархії. Так, на мегарівні отримується можливість меншого залучення кредит-



Рис. 2. Динаміка та прогнозування основних чинників, що гальмують розвиток економіки України, (прогноз на 2013–2030 рр.)

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів джерела [7]



Рис. 3. Спільні риси прояву ЛСВ аграрних підприємств у розрізі соціальної інфраструктури на місцевому рівні

Джерело: авторська розробка

них ресурсів, на макрорівні зменшується залежність від бюджетних коштів та асигнацій. Джерелами формування зазначеного фонду можуть бути певні відсотки від податків, зборів, які сплачують аграрні підприємства, відсотки від сплати концесії, відсотки від сплати штрафів за забруднення навколишнього середовища, благодійні внески, соціальні інвестиції тощо (рис. 4).

Формування місцевого фонду розвитку сільської інфраструктури передбачено шляхом прямих форм участі аграрних підприємств у розвитку соціальної інфраструктури, таких як державно-приватне партнерство (соціальне партнерство), соціальне підприємництво, соціальні проекти, венчурне фінансування.

Так, на рівні територіальних громад є можливість створення зазначеного фонду, який буде відігравати ключову роль у поповненні доходів місцевих бюджетів, а кошти від його залучення будуть цілеспрямовані на розвиток сільської інфраструктури, що, з одного боку, значно зменшить навантаження на місцеві бюджети, з

іншого боку, покращить рівень соціальної інфраструктури та сільського населення країни.

Отже, в розрізі різних сфер функціонування (політична, духовна, виробнича, сфера відпочинку) буде отримано позитивний ефект як на місцевому рівні, так і на рівні аграрних підприємств від створення фонду розвитку соціальної інфраструктури.

Висновки. У межах дослідження дотримуємося поділу соціальної інфраструктури в аграрному секторі на матеріально-побутову (ЖКГ, побутове обслуговування, транспорт, зв'язок тощо) та соціально-культурну (соціалізація освіти, соціальна культура, охорона здоров'я, «зелений туризм» тощо). З'ясовано, що до розв'язання питань розвитку соціальної інфраструктури повинен долучатися бізнес, в тому числі аграрний, включивши розбудову сільської соціальної інфраструктури до заходів локальної соціальної відповідальності на основі інструментів розвитку соціальної інфраструктури як форми прояву локальної соціальної

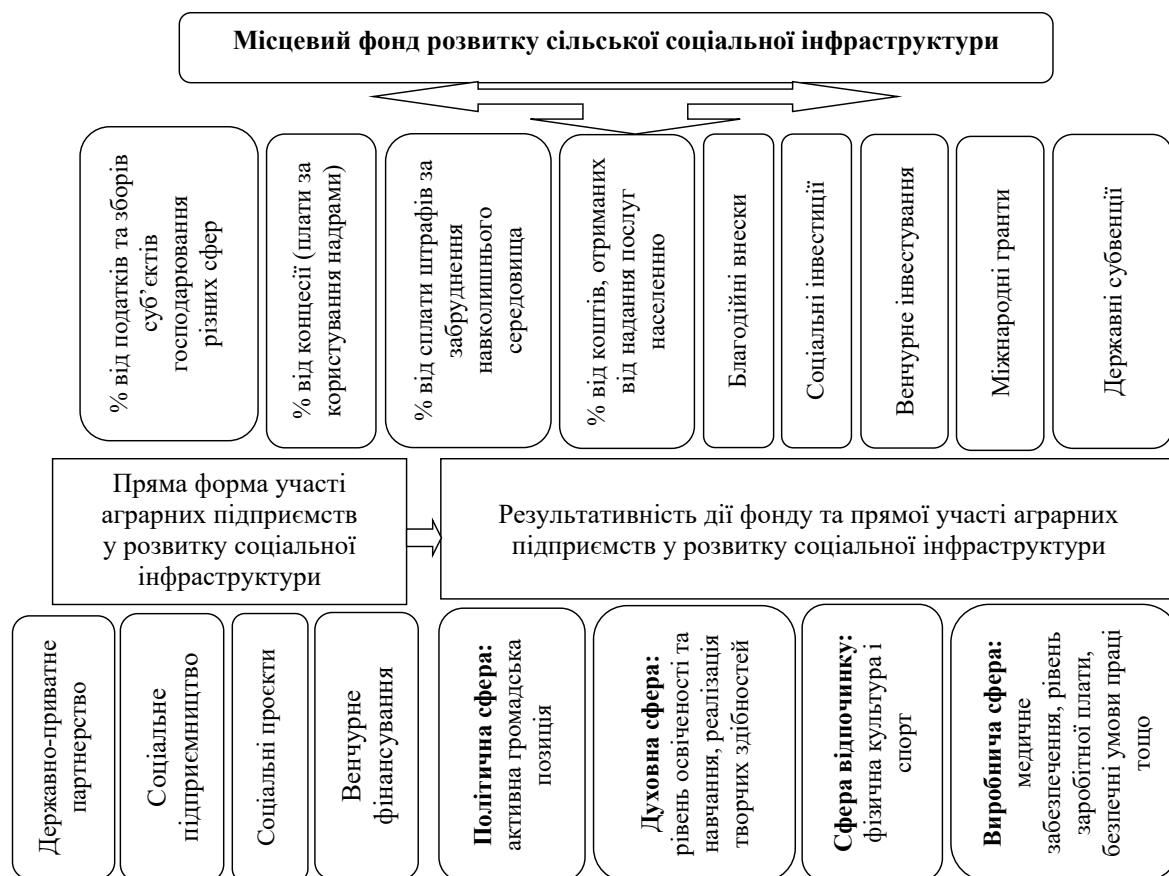


Рис. 4. Напрями фінансування місцевого фонду розвитку соціальної інфраструктури

Джерело: авторська розробка

відповідальності в аграрному секторі. Доведено, що на місцевому рівні локальна соціальна відповідальність впливає на структурні компоненти соціальної інфраструктури, враховуючи позитивні зміни, що пов'язані з децентралізацією влади, які виступають додатковим джерелом отримання коштів. Запропоновано на місцевому рівні створення фонду розвитку соціальної сільської інфраструктури, від запровадження якого буде отримано позитивні наслідки на всіх рівнях ієрархії.

Так, на міжнародному рівні отримується можливість меншого залучення кредитних ресурсів, на національному рівні зменшується залежність від бюджетних коштів та асигнацій. Джерелами формування цього фонду можуть бути певні відсотки від податків, зборів, які сплачують аграрні підприємства, відсотки від сплати концесій, відсотки від сплати штрафів за забруднення навколишнього середовища, благодійні внески, соціальні інвестиції тощо.

Список використаних джерел:

1. Велиев Т.С. Инфраструктура: сущность, классификация и значение. Баку : Элм, 2000. 168 с.
2. Ганиев Х.И. Особенности организации инфраструктуры в условиях диверсификации национальной экономики. *Економіка та держава*. 2020. № 1. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2020/18.pdf (дата звернення: 02.07.2021).
3. Кучин С.П. Сутність та динаміка розвитку соціально-культурної інфраструктури в Україні як об'єкта державного регулювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 1. С. 88–92.
4. Перепелюкова О.В. Роль соціальної інфраструктури регіону в розвитку транскордонного співробітництва України. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5008> (дата звернення: 01.07.2021).
5. Пігуль Н.Г. Сутність і значення соціальної інфраструктури. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 2 (58). С. 37–41.
6. Latham A., Layton J. Social infrastructure and the public life of cities: Studying urban sociality and public spaces. *Geography Compass*. 2019. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/gec3.12444> (дата звернення: 01.07.2021).
7. Форсайт та побудова стратегії соціально-економічного розвитку України на середньостроковому (до 2020 р.) і довгостроковому (до 2030 р.) часових горизонтах. *Світовий центр*. URL: <http://wdc.org.ua/uk/node/186285> (дата звернення: 28.06.2021).
8. Соціально-відповідальний бізнес: спільнота : сайт. URL: <http://www.svb.ua> (дата звернення: 02.07.2021).
9. Лункіна Т.І. Соціальна відповідальність суб'єктів аграрного сектору економіки України : монографія. Дизайн і поліграфія. Миколаїв, 2018. 632 с.
10. Лункіна Т.І., Широка А.І. Локальна соціальна відповідальність в аграрному секторі України. *Modern Economics*. 2018. Вип. 9. С. 60–66.

References:

1. Veliyev T.S. (2000) Infrastruktura: sushchnost, klassifikatsiya i znacheneye [Infrastructure: essence, classification and significance]. Baku: Elm. (in Russian)
2. Ganiyev Kh.I. (2020) Osobennosti organizatsii infrastruktury v usloviyakh diversifikatsii natsional'noy ekonomiki [Features of the organization of infrastructure in the conditions of diversification of national economy]. *Innovatsii*, no. 1. Available at: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2020/18.pdf (accessed 02 July 2021).
3. Kuchin S.P. (2017) Sushchnost' i dinamika razvitiya sotsial'no-kul'turnoy infrastruktury v Ukoainy kak ob'yekta gosudarstvennogo regulirovaniya [The essence and dynamics of socio-cultural infrastructure in Ukraine as an object of state regulation]. *Investitsii: praktika i opyt*, no. 1, pp. 88–92.
4. Perepelyukova A.V. (2016) Rol' sotsial'noy infrastruktury regiona v razvitii transgranichnogo sotrudnichestva Ukrainy [The role of social infrastructure of the region in the development of cross-border cooperation of Ukraine]. *Effektivnaya ekonomika*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5008> (accessed 01 July 2021).
5. Pigul' N.G. (2013) Sushchnost' i znacheneye sotsial'noy infrastruktury [The essence and importance of social infrastructure]. *Nauchnyy vestnik Poltavskogo universiteta ekonomiki i torgovli*, no. 2 (58), pp. 37–41.
6. Latham A., Layton J. (2019) Social infrastructure and the public life of cities: Studying urban sociality and public spaces. *Geography Compass*. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/gec3.12444> (accessed 01 July 2021).
7. Forsayt i postroyeniye strategii sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Ukrainy na srednesrochnom (do 2020 g.) i dolgosrochnom (do 2030 g.) [Foresight and construction of the strategy of socio-economic development of Ukraine on the medium-term (until 2020) and long-term (until 2030) time horizons]. *Vremennykh gorizontakh. Mirovoy tsentr*. Available at: <http://wdc.org.ua/uk/node/186285> (accessed 28 June 2021).
8. Sotsial'no-otvetstvennyy biznes: soobshchestvo [Socially responsible business: community]: sayt. Available at: <http://www.svb.ua> (accessed 02 July 2021).
9. Lunkina T.I. (2018) Sotsial'naya otvetstvennost' sub'yektov agrarnogo sektora ekonomiki Ukrainy : monografiya [Social responsibility of the agricultural sector of the economy of Ukraine]. Dizayn i poligrafiya. Nikolayev. (in Ukrainian)
10. Lunkina T.I., Shirokaya A..I. (2018) Lokalnaya sotsialnaya otvetstvennost v agrarnom sektore Ukrainy [Local social responsibility in the agricultural sector of Ukraine]. *Modern Economics*, vol. 9, pp. 60–66.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.2

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-10>**Воскресенська О.Є.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та туризму
*Херсонський національний технічний університет***Глинська А.Є.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та туризму
*Херсонський національний технічний університет***Шукліна В.В.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та туризму
*Херсонський національний технічний університет***Voskresenska Olena**Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management, Marketing and Tourism
*Kherson National Technical University***Hlynska Anastasiia**Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management,
Marketing and Tourism
*Kherson National Technical University***Shuklina Viktoriia**Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management,
Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

ДОСЛІДЖЕННЯ РИЗИКІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ, СПРИЧИНЕНИХ ПАНДЕМІЄЮ ТА ПЛАНУВАННЯ ЗАХОДІВ ВИХОДУ З КРИЗИ ЗА РАХУНОК ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ

Воскресенська О.Є., Глинська А.Є., Шукліна В.В. Дослідження ризиків на міжнародному ринку туристичних послуг, спричинених пандемією та планування заходів виходу з кризи за рахунок підвищення рівня професійної мотивації праці персоналу. У статті проведено дослідження ризиків міжнародного ринку туристичних послуг в умовах пандемії та планування заходів виходу з кризи за рахунок підвищення рівня професійної мотивації праці персоналу. Розглянуто вплив ризиків на розвиток міжнародної туристичної галузі від впровадження протиепідемічних заходів від COVID-19. Зазначено, що невизначеність та ризики, які домінують, а також тривалість пандемічних обмежень є ключовими для визначення збитків у цьому секторі. Досліджено рівень зайнятості під час впровадження заходів, спричинених пандемією. Доведено, що в сучасних умовах в Україні проблема підвищення рівня професійної мотивації персоналу стала важливою, оскільки вирішення проблем, що стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної бази, яка може мотивувати співробітників до ефективної роботи. Порівняно ефективність економічних та неекономічних методів мотивації праці робітників туризму. Визначено, що важливою проблемою є високий рівень неформальної зайнятості в туристичному секторі. Запропоновано шляхи виходу з кризи за рахунок підвищення рівня професійної мотивації праці персоналу.

Ключові слова: дослідження міжнародного ринку, міжнародний туристичний ринок, ринок туристичних послуг, професійна мотивація праці, планування.

Воскресенская Е.Е., Глинская А.Е., Шуклина В.В. Исследование рисков на международном рынке туристических услуг, вызванных пандемией и планирование мер выхода из кризиса за счет повышения уровня профессиональной мотивации труда персонала. В статье проведено исследование рисков международного рынка туристических услуг в условиях пандемии и планирования мер выхода из кризиса за счет повышения уровня профессиональной мотивации труда персонала. Рассмотрено влияние рисков на развитие международной туристической отрасли от внедрения противоэпидемических мер от COVID-19. Указано, что неопределенность и доминирующие риски, а также продолжительность пандемических ограничений являются ключевыми для определения убытков в этом секторе. Исследован уровень занятости при внедрении мер, вызванных пандемией. Доказано, что в современных условиях в Украине проблема повышения уровня профессиональной мотивации персонала стала важной, поскольку решение проблем, стоящих перед обществом, возможно только при условии создания надлежущей мотивационной базы, которая может мотивировать сотрудников к эффективной работе. Проведено сравнение эффективности экономических и неэкономических методов мотивации труда работников туризма. Выявлено, что важной проблемой является высокий уровень неформальной занятости в туристическом секторе. Предложены пути выхода из кризиса за счет повышения уровня профессиональной мотивации труда персонала.

Ключевые слова: исследование международного рынка, международный туристический рынок, рынок туристических услуг, профессиональная мотивация труда, планирование.

Voskresenska Olena, Hlynska Anastasiia, Shuklina Viktoria. Study of risks in the international market of tourist services caused by the pandemic and planning of measures to overcome the crisis by increasing the level of professional motivation of staff. The article considers the risks of the international market of tourist services in a pandemic and measures to overcome the crisis by increasing the level of professional motivation of staff. Study of losses of the tourism sector in the EU in April-May 2020. Decrease in EU revenues in June 2020. The impact of risks on the development of the international tourism industry from the implementation of anti-epidemic measures with COVID-19. Uncertainty and the predominant risks and duration of pandemic constraints are key to determining losses in this sector. The reasons for job losses in the tourism industry during the study period are investigated. The analysis of dynamics of outbound tourism for the period of introduction of quarantine restrictions is carried out. The reasons for the decline in demand for domestic tourism have been identified. The negative dynamics in the labor market of the tourism industry and its cause are determined. The expediency of Ukraine's participation in international tourism relations has been proved. The tourism industry of Ukraine has been studied and the priority directions of its development that have developed under the current conditions have been revealed. The level of employment during the implementation of measures caused by the pandemic was studied. It is determined that an important problem is the high level of informal employment in the tourism industry. It was found that in the current situation in Ukraine at the current stage of its development, the problem of raising the level of professional motivation of staff has become important, because solving the challenges facing society is possible only if you create an appropriate motivational framework that can motivate employees to effective work. It is proved that in modern conditions in Ukraine at the present stage of its development the problem of increasing the level of professional motivation of staff has become important, because solving problems facing society is possible only if you create an appropriate motivational base that can motivate employees to work effectively. The efficiency of economic and non-economic methods of motivation of tourism workers is compared. The expediency of using a personalized approach to the choice of methods of professional motivation of employees is determined. Ways out of the crisis by increasing the level of professional motivation of staff are proposed.

Key words: international market research, international tourist market, market of tourist services, professional motivation of work, plans.

Постановка проблеми. COVID-19 спричинив серйозну кризу в туристичній галузі. Після того як туристичні підприємства змушені були припинити свою діяльність, велика кількість працівників цієї галузі залишилась без роботи, що спричинило справжній колапс на сучасному ринку праці. Заходи, які змушена була вводити більшість країн світу, обмежили пересування туристів не тільки між країнами, але й в середині своїх країн. Таким чином, різко впали показники не тільки виїзного, але й внутрішнього туризму.

Туристичні фірми були вимушені закритись одними з перших. Водночас туристичні фірми з послабленням карантинних заходів останніми змогли відновити свою діяльність, але, незважаючи на це, вони повинні продовжувати додержуватись певних обмежень, пов'язаних із виконанням медичних протоколів, що стримує їх

повноцінну діяльність та не дає змогу працювати на повну потужність. Всі ризики, пов'язані з карантинними обмеженнями, накладають незгладимий відбиток і гальмують подальший розвиток підприємств туристичної сфери на довгостроковий період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження зазначеної проблеми, яка присвячена вивченню ризиків на міжнародному ринку туристичних послуг, спричинених пандемією, та плануванню заходів виходу з кризи за рахунок підвищення рівня професійної мотивації праці персоналу, є невичерпною.

Питання, пов'язані з дослідженням ризиків на міжнародному ринку туристичних послуг, мотивації праці персоналу, планування заходів виходу з кризи, висвітлено у працях таких науковців, як Л.О. Корчевська, А.В. Романова, Т.М. Тимошенко, В.В. Шукліна, Р.М. Набока.

Проте залишаються недослідженими питання щодо вивчення шляхів виходу з кризи за рахунок підвищення професійної мотивації праці персоналу.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження ризиків міжнародного ринку туристичних послуг в умовах пандемії та планування заходів виходу з кризи за рахунок підвищення рівня професійної мотивації праці персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пандемія наклала серйозний відбиток як на життєдіяльність багатьох країн загалом, так і на більшість виробничих процесів. Вона спричинила падіння не тільки доходів, але й усіх економічних показників. Туризм став однією з перших галузей, яка потрапила під цей удар. Ризики і невизначеність цієї ситуації спричинили серйозні наслідки для галузі. Жодна країна не залишилась без негативного впливу ситуації, що склалася у світі.

Під час пандемії міжнародний туризм втратив близько 1 млрд. євро доходів на місць. Туристичний потік до країн Європейського Союзу впав на 68%.

Від ситуації, що склалася, постраждали такі відомі туристичні країни, як Кіпр, Італія, Франція, Мальта, Греція та Іспанія.

У табл. 1 зазначено втрати, які понесли країни на міжнародній туристичній арені.

Таблиця 1

Втрати туристичного сектору країн ЄС за квітень-травень 2020 року

Країни ЄС	Втрати туристичного сектору, %
Італія	96
Хорватія	86
Кіпр	78
Франція	70
Іспанія	51
Румунія	56
Словенія	56

Джерело: сформовано авторами на основі [8]

За зазначений період падіння доходів туристичних підприємств на міжнародному ринку туристичних послуг становило 68,4% порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Влітку минулого року ринок послуг на міжнародному ринку скоротився на 16,4%, тоді як ринок туристичних послуг – на 75%. Більш за все постраждали туроператори та турагенти, доходи яких скоротились на 83,6%, авіакомпанії втратили 73,8% своїх доходів, заклади тимчасового розміщення – 66,4% своїх доходів, а ресторани – 38,4% (табл. 2).

Таблиця 2

Падіння доходів країн ЄС за червень 2020 року

Країни ЄС	Падіння доходів туристичного сектору, %
Туристичні агенції та туроператори	83,6
Авіасполучення	73,8
Тимчасове розміщення	66,4
Ресторани	38,4

Джерело: сформовано авторами на основі [8]

З введенням карантинних обмежень завантаженість закладів тимчасового розміщення на міжнародному ринку впала на 84,6%. Скасування деяких карантинних обмежень влітку дещо покращило ситуацію, але все одно не змогло підвищити ці показники до показників минулого року.

Специфіка та особливості організації туристичної діяльності привели до того, що саме в цій галузі найвищий відсоток працівників має неформальну зайнятість. Це тягне за собою цілу низку проблем, пов'язаних організацією праці робітників.

Виходячи з інформації, яка надається з різних інформаційних джерел, зазначаємо, що у минулому році наша країна втратила близько 75% прибутків щодо аналогічних показників минулого року.

Вітний туризм скоротився на 90%. Заклади тимчасового розміщення мали завантаження лише близько 15% та втратили до 85% доходів. Введення карантинних обмежень призвело до скасування бронювань.

Криза, спричинена пандемією, зумовила банкрутство багатьох туристичних об'єктів, а тисячі осіб залишились без роботи. За прогнозами Міністерства культури й інформаційної політики, туристична галузь понесе збитків на суму більш ніж 1,5 млрд. дол. У минулому році доходи туристичних підприємств склали майже 32 млрд. грн.

Частку ВВП туристичних підприємств країн ЄС та України за 2020 рік наведено на рис. 1. Частку зайнятості на ринку праці країн ЄС та України за 2020 рік наведено на рис. 2.

Нині у нашій країні туристична галузь не підтримується на належному рівні, що ставить під загрозу конкурентоспроможність цієї галузі на міжнародному ринку.

Гострим питанням в умовах сьогодення повинна стати професійна мотивація праці робітників туристичної галузі. Необхідно впроваджувати та застосовувати саме такі методи мотивації, які б мали змогу значно підвищити результативність праці.

Дуже важливо орієнтуватись на потреби та мотиви самих працівників. Індивідуалізація зможе значно підвищити рівень мотивації праці робітників. Цей підхід задовільнить потреби кожного окремого працівника, що дасть змогу значно покращити як показники роботи окремого працівника, так і результати роботи підприємства загалом.

Нині економічні методи мотивації – це одні з найважливіших методів, що мають велику значущість для працівників. Однак не можна не відзначити також важливість неекономічності методів мотивації, бо саме ці методи спонукають людину до розкриття свого особистого потенціалу. Перевагою таких методів є те, що вони не потребують значних фінансових вкладень.

Детальне вивчення досвіду формування системи професійної мотивації праці робітників, аналіз наявної системи професійної мотивації праці на підприємствах частіше зводяться до регулювання тільки її економічної складової частини, що доводить необхідність розробляти та впроваджувати в практику нові підходи до вдосконалення системи мотивації праці на засадах індивідуального підходу до кожного окремого працівника з урахуванням мотивів та потреб кожної конкретної людини та використанням як економічних, так і неекономічних методів професійної мотивації праці.

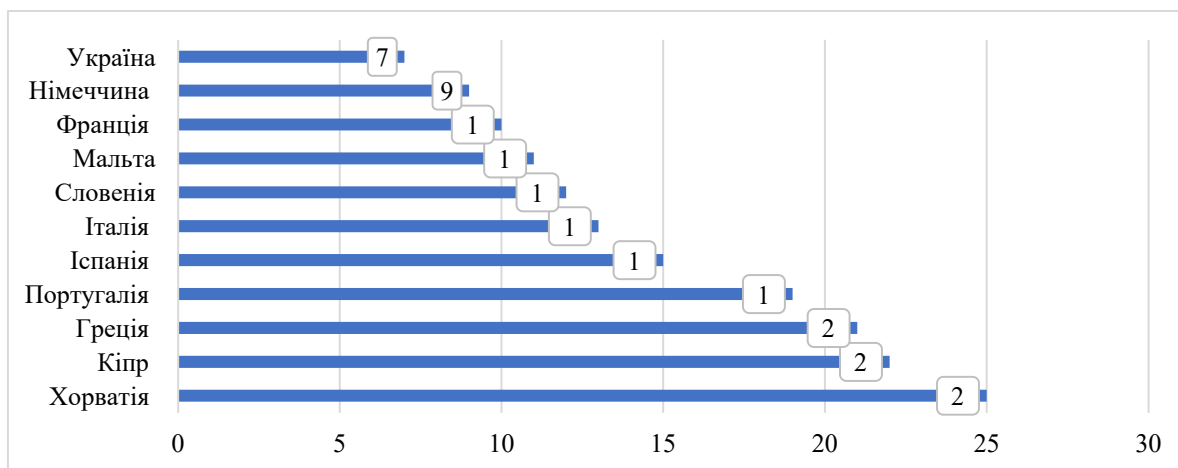


Рис. 1. Частка ВВП туристичних підприємств країн ЄС та України, %, 2020 рік

Джерело: сформовано авторами на основі [8]

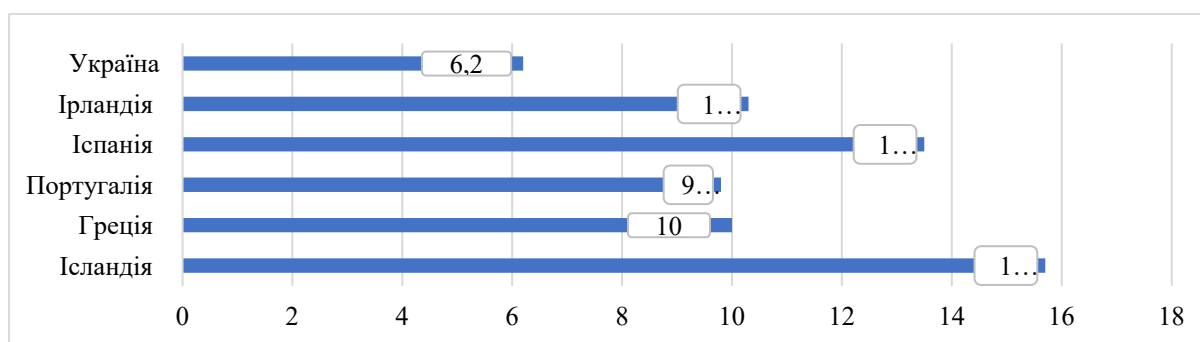


Рис. 2. Частка зайнятості на ринку праці країн ЄС та України, %, 2020 рік

Джерело: сформовано авторами на основі [8]

Висновки. Таким чином, керівництву підприємств запропоновано удосконалити систему професійної мотивації праці з урахуванням персональних потреб кожного окремого працівника (гроші, особиста вигода,

інтереси, почуття обов'язку). Використання на практиці саме такого персоналізованого підходу до мотивації праці допоможе підприємствам туристичної галузі зробити систему мотивації праці економічно ефективною.

Список використаних джерел:

1. Зануда А.О. Коронавірус: скільки втрачає туризм. *BBC News Україна*. 2020. 16 березня. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (дата звернення: 19.07.2021).
2. Корчевська Л.О. Прогнозування рівня використання трудового потенціалу України як складова управління його розвитком. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 3. С. 136–140.
3. Романова А.В. П'ять порад, як рятувати український туризм під час пандемії. 2020. 13 березня. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvati-industriyu-ostanni-novini-50075544.html> (дата звернення: 16.07.2021).
4. Тимошенко Т.М. Мільйон працівників туріндустрії України можуть опинитися на вулиці. *Дивись.info*. 2020. 14 травня. URL: <https://divys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yak-pandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyala-yiyi> (дата звернення: 18.07.2021).
5. Шукліна В.В., Набока Р.М. Критерії якості ітерацій в циклі формування інформаційно-комунікаційного потенціалу підприємства. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2020. № 2 (12). С. 90–99.
6. Воскресенська О.Є., Садохіна О.І. Ситуаційний підхід до управління туристичними підприємствами. *Економічні студії*. 2018. № 3 (21). С. 32–37.
7. Воскресенська О.Є. Витрати та ефективність діяльності суб'єктів туристичного бізнесу України. *Економічні інновації*. 2013. № 54. С. 43–48.
8. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 16.07.2021).
9. COVID-19: Statements, facts and figures. *ACIE*. 2020. URL: <https://www.aci-europe.org/industry-topics/covid-19.html> (дата звернення: 21.07.2021).

References:

1. Zanuda A.V. (2020) Koronavirus: skiljky vtrachaje turyzm. *VVS News Ukrajina*. Available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51870285> (accessed 19 July 2021).
2. Korchevsjka L.O. (2008) Proghnozuvannja rivnja vykorystannja trudovogho potencialu Ukrajiny jak skladova upravlinnja jogho rozvytkom [Forecasting the level of use of labor potential of Ukraine as a component of management of its development]. *Aktualjni problemy ekonomiky*, no. 3, pp. 136–140.
3. Romanova A.V. (2020) P'jatj porad, jak rjatuvaty ukrajinsjkyj turyzm pid chas pandemiji. Available at: <https://nv.ua/ukr/opinion/koronavirus-i-turizm-yak-ukrajini-vryatuvati-industriyu-ostanni-novini-50075544.html> (accessed 19 July 2021).
4. Tymoshenko T.M. (2020) Miljjon pracivnykiv turindustriji Ukrajiny mozhutj opynytsjsja na vulyci. *Dyvysj.info*. Available at: <https://dyvysj.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yak-pandemiya-vplynula-na-galuz-i-zminyly-yiyi> (accessed 18 July 2021).
5. Shuklina V.V., Naboka R.M. (2020) Kryteriji jakosti iteracij v cykli formuvannja informacijno-komunikacijnogho potencialu pidpryjemstva [Criteria for the quality of iterations in the cycle of formation of information and communication potential of the enterprise]. *Suchasnyj stan naukovykh doslidzhenj ta tekhnologij v promyslovosti*, no. 2 (12), pp. 90–99.
6. Voskresensjka O.Je., Sadokhina O.I. (2018) Sytuacijnyj pidkhid do upravlinnja turystychnymy pidpryjemstvamy [Situational approach to the management of tourism enterprises]. *Ekonomichni studiji: naukovopraktychnyj zhurnal*, no. 3 (21), pp. 32–37.
7. Voskresensjka O.Je. (2013) Vytraty ta efektyvnistj dijalnosti sub'ektiv turystychnogho biznesu Ukrajiny [Costs and efficiency of the tourism business of Ukraine]. *Ekonomichni innovaciji*, no. 54, pp. 43–48.
8. Pandemija COVID-19 ta jiji naslidky u sferi turyzmu v Ukraini, 2020. Available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (accessed 16 July 2021).
9. COVID-19: Statements, facts and figures. *ACIE*, 2020. Available at: <https://www.aci-europe.org/industry-topics/covid-19.html> (accessed 21 July 2021).

УДК 339.9

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-11>

Євтушенко В.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кудінова М.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Григорова Е.В.

студентка
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Yevtushenko Victoria

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing, Management and Entrepreneurship
V.N. Karazin Kharkiv National University

Kudinova Marina

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing, Management and Entrepreneurship
V.N. Karazin Kharkiv National University

Hryhorova Eleonora

Student
V.N. Karazin Kharkiv National University

ІНСТРУМЕНТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Євтушенко В.А., Кудінова М.М., Григорова Е.В. Інструменти вдосконалення менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Статтю присвячено пошуку інструментів удосконалення менеджменту зовнішньоекономічної діяльності на прикладі одного з українських підприємств, що функціонує у сфері вантажного залізничного транспорту. Розкрито сутність та основні характеристики зовнішньоекономічної діяльності, охарактеризовано прямий та непрямий методи організації менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, їхні переваги та недоліки, надано коротку характеристику підприємства, на прикладі якого здійснювалося дослідження, а також запропоновано декілька інструментів поліпшення менеджменту ЗЕД, які можна використовувати як на вітчизняних, так і на іноземних підприємствах. Окрім цього, значну увагу було приділено зовнішньоекономічній стратегії, що виступає відображенням поведінки підприємств на міжнародній арені та одним із головних складників організації, що потребує постійного контролю та вдосконалення.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, управління, зовнішньоекономічна стратегія, вантажний залізничний транспорт, методи організації.

Евтушенко В.А., Кудина М.М., Григорова Е.В. Инструменты совершенствования менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятия. Статья посвящена поиску инструментов совершенствования менеджмента внешнеэкономической деятельности на примере одного из украинских предприятий, функционирующих в сфере грузового железнодорожного транспорта. Раскрыты сущность и основные характеристики внешнеэкономической деятельности, охарактеризованы прямой и косвенный методы организации менеджмента внешнеэкономической деятельности, их преимущества и недостатки, дана краткая характеристика предприятия, на примере которого осуществлялось исследование, а также предложено несколько инструментов улучшения менеджмента ВЭД, которые можно использовать как на отечественных, так и на иностранных предприятиях. Кроме этого, значительное внимание уделено внешнеэкономической стратегии, которая выступает отражением поведения предприятий на международной арене и одной из главных составляющих организации, что требует постоянного контроля и усовершенствования.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, управление, внешнеэкономическая стратегия, грузовой железнодорожный транспорт, методы организации.

Yevtushenko Victoria, Kudinova Marina, Hryhorova Eleonora. Tools for improving the management of foreign economic activity of the enterprise. The article is devoted to the search for tools to improve the management of foreign economic activity on the example of one of the Ukrainian enterprises operating in the field of rail freight transport. Uneven distribution of natural resources and many other factors have led to the emergence of foreign economic activity, which involves the exchange of goods, services, technologies, experience and more between countries. In this regard, the management of foreign economic activity for many years is one of the most important aspects of effective organization of any enterprise. Volumes of output and sales, profit, profitability and financial stability, as well as other indicators of companies operating in foreign markets, largely depend on the political situation, the state of legislation, exchange rate, government regulation in foreign economic activity. Ukraine's transition to a market model of the economy also plays a significant role, which encourages domestic economic entities to improve the management of foreign economic activity. The urgency of this issue is also confirmed by the fact that without the development of foreign trade management, the implementation of economic activities of many organizations will be impossible due to the lack of positive economic effect. In addition, today foreign economic activity remains one of the ways to replenish the country's resources and is developing rapidly. Almost all modern enterprises try to cooperate with foreign companies, respectively, for each of them a very important issue is the correct construction of processes related to foreign trade. The article reveals the essence and main characteristics of foreign economic activity, describes the direct and indirect method of organizing the management of foreign economic activity, their advantages and disadvantages, provides a brief description of the company on which the study was conducted, and offers several tools to improve foreign trade management. At domestic and foreign enterprises. In addition, considerable attention was paid to foreign economic strategy, which reflects the behavior of enterprises in the international arena and one of the main components of the organization, which needs constant monitoring and improvement.

Key words: foreign economic activity, management, foreign economic strategy, freight railway transport, methods of organization.

Постановка проблеми. Сьогодні зовнішньоекономічна діяльність є одним із засобів поповнення ресурсів країни та стрімко розвивається. Майже всі сучасні підприємства намагаються співпрацювати з іноземними компаніями, відповідно, для кожного з них досить важливим питанням виступає управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням основних аспектів та вдосконаленням менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств займалися такі вчені, як О.А. Кириченко, Є.Г. Базовкін, С.А. Єрохін, В.М. Тарасевич, Ю.Є. Петруня, А.П. Голіков, О.А. Довгаль, І.І. Дахно, М.Б. Владичин, Н.С. Струк, С.Є. Хрупович, В.І. Охога, О.Ю. Акименко, Ю.Є. Вороніна та ін. Їхні роботи присвячено розвитку зовнішньоекономічної діяльності та особливим аспектам управління ЗЕД на підприємствах. Водночас проблематика управління сучасними українськими організаціями, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, зазнає постійних змін та потребує узагальнення підходів до менеджменту виходячи з видів діяльності, експортного потенціалу, міжнародної конкуренції тощо.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає у дослідженні та класифікації інструментів менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств, що функціонують на ринку вантажних залізничних перевезень.

Вклад основного матеріалу дослідження. Обмеженість ресурсів та їх нерівномірний розподіл між країнами, розбіжність в етапах розвитку різних держав, процеси інтеграції та глобалізації стали вагомими причинами появи та поширення міжнародного економічного співробітництва, основним складником якого виступає зовнішньоекономічна діяльність кожної окремої країни, підприємства або будь-якого іншого суб'єкта ринку.

Сьогодні існує велика кількість варіацій поняття зовнішньоекономічної діяльності, які зустрічаються у працях відомих учених (табл. 1).

Проаналізувавши підходи різних учених, варто зазначити, що зовнішньоекономічна діяльність – це сукупність узгоджених із цілями та завданнями підприємства операцій, які спрямовані на реалізацію зовнішньоекономічних зв'язків із метою обміну з іншими державами необхідними ресурсами.

Для будь-якого підприємства, що провадить зовнішньоекономічну діяльність, важливим питанням постає її управління та організація. Варто зауважити, що організація ЗЕД підприємства має два складники і включає не лише вибір організаційної структури, а й процес управління нею.

Перший складник – організаційну структуру управління зовнішньоекономічною діяльністю – можна охарактеризувати як сукупність взаємопов'язаних складників, що спрямовуватимуть діяльність підприємства на досягнення єдиної мети та односпрямованих завдань [5, с. 10].

Другий метод організації управління ЗЕД підприємства – непрямий, суть якого полягає у купівлі-продажі товарів через посередницькі організації на основі укладання договорів. Він також має сильні та слабкі боки (рис. 2).

Після вибору одного з методів організації необхідно сформувати безпосередньо саму структуру управління, яка відрізняється на кожному підприємстві залежно від його розмірів (рис. 3).

ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» – це молоде мікропідприємство, що від самого початку свого створення мало на меті функціонувати у сфері вантажного залізничного транспорту не лише на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках. Варто відзначити, що встановлена ціль була складною, оскільки сфера є доволі потужною та великою, тому потрапити до неї достатньо складно,

Визначення поняття зовнішньоекономічної діяльності

Автор	Поняття «зовнішньоекономічна діяльність»
М.Б. Владичин, Н.С. Струк	Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків держави, пов'язаних із виходом підприємства на зовнішній ринок та участю у зовнішньоекономічних операціях, форми та методи якої узагальнюються відповідно до цілей та завдань підприємства [1, с. 201].
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [2].
О.Є. Новіков, Т.Ш. Садридін	Важливий і потужний чинник економічного зростання і розвитку кожної країни та спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації [3, с. 184].
Ю.Г. Козак	Система економічних відносин, які складаються в процесі обміну ресурсами всіх видів між державами та їхніми економічними суб'єктами [4, с. 10].

Джерело: розроблено авторами на основі [1–4]



Рис. 1. Переваги та недоліки прямого методу організації управління ЗЕД підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [6, с. 71]



Рис. 2. Переваги та недоліки непрямого методу організації управління ЗЕД підприємства

Джерело: розроблено авторами на основі [6, с. 71]

особливо маленькому підприємству. Вибрана підприємством сфера вантажних залізничних перевезень є важливим складником зовнішньоекономічної діяльності, оскільки вона розпочинається і завершується саме транспортними операціями.

«РКС ТРАНСЛОГІСТИК» підтримує національний курс у розвитку зовнішньоекономічних відносин з європейськими країнами. Географічну структуру ЗЕД підприємства зображено на рис. 4.

Відповідно до рис. 4, основним вектором співпраці підприємства є балтійські країни – Естонія, Латвія, Литва, їхні частки в обсязі реалізації товарів та послуг становлять 27%, 25% та 20% відповідно.

Процес управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» передусім ускладнюється невідповідністю сучасним тенденціям до її побудови. Це проявляється у відсутності:

- чіткої стратегії розвитку галузі відповідно до міжнародних тенденцій;
- співробітництва з іноземними інвесторами;
- підтримки конкурентоспроможності вантажного залізничного транспорту на міжнародних ринках;
- сукупності способів проникнення на зовнішні ринки.

Сучасний же підхід до управління зовнішньоекономічною діяльністю у галузі вантажного залізничного транспорту повинен включати:

- постійний моніторинг стану та підтримку стабільного розвитку галузі відповідно до міжнародних тенденцій;
- ефективну систему взаємовідносин з іноземними інвесторами та партнерами;
- аналіз якості експортованих послуг у сфері вантажного залізничного транспорту;
- чіткі стратегії проникнення та поведінки на зовнішніх ринках.

Зважаючи на наявність проблем та стратегічну необхідність, для ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» важливим питанням постає розроблення основних напрямів змін в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю, характеристику яких представлено в табл. 2.

Зазначені проблеми в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю, як видно з табл. 2, мають свій прояв у цінній політиці, обсягах попиту, зносі основних фондів, невідповідності міжнародним стандартам, положенні міжнародного співробітництва, тобто вони впливають загалом на всю діяльність підприємства в галузі вантажного залізничного транспорту.

Тому поліпшення управління зовнішньоекономічною діяльністю для ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» є дуже важливим, і воно повинне реалізовуватися у п'яти напрямках (рис. 5).

Реалізація отриманих напрямів змін допоможе вивести ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» на нові ринки, надасть можливість співпрацювати з іноземними залізничними компаніями та розробляти з ними спільні проекти, а також підвищить імідж підприємства.

Із перерахованих вище особливо важливим вектором поліпшення управління зовнішньоекономічною діяльністю є формування чіткої стратегії проникнення на міжнародні ринки.

Оскільки керівництво ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» на даному етапі використовує інтуїтивний метод для виходу на нові ринки збуту за межами України, то

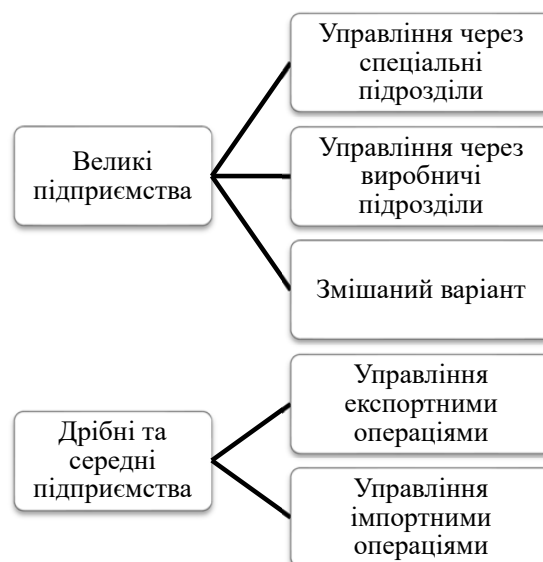


Рис. 3. Варіанти побудови організаційних структур зовнішньоекономічної діяльності на різних за розміром підприємствах

Джерело: розроблено авторами на основі [7, с. 51–53]

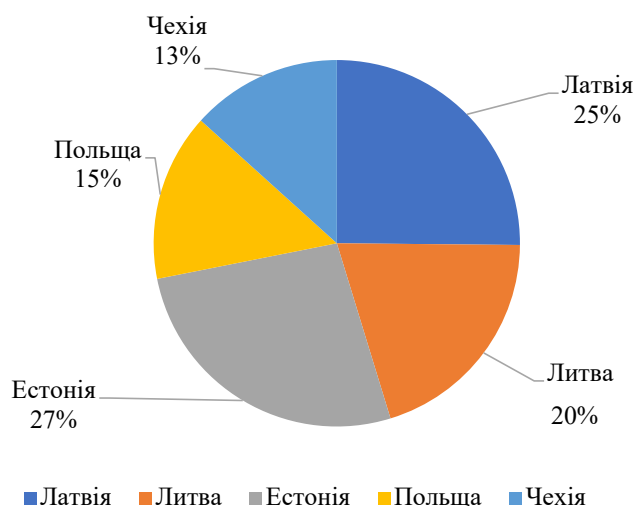


Рис. 4. Географічна структура зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК»

Джерело: авторська розробка

доцільним є розроблення для нього рекомендацій щодо формування стратегії поведінки на міжнародній арені, яка включає п'ять етапів поступової зміни її положень (рис. 6).

Запропонований алгоритм поступової зміни положень зовнішньоекономічної стратегії допоможе ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК» виходити на нові ринки збуту поступово та швидко пристосовуватися до змін особливостей іноземної економіки. До того ж через те, що вона передбачає поступове вкладання коштів та зусиль, така стратегія дасть змогу підприємству зберегти частину ресурсів, якщо діяльність на деяких зовнішніх ринках виявиться неефективною й її необхідно буде припинити.

Основні напрями змін у менеджменті зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК»

Відсутність співпраці з іноземними інвесторами	а) знос основних засобів галузі; б) невідповідність технічного оснащення міжнародним вимогам	а) низький рівень інвестиційної привабливості підприємств даної галузі; б) недовіра інвесторів через високі показники корупції у даній сфері	а) запровадити програму залучення іноземних інвесторів; б) розробити проєкт із підвищення інвестиційної привабливості галузі	а) потрібен великий обсяг часу для відновлення довіри іноземних інвесторів
Низька конкурентоспроможність на міжнародних ринках	а) загроза зниження попиту на вітчизняний вантажний транспорт; б) низький рівень цін на перевезення	а) невідповідність рухомого складу міжнародним стандартам; б) відсутність моніторингу якості експортованих послуг; в) відсутність чіткої стратегії розвитку	а) запровадити систему оцінки якості експортованих послуг; б) удосконалити концепцію розвитку відповідно до міжнародних стандартів	а) брак ресурсів; б) велика кількість об'єктів, що потребують удосконалення
Відсутність шляхів проникнення на зовнішні ринки	а) Міжнародна співпраця лише у європейському напрямі	а) недопрацьована зовнішньоекономічна стратегія; б) брак персоналу необхідної кваліфікації	а) розробити чітку стратегію проникнення на зовнішні ринки	а) необхідність застосовувати окремі підходи для проникнення на різні зовнішні ринки

Джерело: авторська розробка

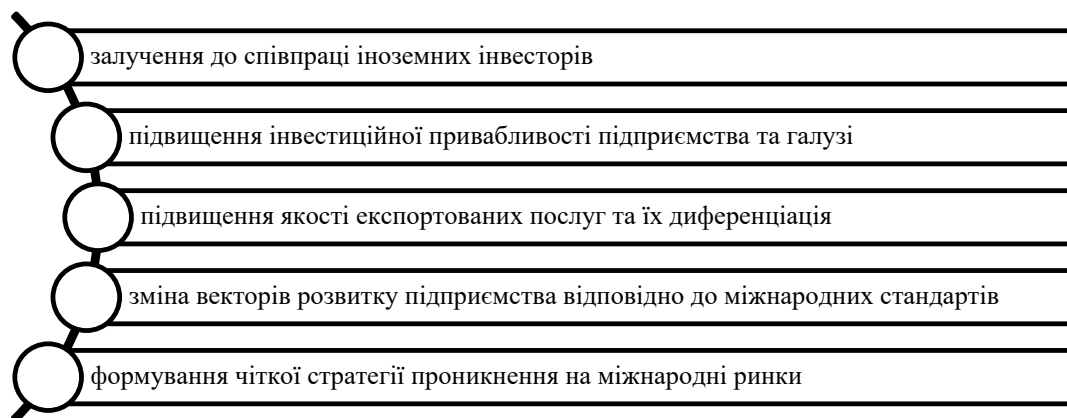


Рис. 5. Напрями поліпшення управління зовнішньоекономічною діяльністю ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК»

Джерело: авторська розробка

Пробний експорт	Односторонні спроби експорту запчастин та послуг, доходи більші за витрати
Експорт екстенсивним методом	Розповсюдження деяких категорій продукції на декілька різних за особливостями зовнішніх ринків збуту
Експорт інтенсивним методом	Експорт продукції, яка користується попитом на зовнішніх ринках, інтенсивне проведення маркетингових інструментів та налагодження відносин з іноземними споживачами, інвесторами та постачальниками
Експортний маркетинг	Адаптація продукції до запитів іноземних споживачів та умов зовнішніх ринків, двостороння реалізація запчастин та послуг
Міжнародний маркетинг	Побудова маркетингового складника діяльності підприємства на основі особливостей світових ринків

Рис. 6. Етапи поступової зміни положень стратегії поведінки на міжнародній арені ТОВ «РКС ТРАНСЛОГІСТИК»

Джерело: авторська розробка

Висновки. Отже, виходячи з необхідності для кожного сучасного підприємства реалізовувати зовнішньоекономічну діяльність, розгляд питання про шляхи вдосконалення управління нею є досить важливим. Для досягнення поставленої мети та завдань керівництво підприємств повинне проводити постійний моніторинг якості зовнішньоекономічної діяльності, розробляти та впроваджувати заходи щодо приведення її у відповід-

ність сучасним тенденціям та стану організації в конкретний період. До того ж досить важливо враховувати розмір підприємства, його можливості та потенціал. Зважаючи на ці чинники, керівництво компаній може використати такі інструменти вдосконалення менеджменту ЗЕД, як розширення ринків збуту на міжнародній арені, випуск нового товару або послуги, зміна зовнішньоекономічної стратегії тощо.

Список використаних джерел:

1. Владичин М.Б., Струк Н.С. Основні підходи розкриття сутності зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 4. Т. 1. С. 198–202.
2. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ-ВР. Київ, 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 18.01.2021).
3. Новіков О.Є., Садридін Т.Ш. Систематизація наукових поглядів щодо визначення сутності терміна «зовнішньоекономічна діяльність». *Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 2. Т. 2. С. 183–186.
4. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство – регіон : навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака ; 6-е вид., перероб. і доп. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 290 с.
5. Бабій І.В. Визначення структури управління ЗЕД на підприємствах машинобудування в аспекті стратегічного підходу. *Науковий огляд*. 2018. № 1(44). С. 6–21.
6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навчальний посібник / Ю.Г. Козак та ін. ; 4-е вид., перероб. та доп. Київ : Освіта України, 2012. 272 с.
7. Рокоча В.В., Одягайло Б.М., Терехов В.І. Міжнародний менеджмент : навчальний посібник. Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2016. 172 с.

References:

1. Vladychyn M.B., Struk N.S. (2015) Osnovni pidkhody rozkryttja sutnosti zovnishnjoeconomichnoji dijalnosti torghoveljnykh pidpryjemstv [The main approaches to revealing the essence of foreign economic activity of trade enterprises]. *Visnyk Khmelnyckogo nacionaljnogho universytetu*, vol. 4, no. 1, pp. 198–202.
2. Pro zovnishnjoeconomichnu dijalnistj: Zakon Ukrajinu vid 16 April 1991 № 959-KhII-VR. [On foreign economic activity: Law of Ukraine of April 16, 1991 № 959-XII-BP] Kyjiv, 2020. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (accessed 18 January 2021).
3. Novikov O.Je., Sadridinov T.Sh. (2014) Systematyzacija naukovykh pohljadiv shhodo vyznachennja sutnosti termina «zovnishnjoeconomichna dijalnistj» [Systematization of scientific views on the definition of the essence of the term "foreign economic activity"]. *Visnyk Khmelnyckogo nacionaljnogho universytetu*, vol. 2, no. 2, pp. 183–186.
4. Ju.Gh. Kozak (ed.) (2016) Zovnishnjoeconomichna dijalnistj: pidpryjemstvo-reghion [Foreign economic activity: enterprise-region]. Kyiv: Centr uchbovoji literatury. (in Ukrainian)
5. Babij I.V. (2018) Vyznachennja struktury upravlinnja ZED na pidpryjemstvakh mashynobuduvannja v aspekti strategichnogho pidkhodu [Defining the structure of foreign economic activity management at machine-building enterprises in the aspect of strategic approach]. *Naukovyj oghljad*, vol. 1, no. 44, pp. 6–21.
6. Kozak Ju.Gh., Loghvinova N. S. (2012) Zovnishnjoeconomichna dijalnistj pidpryjemstv [Foreign economic activity of enterprises]. Kyiv: Osvita Ukrajinu. (in Ukrainian)
7. Rokocha V.V., Odjaghajlo V.M., Terekhov V.I. (2016) Mizhnarodnyj menedzhment [International management]. Kyiv: VNZ «Universytet ekonomiky ta prava «KROK». (in Ukrainian)

Кокорєва О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет

Корчевська Л.О.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет

Глинська А.Є.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонський національний технічний університет

Kokorieva Olha

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management, Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

Korchevska Liliya

Doctor of Economics, Professor,
Professor at the Department of Management, Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

Glynska Anastasiya

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Management, Marketing and Tourism
Kherson National Technical University

УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНИХ І КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кокорєва О.В., Корчевська Л.О., Глинська А.Є. Управління креативним потенціалом персоналу туристичного підприємства на засадах інноваційних і комунікативних технологій. У статті розглянуто важливі аспекти управління креативним потенціалом персоналу туристичного підприємства на засадах інноваційних та комунікативних технологій. Розглянуто питання, пов'язане з необхідністю розвитку креативного потенціалу персоналу туристичного підприємства. Надано характеристику інноваційного програмного забезпечення, яке дає змогу туроператорам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформаційному полі туристичної системи та оперативно управляти ними, полегшує управлінську діяльність керівників туристичних підприємств і має низку позитивних ефектів від впровадження в діяльність туристичного підприємства. Надано визначення поняття «управління креативним потенціалом персоналу на туристичному підприємстві». Наголошено на необхідності підтримки держави щодо впровадження в діяльність туристичних підприємств інноваційних та комунікативних технологій.

Ключові слова: креативний потенціал персоналу, інноваційні та комунікативні технології, управління креативним потенціалом підприємства, інновації, управління персоналом, туристичне підприємство.

Кокорєва О.В., Корчевская Л.А., Глинская А.Е. Управление креативным потенциалом персонала туристического предприятия на основе инновационных и коммуникативных технологий. В статье рассмотрены важные аспекты управления креативным потенциалом персонала туристического предприятия на основе инновационных и коммуникативных технологий. Рассмотрен вопрос, связанный с необходимостью развития креативного потенциала персонала туристического предприятия. Предоставлена характеристика инновационного программного обеспечения, которое позволяет туроператорам размещать свои предложения в едином информационном поле туристической системы и оперативно управлять ими, облегчает управленческую деятельность руководителей туристических предприятий и имеет ряд положительных эффектов от внедрения в деятельность туристического предприятия. Предоставлено определение понятия «управление креативным потенциалом персонала на туристическом предприятии». Сделан акцент на необходимости поддержки государства по внедрению в деятельность туристических предприятий инновационных и коммуникативных технологий.

Ключевые слова: креативный потенциал персонала, инновационные и коммуникативные технологии, управление креативным потенциалом предприятия, инновации, управление потенциалом, туристическое предприятие.

Kokorieva Olha, Korchevska Liliya, Glynska Anastasiya. Management of creative potential of the personnel of the tourist enterprise on the basis of innovative and communicative technologies. The article considers important aspects and topical issues related to the management of the creative potential of the staff of the tourist enterprise on the basis of innovative and communicative technologies. An analysis of the scientific literature in this area, the results of which revealed that the issue of managing the creative potential of tourism enterprises in the scientific community is covered in a rather fragmentary manner and needs more in-depth study. The article discusses current issues to be supported at the level of state leadership related to the need to develop the creative potential of staff in tourism enterprises, and notes that this is critical for the production of technological creativity and commercial innovation. It is noted that the introduction of modern information technology in the management system requires significant investment of managers of tourism enterprises, but at the same time will reduce labor costs, improve quality and expand the range of services, reduce preparation time for new services and increase service flexibility. The article describes innovative software that allows tour operators to place their proposals in a single information field of the tourist system and quickly manage them, facilitates the management of tourism managers and has a number of positive effects from the implementation of the tourist enterprise. Emphasis is placed on the need to introduce innovative and communicative technologies in the field of tourism due to the relatively rapid pace of their renewal. An example of a creative decision of tourism managers in a coronavirus pandemic is given. The concept of “management of creative potential of staff at a tourism enterprise” is defined as a special management activity aimed at enhancing creative and communicative activities of employees to generate, search, develop and implement creative ideas, evaluate and select them to implement innovative enterprise development and obtain high economic, social, environmental results. The need for state support for the introduction of innovative and communication technologies in the activities of tourism enterprises are noted.

Key words: creative potential of personnel, innovative and communicative technologies, management of creative potential of the enterprise, innovations, personnel management, tourist enterprise.

Постановка проблеми. За останній час сфера туризму й туристичні підприємства зазнали істотних випробувань, насамперед через поширення пандемії коронавірусу. Через вимушені обмежувальні заходи, які запроваджує керівництво країн, на пересування громадян, карантин, заборону авіаперевезень керівники туристичних підприємств зіштовхуються з проблемами, пов'язаними з виживанням, вони вимушені балансувати на межі банкрутства, крім того, мають проблеми зі втратою вже кваліфікованих фахівців у цій справі. Окреслені проблеми потребують шнайшвидшого вирішення, вжиття рішучих заходів з боку держави та грамотного управління керівників туристичних підприємств креативним потенціалом персоналу, впровадження інноваційних та комунікативних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування, розвиток та впровадження інноваційних та комунікативних технологій у сферу туристичного бізнесу відображені в наукових працях сучасних науковців, таких як С.В. Мельниченко [1], М.М. Скопень [2] Д. Бухаліс (Dimitrios Buhalis) [3; 4].

Дослідженню понять «креативність» і «креативний менеджмент» як запоруки організаційного успіху присвячено багато робіт вітчизняних і зарубіжних учених. Однак дослідження управління саме креативним потенціалом туристичного підприємства має фрагментарний характер. Так, українська науковець Н.В. Савицька [5] зазначає, що управління креативним потенціалом є конкретною функцією менеджменту, яка реалізується через його загальні функції, такі як планування, мотивація, організація, контроль.

Ю.В. Правик розглядає питання ведення туристичного бізнесу після COVID-19 і трансформації туристичної галузі після пандемії, зокрема викладає маркетинговий підхід до виходу з кризи.

Необхідність подальшого дослідження управління креативним потенціалом персоналу туристичного під-

приємства та його ролі у формуванні креативних здібностей персоналу, що сприяє активізації інноваційного розвитку туристичного підприємства, визначає актуальність і доцільність роботи.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є обґрунтування необхідності управління креативним потенціалом персоналу туристичного підприємства на засадах інноваційних та комунікативних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Персонал є одним із ключових елементів ефективної діяльності туристичного підприємства, тому потребує відповідного управління кадровим потенціалом, під яким у туристичній індустрії розуміють уміння персоналу застосовувати нові знання та технології, реагувати та приймати креативні організаційні та управлінські рішення, які спрямовані на підвищення якості послуг, задоволення потреб подорожуючих, а також створення позитивного іміджу туристичного підприємства.

Сфера туризму вимагає застосування інноваційних та комунікативних технологій, які за найкоротший проміжок часу можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити швидке резервування, вирішення низки питань у момент надання туристичних послуг. Особливо актуальним це є для операторів, що працюють у сфері в'їзного туризму, отже, мають справу з туристичними агенціями країн, у яких поширення інформаційних технологій має тривалу історію, а нині розвивається більш значними темпами [6, с. 111].

В Україні створено автоматизований інформаційно-рекламний центр «Українська туристична інформаційна система», що має вихід в Інтернет. Це є суттєвим кроком у напрямку створення українського інформаційного туристичного простору та його інтеграції у світовий інформаційний туристичний простір. Програмне забезпечення таких систем дає змогу турсервісерам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформацій-

ному полі туристичної системи та оперативно управляти ними, а саме виставляти нові пропозиції, змінювати ціну, призупиняти продажі [6, с. 115].

Разом із безперечними позитивними моментами, такими як економія витрат на робочу силу, диверсифікація послуг, скорочення термінів підготовки нових послуг і підвищення якості процесу обслуговування, впровадження новітніх інформаційних технологій у систему управління вимагає від керівників туристичних підприємств значних капіталовкладень. Крім того,

через швидкий темп оновлення інноваційних розробок програмне забезпечення швидко втрачає свою актуальність, а внаслідок швидкого оновлення втрачає функціональні якості протягом короткого проміжку часу, що робить оцінювання витрат і позитивних ефектів ще більш проблемним завданням.

В табл. 1 представлено найпопулярніше програмне забезпечення, що дає змогу керівникам туристичних підприємств ефективно управляти бізнес-процесами та заощаджувати на видатках на персонал.

Таблиця 1

**Програмне забезпечення, що використовується
для автоматизації роботи персоналу туристичних підприємств**

Програмне забезпечення	Характеристика
«Парус-Підприємство»	Проста та зручна, потужна повнофункціональна система, що дає змогу автоматизувати усі облікові та управлінські задачі, характерні для підприємств малого та середнього бізнесу.
«Парус-Консультант»	Система, в базі даних якої зібрано низку нормативних документів, що регламентують порядок оподаткування фізичних та юридичних осіб, ведення бухгалтерського обліку, зовнішньоекономічної діяльності та стосуються інших аспектів діяльності турпідприємства.
«Парус-Турагенство»	Система, що дає змогу вести деталізований облік параметрів клієнта, вести облік особистих даних, враховувати параметри квитків на різні види транспорту, здійснювати візову підтримку, формувати рахунки, угоди та платіжні документи, вести облік розрахунків із клієнтами та здійснювати інші операції.
«Парус-Готель»	Система, що полегшує управління номерним фондом, автоматизує процеси бронювання, реєстрації та виїзду клієнтів, формує вартість наданих послуг, здійснює розрахунки з клієнтами, дає змогу формувати актуальну базу даних про номерний фонд, послуги, клієнтів, дає змогу роздрукувати основні форми документів, що використовуються в готельному бізнесі, а також звіти про основні аспекти діяльності готелю. Також слід відзначити системи «Парус-Ресторан», «Парус-Лікувальний заклад», «Парус-Менеджмент і маркетинг».
«САМО-ТурАгент»	Програма, призначена для автоматизації турагентств. Вона дає змогу вести базу даних по заявкам клієнтів, взаєморозрахункам з туристами та туроператорами, оформляти друковані документи. Програма дає можливість підтримувати налаштування та поповнення систем звітів, вести облік телефонних дзвінків. Взаємодіє з програмними комплексами, що підтримують формат TravelXML. Дає змогу використовувати пропозиції різних систем пошуку та бронювання.
«САМО-Тур-автоматизація туроператора»	Призначений для автоматизації туроператорської діяльності. Дає змогу формувати турпакет із послуг постачальників, розраховувати прайс-листи і готувати електронний та паперовий каталоги цін. Робить можливим облік проданих турів, платежів за них, взаєморозрахунків з постачальниками. При цьому ведеться контроль обмежених послуг та готується повний пакет документів для туриста. Програма містить більш ніж 200 готових форм різноманітних документів. Здійснюється обмін даними з програмними комплексами «САМО-ТурАгент» та «SAMO-Incomming».
«Майстер-Тур»	Охоплює всі аспекти діяльності турфірми: від створення прайса і каталогів до реалізації турпродукту, від розрахунку реальної собівартості до ведення взаєморозрахунків з постачальниками, від оперативного обліку до управлінського. Дає можливість доступу до інформації про кожен тур, про кожного клієнта, про кожного партнера і взаєморозрахунки; забезпечує точність у виконанні калькуляції туру; дає змогу легко заповнювати стандартні форми документів. Використовується в роботі менеджерів під час створення та продажу туру, касирів, візового й чартерного відділів і відділу бронювання, економіста, бухгалтера, маркетолога, фінансового директора, генерального директора.
«Майстер-Агент»	Призначена для автоматизації діяльності туристичного агентства. Дає змогу завантажувати ціни операторів для подальшого пошуку за датою заїзду, країною, готелем і ціною. Допомогає швидко оформляти заявки, автоматично формувати і друкувати безліч документів (листи бронювання, путівки, договори тощо).
«АероПринт Плюс»	Програмний комплекс, призначений для автоматизації друку авіаквитків на будь-яких бланках. Маска квитка автоматично заповнюється із систем бронювання GABRIEL, AMADEUS, СИРЕНА, WORLDSPAN, GALILEO. Дає змогу легко і наочно редагувати й додавати нові бланки, забезпечує друк різних платіжних документів, супроводжуючих продаж авіаквитків, формує базу даних по проданих квитках та інших послугах, що дає можливість отримувати будь-які види звітності.

Джерело: сформовано автором на основі джерела [6, с. 148–150]

Креативний потенціал персоналу, впровадження в діяльність новітніх технологій і комунікативних інновацій є невід'ємною складовою частиною успішної діяльності туристичного підприємства, в основі якого лежить творча самореалізація людини. Вона має основне значення для виявлення креативного характеру й потенціалу персоналу, що передбачає розвиток туристичної діяльності, яку слід розвивати як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях.

Креативний потенціал персоналу на туристичних підприємствах є критично важливим для продукування технологічної креативності й комерційних інновацій, а також для розвитку творчої сутності особистості. Тим більше, сьогодні розвиваються смарт-технології як креативний елемент туристичного бізнесу, що включають інтелектуальні і розумні технології, які мають багато функціональних особливостей, що можуть бути адаптовані до туристичної діяльності [6, с. 108–110].

Так, у результаті кризи, пов'язаної з коронавірусом, потреба людей подорожувати та пізнавати щось цікаве й нове не зникла, а підприємливі керівники туристичних фірм винайшли креативний шлях розвитку «віртуального туризму», де кожен бажаючий може безоплатно завітати або купити віртуальний тур чи екскурсію до

бажаного місця. Безоплатні віртуальні тури та екскурсії також важливі з точки зору маркетингової стратегії підприємства, збору контактної інформації споживачів туристичного продукту. Цей інноваційний продукт дав можливість туристичним фірмам не так боляче реагувати на сучасні виклики, пов'язані з пандемією. Крім того, експерти в галузі туризму впевнені, що цей напрям буде популярний і після подолання пандемії.

Висновки. Отже, управління креативним потенціалом персоналу на туристичному підприємстві – це особлива управлінська діяльність, що спрямована на активізацію творчої і комунікативної діяльності працівників щодо генерування, пошуку, розвитку та впровадженні креативних ідей, їх оцінювання та вибору задля реалізації інноваційного розвитку підприємства та одержання стійких і достатніх економічних, екологічних та соціальних результатів.

Важливість та необхідність генерування нових ідей у галузі туризму, розвитку креативного потенціалу персоналу, впровадження в діяльність інноваційних та комунікативних технологій має бути підтримано на рівні керівництва держави, а керівники туристичних підприємств мають знаходити додаткові стимули для розвитку компаній у цьому напрямі.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Київ : КНТЕУ, 2007. 493 с.
2. Скопень М., Сукач М. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі. Київ : Каравела, 2010. 336 с.
3. Buhalis D. E-Tourism: information technology for strategic tourism management. London : Pearson, 2003.
4. Egger R., Buhalis D. E-Tourism Case studies: Management & Marketing issues in e-Tourism. Oxford : Butterworth Heinemann, 2008.
5. Савіцька Н.В., Коломієць О.Л. Управління креативним потенціалом підприємства: стратегія і тактика. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 727 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 143–149.
6. Гуцол А.В. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Сєверодонецьк : Поліграф-Сервіс, 2015. 343 с.

References:

1. Meljnychenko S.V. (2007) Informacijni tehnologhiji v turyzmi: teorija, metodologhija, praktyka [Information technologies in tourism: theory, methodology, practice]. Kyiv: KNTEU. (in Ukrainian)
2. Skopenj M.M., Sukach M.K. (2010) Informacijni systemy i tehnologhiji marketynghu v turyzmi [Information systems and marketing technologies in tourism]. Kyiv: Karavela. (in Ukrainian)
3. Buhalis D. (2003) E-Tourism: information technology for strategic tourism management. London: Pearson.
4. Egger R., Buhalis D. (2008) E-Tourism Case studies: Management & Marketing issues in eTourism. Oxford: Butterworth Heinemann.
5. Savicjka N.V. (2012) Upravlinnja kreatyvnyom potencialom pidpryjemstva: strateghija i taktyka [Management of creative potential of the enterprise: strategy and tactics]. *Visnyk Nacionaljnogho universytetu "Ljvivsjska politekhnika"*, no. 727, pp. 143–149.
6. Ghucol A.V. (2015) Innovacijni tehnologhiji v turyzmi [Innovative technologies in tourism]. Sievierodonetsk: Polihraf-Servis. (in Ukrainian)

Мендела І.Я.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи
*Державний вищий навчальний заклад
"Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника"*

Mendela Iryna

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at Department of Hotel-Restaurant and Resort Business
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

МОЖЛИВОСТІ ДРОПШИПІНГУ В БІЗНЕСІ

Мендела І.Я. Можливості дропшипінгу в бізнесі. У статті виділено визначення дропшипінгу, наведено схему роботи дропшипера, показано моделі виходу дропшипера на ринки B2C та B2B. З'ясовано сутність вимог до дропшипера на ринку та показано створення важливості його бренду. Дропшипінг – це одна з моделей ведення бізнесу, коли у підприємця може не бути запасів товару на складі, власне, й самого складу також може не бути, але покупці замовляють товар в Інтернет-магазині. За такої організації роботи можна легко відкрити власний Інтернет-магазин, не будучи виробником товару. Підприємець в організації посередництва зазвичай зосереджується на маркетингу та розкручуванні себе як бізнесмена, а також починає активніше працювати над збільшенням каналів продажу. В Україні дропшипінг вважається чи не найбезпечнішим способом ведення торгівлі. Підприємців привертають такі переваги, як відсутність необхідності пошуку приміщення для оренди, а також відсутність персоналу.

Ключові слова: дропшипінг, Інтернет, постачальник, бізнес, позиціонування, бренд.

Мендела І.Я. Возможности дропшипинга в бизнесе. В статье выделено определение дропшипинга, приведена схема работы дропшипера, показаны модели выхода дропшипера на рынки B2C и B2B. Выяснена сущность требований к дропшиперу на рынке и показано создание важности его бренда. Дропшипинг – одна из моделей ведения бизнеса, когда у предпринимателя может не быть запасов товара на складе, да и самого склада тоже может и не быть, но покупатели заказывают товар в Интернет-магазине. При такой организации работы можно легко открыть собственный Интернет-магазин, не являясь производителем товара. Предприниматель в посреднической организации обычно сосредоточиться на маркетинге и продвижении себя как бизнесмена, а также начинает активнее работать над увеличением каналов продаж. В Украине дропшипинг считается, пожалуй, самым безопасным способом ведения торговли. Предпринимателей привлекают такие преимущества, как отсутствие необходимости искать помещение в аренду, а также отсутствие персонала.

Ключевые слова: дропшипинг, Интернет, поставщик, бизнес, позиционирование, бренд.

Mendela Iryna. Dropshipping opportunities in business. The article highlights the definition of dropshipping, provides a diagram of a dropshipper, shows models of the dropshipper entering the B2C and B2B markets. The essence of the requirements for the dropshipper on the market is clarified and the creation of the importance of its brand is shown. Dropshipping is one of the models of doing business, when the entrepreneur may not have stocks of goods in the warehouse, in fact, there may be no warehouse at all, but buyers order the goods in the online store. When the dropshipper receives an order to purchase goods, then he or she can buy goods from the supplier or even transfer the customer's data to the supplier, who in turn makes the sale and delivery, and the dropshipper deducts the agreed percentage of sales. Dropshipping is beneficial to all participants in the process. The dropshipping process is traditionally reduced to the following scheme: the initial stage of concluding a contract with the supplier; creation of an online store and further work on promotion; attracting buyers and concluding sales agreements; transfer of orders through the site to the supplier in a way that is usually agreed in advance; the dropshipper sends the completed order to the specified recipient. With such an arrangement, you can easily open your own online store without being a manufacturer of goods. An entrepreneur in the organization of mediation usually focuses on marketing and promoting himself or herself as a businessman, and also begins to work more actively to increase sales channels. In Ukraine, dropshipping is considered to be the safest way to trade. Entrepreneurs are attracted by such advantages as the absence of the need to find premises for rent, as well as the lack of staff, i.e., the absence of the need for large financial investment at the start. The main tool for starting sales through dropshipping is the Internet. Suppliers see real benefits from such cooperation, so are willing to respond to offers. Sites that work on this model are gradually filling free market niches. And even large online stores are partially switching to such a system of cooperation with manufacturers.

Key words: dropshipping, Internet, supplier, business, positioning, brand.

Постановка проблеми. Сьогодні близько 20% торгових оборотів здійснюється не через класичний ринок, а шляхом Інтернет-торгівлі, причому Інтернет-комерція стрімко розвивається, тому найпопулярнішою моделлю онлайн-бізнесу виступає дропшипінг. Проте на даному ринку існують висока конкуренція, певні особливості оцінки прибутку, ризики в репутації, проблеми у формуванні унікальної торговельної пропозиції тощо. Права продавців і покупців захищає Закон України «Про електронну комерцію». Розповсюдженість дропшипінга говорить про актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями дропшипінгу, його організації займаються такі вчені: А. Тирінов, І. Федішин, Б. Керничний, Т. Лункіна, А. Кугляр, Я. Кємова та ін. Вони розглядають питання особливостей обліку операцій дропшипінгу, алгоритм роботи дропшипінгу як інновації у сфері посередницьких послуг в умовах малого бізнесу, наводять статистичні дані дропшипінгу у світовому масштабі. Однак, зважаючи на специфіку дропшипінгу, актуальним є продовження вивчення особливостей його функціонування.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає у визначенні шляхів поліпшення діяльності у сфері дропшипінгу, векторів розвитку такої форми організації діяльності. Для цього нам потрібно змодельовати схему роботи дропшипінгу, показати ринки діяльності дропшипера та з'ясувати сутність вимог до нього на ринку. Важливим залишається вивчення брэнда дропшипера.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах розвитку ринкової економіки з кожним днем усе більше звичайна торгівля витісняється розвитком електронного бізнесу.

Однією з переваг, які може запропонувати Інтернет-ресурс як для потенційних бізнесменів, так і для осіб, які полюбують покупки в Інтернеті, є дропшипінг.

Дропшипінг як електронний бізнес набуває дедалі більших масштабів, особливо в Україні, тому потрібно детально розібратися в усіх тонкощах організації цього бізнесу. Дропшипінг – це форма зайнятості окремих фізичних осіб, які займаються просуванням товарів постачальника (на умовах надання їм знижок на товари, певних пільг, оплати їх послуг тощо).

Варто почати з того, що дропшипінг – це така форма ведення бізнесу, яка зумовлює продаж товарів вашого бізнес-партнера (постачальника) на певній сторінці або платформі, за якого основне завдання – просувати товар і знаходити клієнтів, а всім іншим безпосередньо займається постачальник (рис. 1). Проте постачальник надає перевагу відвантажувати товар та здійснювати відправку товару від імені дропшипера, тим самим формуючи імідж дропшипера. Сучасний глобальний маркетинг надає можливість обслуговування клієнтів незалежно від відстані та наявності розвинутої торговельної інфраструктури [2, с. 160].

Оскільки товар може не перебувати у власності продавця, то дропшипер спочатку пропонує потенційному клієнту інформацію щодо товару, тобто товаром виступає саме інформація на сторінці чи платформі дропшипера. Також вагомим чинником є якість комунікації з клієнтом, що забезпечить дропшиперу високу конкурентоспроможність, а задоволені споживачі

купуватимуть повторно продукцію та збільшувати обсяги прибутку дропшипера. Таким чином, це дасть змогу налагодити співпрацю між дропшипером, виробниками, споживачами та посередниками. Чітке та правильне ведення такого електронного бізнесу дасть змогу досягти високого рівня рентабельності.

Єдина проблема такої, на перший погляд, легкої схеми полягає у серйозності власних намірів дропшипера та правильно вибраній стратегії майбутньої роботи. Для того щоб стати дропшипером, необхідно визначитися з тим товаром, який він продаватиме. Потім потрібно знайти постачальників і майбутніх клієнтів. Необхідно створити власний Інтернет-магазин, сторінки у соціальних мережах, лендінг чи акаунт на маркетплейсі. Найкращою пропозицією є власне створення Інтернет-магазину, що буде вигідно його вирізняти на ринку даних послуг. Такий магазин надасть можливість використовувати кілька каналів продажів: соціальні мережі, прайсагрегатори, маркетплейси. Указані чинники нададуть можливість позиціонувати вказаний бізнес на ринку та бути конкурентоспроможним.

Не слід забувати, що під час створення таких магазинів необхідно сконцентрувати увагу на низці чинників, які відіграють важливу роль у залученні потенційних клієнтів: каталоги товарів з ілюстраціями та детальним описом, оформлення замовлення, наявність інтеграцій для автоматизації роботи, і не менш важливий фактор – дизайн такого Інтернет-магазину.

Дропшипінг є інноваційним для українських реалій, але надзвичайно ефективним, оскільки забезпечує підприємству-виробнику оптимальну логістику збуту продукції за допомогою новітніх інформаційних технологій [3, с. 130].

Оскільки ринок дропшипінгу вважають тільки споживчим, то можна взяти вищу планку і спробувати вийти не лише на фізичного споживача, а й на компанії (рис. 2), тобто їх можна класифікувати залежно від мети придбання товарів. Зазначається, що дропшипінг – це така логістична модель, яка займається роздрібною торгівлею товарів безпосередньо від постачальника до кінцевого споживача. Якщо дропшипер вийде на ринок B2B, то це оптимізує витрати щодо маркетингу



Рис. 1. Схема роботи дропшипера

Джерело: авторська розробка

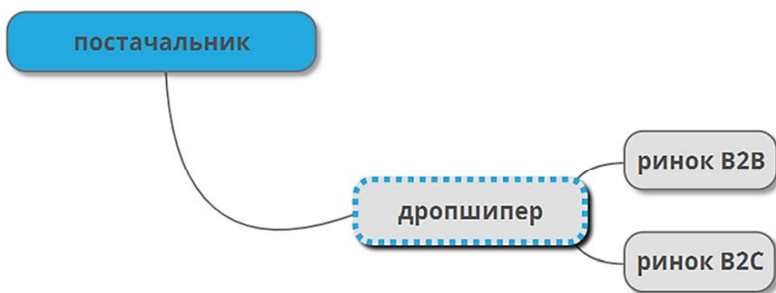


Рис. 2. Ринки дроппіпера

Джерело: авторська розробка

та збуту продукції як постачальника, так і того, хто далі реалізуватиме дану продукцію. Це збільшить кількість потенційних покупців товарів постачальника, а загалом і прибутковість бізнесу дроппіпера. Тобто покупцями товарів, окрім фізичних осіб, можуть виступати інші суб'єкти господарювання, що мають також на меті подальший продаж товарів. Якщо виходити на такий сегмент ринку, то потрібно пам'ятати про якість та кількість продукції, яку продає дроппіпер. Своєю чергою, можна говорити і про вихід на закордонний ринок, оскільки дроппіпінг дає можливість просувати товари не лише в країні виробника, а й за кордоном, що зумовлено низкою переваг, яких досягають учасники цього процесу.

Існує необхідність позиціонування дроппіпера на ринку онлайн-продаж. Щоб бути успішним дроппіпером, потрібно розуміти важливість довгострокового бізнесу. Щоб відрізнятись від короткострокових дроппіперів, необхідно дотримуватися таких вимог ведення бізнесу (рис. 3):

1. Знайти надійного постачальника.
2. Вибрати правильну платформу для створення сайту.
3. Зайняти певну ринкову нішу.
4. Напрацьовувати клієнтську базу.
5. Стати «першим» споживачем продукції постачальника.
6. Здійснювати постійне оновлення продукції.
7. Демонструвати якісні ілюстрації та здійснювати ретельний опис продукції.
8. Надавати гарантійне обслуговування продукції (за можливості).

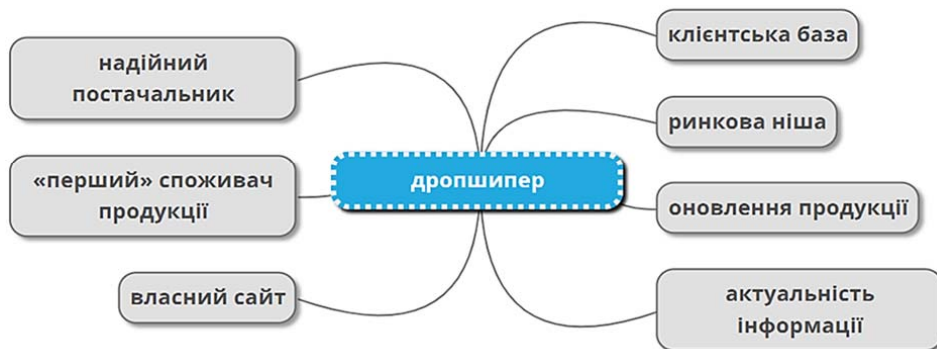


Рис. 3. Вимоги до дроппіпера на ринку

Джерело: авторська розробка

9. Здійснювати індивідуальний підхід до кожного покупця.

10. Створити склад продукції (за можливості або за масштабування бізнесу) тощо.

Завдяки цьому відкриваються вагомні перспективи регіонального економічного розвитку та організації на новому рівні, що враховують інтереси не лише великих компаній, а й дрібних приватних підприємців і конкретних споживачів [2, с. 108].

Для того щоб успішно вийти на ринок, необхідно проаналізувати конкурентоспроможність, оскільки у зв'язку з практичною відсутністю бар'єрів входження на такий

ринок кількість учасників є великою. Потрібно використовувати різноманітні інструменти конкуренції, зокрема цінову конкуренцію. Дроппіперу необхідно створити товар, який вирішує проблему.

Є можливість зайняти нішу з будь-якими цінами на товар, щоб сегментувати споживача товару. Необхідно дроппіперу контролювати якість та доставку товару.

Для залучення більшої кількості клієнтів потрібно займатися ретаргетингом, адже за допомогою цієї форми Інтернет-реклами, яка орієнтована на споживачів, ґрунтуючись на їхніх попередніх діях в Інтернеті, можна значно збільшити обсяги продаж. Обов'язково для позиціонування необхідно створити власний бренд дроппіпера та інші супроводжуючі елементи (рис. 4).

Також можна запропонувати у вигляді гейміфікації кожному сотому відвідувачу та одночасно клієнту 10%-ву знижку на замовлення товару, для постійних клієнтів у посилку додавати листівку з побажаннями або сувеніри з логотипом дроппіпера, що сприятиме збільшенню обсягу продаж.

Висновки. Таким чином, особливості дроппіпінгу полягають у тому, що існує необхідність доступу до мережі Інтернет та наявності надійного постачальника. Дроппіпер від імені постачальника має можливість самостійно створювати і просувати товари в Інтернеті. Великою перевагою дроппіпера є те, що він може співпрацювати з будь-якою кількістю постачальників та клієнтів одночасно, тобто у нього немає ніяких кількісних обмежень.

Щоб дроппіперу вирізнитися з-поміж конкурентів на ринку, необхідно дотримуватися певних вимог та створити свій власний бренд.

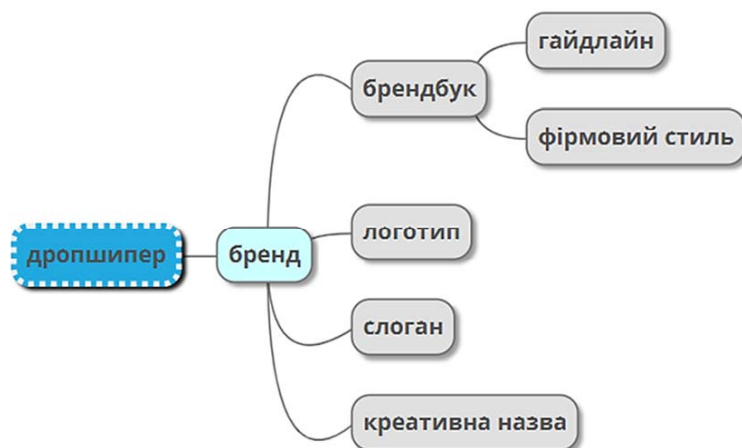


Рис. 4. Створення бренду дроппіпера

Джерело: авторська розробка

Отже, дроппіпінг дещо простіший за традиційну онлайн-торгівлю, якщо, звичайно, знайти правильну стратегію дроппіпінгової комерції. Усі учасники такого виду бізнесу впливатимуть на результати діяльності дроппіпера. Для того щоб якнайкраще мінімізувати труднощі, необхідно знайти надійних постачальників, правильно вибрати платформу, детально

розробити доступну та зручну торговельну площадку, активно займатися просуванням сторінки, орієнтуватися на споживачів та пропонувати їм вигідні акції. Саме завдяки цим чинникам можна створити справді могутній довгостроковий бізнес і навіть мережу магазинів в Інтернеті, який стабільно приносить дохід.

Список використаних джерел:

1. Лункіна Т.І., Кугляр А.А., Кємова Я.Р. Дроппіпінг як сучасний напрям розвитку бізнесу в Україні. *Modern Economics*. 2020. № 24(2020). С. 107–112.
2. Тирінов А.В. Сутність та особливості обліку операцій дроппіпінгу в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. № 28. С. 160–163.
3. Федішин І., Керничний Б. Дроппіпінг в Україні – інновація у сфері посередницьких послуг в умовах малого бізнесу. *Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку*: матеріали V Всеукр. наук.-прак. конф. пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М.Н. Чумаченка. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. С. 129–130.

References:

1. Lunkina T.I., Kughljar A.A., Kjemova Ja.R. (2020) Dropshypingh jak suchasnyj naprjam rozvytku biznesu v Ukrajinі [Dropshipping as a modern trend of business in Ukraine]. *Modern Economics*, no. 24, pp. 107–112.
2. Tyrinov A.V. (2018) Sutnistj ta osoblyvosti obliku operacij dropshypinghu v Ukrajinі [The essence and features of accounting for dropshipping operations in Ukraine]. *Naukovyj visnyk Khersonsjkogho derzhavnogho universytetu*, no. 28, pp. 160–163.
3. Fedyshyn I., Kernychnyj B. (2016) Dropshypingh v Ukrajinі – innovacija u sferi poserednycjkykh poslugh v umovakh malogho biznesu [Dropshipping in Ukraine is an innovation in the field of intermediary services in small businesses]. *Innovacijni zasady upravlinnja pidpryjemstvamy v umovakh stalogho rozvytku: materialy V Vseukr. nauk.-prak. konf. pam'jati pochesnogho profesora TNTU, akademika NAN Ukrajinu Chumachenka Mykoly Ghryghorovycha (Ukrajina, Ternopilj, 2016), Ternopilj: TNTU imeni Ivana Puljuja*, pp. 129–130.

УДК 330.342.3

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-14>

Палант О.Ю.

доктор економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування
*Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Джабраїлов А.М.

аспірант кафедри підприємництва та бізнес-адміністрування
*Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Palant Oleksii

Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor Department of Business Economics
and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Dzhabrailov Arsen

Postgraduate Student at the Department of Business Economics
and Business Administration
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТРАМВАЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Палант О.Ю., Джабраїлов А.М. Дослідження техніко-економічних показників функціонування трамвайних підприємств України. Існує спільна для всіх комунальних підприємств громадського транспорту проблема низької рентабельності пасажироперевезень. Економічні та управлінські проблеми галузі, помножені на незадовільний рівень якості транспортних послуг, зумовлюють її низьку конкурентоздатність. У статті розглянуто групи показників, що визначають техніко-економічний рівень складової частини міського громадського транспорту – трамвайних підприємств, – та визначено економічні та технічні фактори, що впливають на їхній кризовий стан. Для повного, своєчасного та якісного задоволення потреб населення в пересуваннях трамвайним підприємствам необхідно зосередити увагу на покращенні власних техніко-економічних показників, не забуваючи про якість надання послуг. Попри деякі позитивні зрушення, галузь все ще перебуває в глибокій кризі, і тільки комплексний підхід до вирішення назрілих проблем дасть їй змогу згодом вийти на беззбитковий рівень.

Ключові слова: трамвайне господарство, транспортна інфраструктура, колійне господарство, міський громадський транспорт, пасажирські перевезення, економічні показники.

Палант А.Ю., Джабраїлов А.М. Исследование технико-экономических показателей функционирования трамвайных предприятий Украины. Существует общая для всех коммунальных предприятий общественного транспорта проблема низкой рентабельности пассажироперевозок. Экономические и управленческие проблемы отрасли, умноженные на неудовлетворительный уровень качества транспортных услуг, обуславливают ее низкую конкурентоспособность. В статье рассмотрены группы показателей, которые определяют технико-экономический уровень составляющей городского общественного транспорта – трамвайных предприятий, – и определены экономические и технические факторы, влияющие на их кризисное состояние. Для полного, своевременного и качественного удовлетворения потребностей населения в передвижениях трамвайным предприятиям необходимо сосредоточить внимание на улучшении собственных технико-экономических показателей, не забывая о качестве предоставления услуг. Несмотря на некоторые положительные сдвиги, отрасль все еще находится в глубоком кризисе, и только комплексный подход к решению назревших проблем позволит ей впоследствии выйти на безубыточный уровень.

Ключевые слова: трамвайное хозяйство, транспортная инфраструктура, рельсовое хозяйство, городской общественный транспорт, пассажирские перевозки, экономические показателя.

Palant Oleksii, Dzhabrailov Arsen. The study of technical and economic indicators of tram enterprises functioning in Ukraine. The existing problem of low profitability of passenger transportation, which is common for all public transport utilities, also has some common reasons that gave rise to them. The economic and management problems of the industry multiplied by the unsatisfactory level of transport services quality determine its low

competitiveness. The article considers the groups of indicators determining the economic condition of the enterprises under consideration. These include: the state of the rolling stock inventory, the age of tram cars on the balance sheet of enterprises, the state of the tram infrastructure, as well as financial indicators. The article describes in detail the volume of passenger traffic over the past 10 years and changes in the balance of income and expenses of tram enterprises in the country. For the first time, the analysis of indicators of the efficiency of financial and operational activities of tram enterprises in the country has been made. Both the technical and economic level of a component of urban public transport – tram enterprises, and economic and technical factors influencing their crisis state has been determined. It is concluded that for the complete, timely and high-quality satisfaction of the people's need for transportation, tram enterprises need to focus on improving their own technical and economic indicators taking into consideration the quality of the services provided and the safety of passenger transportation. Despite some positive shifts (extensive modernization of used tram cars, good prospects for establishing the production of domestic trams, repair and reconstruction of tram tracks and energy facilities, and others), the industry is still in a deep crisis, and only an integrated approach to solving urgent problems will allow the industry to reach a break-even level in the future. A comprehensive solution to the problems of improving the technical and economic indicators of tram enterprises functioning is an important component of improving the quality, safety and reliability of transport services for the residents of our cities, will make cities and towns of Ukraine safer places from the environmental point of view.

Key words: tram facilities, transport infrastructure, rail industry, urban public transport, passenger transportation, economic indicators.

Постановка проблеми. Спільна для всіх комунальних підприємств громадського транспорту проблема низької рентабельності пасажироперевезень має спільні витoki, такі як хронічна збитковість, недоотримання фінансової підтримки з боку міських бюджетів, недостатні темпи впровадження електронної безготівкової системи оплати, критичний знос парку рухомого складу та всієї транспортної інфраструктури, невиправдане дублювання комерційними маршрутами маршрутів комунального транспорту, низький рівень культури водіїв транспортних засобів, що позначається на безпеці, якості та комфортності перевезень, наслідком чого є зростання витрат часу на переміщення, недотримання розкладів та інтервалів руху, неузгодженість руху між різними видами транспорту, майже повна відсутність поінформованості пасажирів щодо наявних маршрутів та їх функціонування. Проблеми галузі та незадовільний рівень якості транспортних перевезень зумовлюють низьку конкурентоздатність міського громадського комунального транспорту. Для підприємств-перевізників це відбивається на скороченні обсягів транспортної роботи і, як наслідок, на скороченні надходжень грошових коштів за перевезення пасажирів, що тягне до скорочення податкових відрахувань до бюджету. Отже, невідповідність стану галузі сучасним вимогам є однією з основних проблем функціонування та розвитку міського громадського транспорту. Для трамвайних підприємств країни всі перераховані проблеми стоять дуже гостро також тому, що тільки вони мають у своїй структурі витратне з економічної точки зору колійне (рейкове) господарство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз та розроблення завдань щодо основних напрямів реформування міського електричного транспорту проведено в роботі В.В. Вірченка [1], проблематика стратегічної системної модернізації та реструктуризації галузі докладно та розгорнуто вивчені в монографіях [2–5]. К.С. Вакуленко та В.К. Доля в роботі [6] звернулись до проблематики управління міськими пасажирськими транспортними системами. В.В. Костецький у роботі [7] опікується актуальними проблемами формування фінансових ресурсів підприємств міського електротранспорту, а найбільш загальними сучасними

проблемами, напрямами удосконалення та перспективами розвитку міського електричного транспорту діляться у своїх роботах В.С. Постніков [8], Н.В. Добрава [9], О.В. Димченко із співробітниками [10] та К.В. Гнедіна [11].

Попри значну кількість наукових праць та істотні досягнення у теорії і практиці економіки пасажироперевезень, недостатньо дослідженими залишаються питання економіки саме трамвайних господарств, бо саме вони відрізняються від інших видів міського громадського транспорту найбільш складною інфраструктурою, що потребує вкладання великих коштів на її утримання та відновлення (більшість наукових праць присвячена технічному аспекту питання).

Формулювання завдання дослідження. Метою дослідження є визначення факторів, що чинять вплив на ефективність пасажироперевезень міським громадським транспортом (трамваєм), та окреслення шляхів подальшого розвитку трамвайних підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Станом на 1 січня 2020 року в Україні функціонують трамвайні господарства в 14 містах (за винятком господарств Автономної Республіки Крим та непідконтрольних територій Донецької і Луганської областей). Їх більшість є членами Всеукраїнського об'єднання підприємств міського електротранспорту України – Корпорації «Укрелектротранс».

В табл. 1 наведено список міст України, де функціонує або функціонував трамвай за всі роки його існування на території України, складений за джерелом [12].

Крім традиційних трамвайних господарств, в Україні існувала унікальна міжміська трамвайна лінія – Севастополь-Балаклава, а в місті Євпаторія нині діють локальні трамвайні лінії, що обслуговують нетрамвайне підприємство, а саме ВАТ «Пансіонат «Береговий»». Крім того, в м. Кривий Ріг є не схоже на інші підприємство – КП «Швидкісний трамвай». Воно обслуговує денний пасажиропотік 80 тис. пасажирів, його колія має довжину 18 км, вона частково (7 км) проходить під землею, має 11 станцій, 4 з яких розташовані під землею, трамваї курсують по 4 маршрутах та мають змогу рухатись зі швидкістю до 70 км/год.,

їх обслуговують 2 депо. В складі КП «Київпаstrанс» є аналогічний підрозділ, що експлуатує швидкісний рух трамваїв по відособленій лінії.

Таблиця 1

**Перелік міст України,
де існує чи існував трамвайний рух**

Назва міста (міжміської лінії)	Дата відкриття руху трамваїв	Примітки
Київ	14 червня 1892 року	
Авдіївка	23 серпня 1965 року	
Вінниця	15 жовтня 1913 року	
Вуглегірськ	10 листопада 1958 року	
Горлівка	7 листопада 1932 року	
Дніпро	27 червня 1897 року	
Донецьк	15 червня 1928 року	
Дружівка	5 листопада 1945 року	
Євпаторія	10 травня 1914 року	
Єнакієве	21 жовтня 1932 року	
Житомир	24 серпня 1899 року	
Запоріжжя	17 липня 1932 року	
Кам'янське	7 жовтня 1935 року	
Керч	8 листопада 1935 року	Трамвай зруйновано у 1941 році
Конотоп	20 грудня 1949 року	
Костянтинівка	30 серпня 1931 року	
Краматорськ	12 травня 1937 року	
Кременчук	22 листопада 1899 року	Трамвай демонтовано у 1920–1921 рр.
Кривий Ріг	1 січня 1935 року	
Кропивницький	13 липня 1897 року	Трамвай зруйновано у 1941 році
Луганськ	3 травня 1934 року	
Львів	31 травня 1894 року	
Макіївка	23 листопада 1924 року	
Маріуполь	1 травня 1933 року	
Миколаїв	3 січня 1915 року	
Одеса	24 вересня 1910 року	
Севастополь	24 вересня 1898 року	Трамвай зруйновано у 1942 році
Сімферополь	31 липня 1914 року	Трамвай демонтовано у 1968–1970 рр.
Стаханов	8 лютого 1936 року	
Харків	3 липня 1906 року	
Чернівці	18 липня 1897 року	Трамвай демонтовано у 1966–1967 рр.
Міжміська трамвайна лінія Севастополь-Балаклава	2 травня 1925 року	Зруйновано у 1942 році

Дані табл. 1 свідчать про те, що трамвайне господарство міст України було розвиненим та потужним, перевозило значну кількість пасажирів наших великих

та малих міст, а зараз, на жаль, з різних причин значно скоротилось.

Далі наведемо результати аналізу сучасного економічного стану трамвайних господарств України за показниками, що ми вибрали для найбільш повної та всебічної характеристики їх функціонування. Перший показник – наявність та стан рухомого складу експлуатації.

Загальна кількість трамвайних вагонів, що експлуатуються сьогодні, становить 2 248, зокрема службових – 243 (10%), а пасажирських – 2 005 (90%), погрішність перебуває у межах 1% (кількість вагонів, що експлуатуються, – величина непостійна, зміни можуть відбуватися кожного дня з огляду на «поважний» вік парку рухомого складу).

У період 1991–2019 років придбано 138 нових вагонів, у середньому 5 вагонів на рік, у тому числі по країнах їх виробництва маємо такі показники: Польща – 48 вагонів, Україна – 78, Росія – 12, Білорусія – 1, завезені з Німеччини, Чехії, Словаччини, Латвії нині експлуатуються на трамвайних маршрутах 358 вагонів, що раніше були у вжитку. Практично 90% з них пройшли модернізацію та адаптовані до використання в Україні підприємствами-перевізниками чи спеціалізованими підприємствами. У період 2009–2019 років на базі трамваїв ТЗ- та ТЗМ-виробництва Чехословаччини підприємствами України створено або модернізовано 11 нових версій (або модифікацій) вагонів цих типів, усього 206 вагонів, у тому числі 60% із них у Харкові, 30% у Києві, 10% в інших містах України.

Середній строк експлуатації трамвайного вагона становить 25 років. З огляду на те, що за останні 25 років загальний розмір трамвайного парку України скоротився більш ніж у два рази, для збереження наявного парку (порядку 2 000 одиниць) необхідна його повна заміна.

Інвентарний парк трамвайних вагонів по містах України станом на 1 січня 2020 року становив 2 309 пасажирських вагонів, впродовж року поповнився на 58 одиниць, при цьому вибуло 75 одиниць, загальний баланс складає 17 вагонів на рік. Нові та модернізовані (що були вже вжитку) трамваї отримали підприємства міст Львова, Конотопа, Харкова, Дніпра та Запоріжжя.

В табл. 2 наведено дані щодо інвентарного парку вагонів по містах України, які згруповані по роках. В табл. 3 наведено дані щодо *віку трамвайних вагонів*, що нині експлуатуються трамвайними підприємствами країни, які згруповані за десятиріччями. За даними Корпорації «Укрелектротранс», зношеність парку рухомого складу по трамвайних вагонах складає 92,5% [13].

Така розбіжність у цифрах, що наведені в тексті статті та в графі «Всього» табл. 2, обумовлена тим, що на баланс підприємств є вагони, рік випуску яких раніше за 1960 рік, а для табл. 3 – раніше за 1909 рік.

Хоча є позитивні зрушення в розвитку електро-транспорту. В Україні періоду незалежності створено власний виробничий потенціал для виготовлення трамвайних вагонів. Це холдингова компанія «Луганськтепловоз» та спільне українсько-чеське підприємство «Татра-Юг» (головний офіс розташовано в м. Одесі, виробничі площі – в м. Дніпрі). Вітчизняні виробники здатні забезпечити потребу підприємств міського електротранспорту у рухомому складі, який за показниками енергоспоживання, надійності і комфортності

Таблиця 2

Інвентарний парк трамвайних вагонів по містах України

№	Міста України	Вагони Т3 та Т3М (1960–1991 роки)	Вагони на базі Т3 та Т3М (2010–2019 роки)	Нові вагони	Імпорт б/в вагонів (1991–2019 роки)	Інші	Всього
1	Житомир					25	255
2	Київ	382	22	81			485
3	Львів			9	57	69	135
4	Вінниця				115	39	154
5	Кам'янське	19		1		14	34
6	Дніпро	80	34		98	35	247
7	Запоріжжя	109	10	1	13		133
8	Кривий Ріг	56		9		79	144
9	Миколаїв	14	1	6		34	55
10	Одеса	163	33	11			207
11	Дружківка	6	3			7	16
12	Конотоп		6	1		13	20
13	Маріуполь	35	17	10		5	67
14	Харків	183	80	10			273
	Всього	1 047	206	139	283	320	1 995

Таблиця 3

Вік трамвайних вагонів по містах України

№	Міста України	1909–1940 роки	1941–1950 роки	1951–1960 роки	1961–1970 роки	1971–1980 роки	1981–1990 роки	1991–2000 роки	2001–2010 роки	2011–2019 роки	Всього
1	Житомир			3		3	23				29
2	Київ	3	1	1	21	86	315	9	9	94	539
3	Львів	2		2	6	8	120			9	147
4	Вінниця			30	89	13	34				166
5	Кам'янське					2	25	12		1	40
6	Дніпро				7	62	158	46	6		279
7	Запоріжжя			3	8	36	73	21	1	6	148
8	Кривий Ріг				2	9	86	57	10		164
9	Миколаїв				1	1	37	13	8		60
10	Одеса			4	11	53	141	11	10	1	231
11	Дружківка					1	16				17
12	Конотоп				1	4	16		1		22
13	Маріуполь			2	2	7	40	10	18	3	82
14	Харків	1	5	3	8	86	160	37	14		314
	Всього	6	6	48	156	371	1 244	216	77	114	2 238

не поступається аналогам у розвинутих європейських країнах та СНД [14]. Водночас почастішали випадки ввезення на територію України трамвайних вагонів, які не відповідають чинним стандартам України. На цей час нормативних актів, які регулюють питання ввезення трамвайних вагонів на митну територію України, не існує [14]. Проте стаття 31 Закону України «Про дорожній рух» передбачає, що транспортні засоби, які ввозяться на територію України, підлягають перевірці на відповідність чинним в Україні стандартам. Отже, під час завезення на територію України трамвайних вагонів, що були у вжитку, треба попередньо обов'язково перевіряти їх на відповідність чинним державним стандартам.

Щодо *інфраструктури трамвайних господарств* України, то показники стосовно їх характеристик наве-

дені в табл. 4 (дані в стовпчику та у рядку «Всього» по кількості тягових підстанцій наведені сумарно по трамвайним, тролейбусним та змішаним підстанціям; стовпчики «Прибуло/вибуло» стосуються показників за 2019 рік). Кількість трамвайних депо в Україні станом на 1 січня 2020 року складає 30, на цей же період часу кількість трамвайних маршрутів – 174, протяжність колії – понад 1 800 км (у двоколіїному вимірі) [13]. Для порівняння, ці ж показники станом на 1 січня 2013 року були такими: кількість трамвайних депо – 31, кількість трамвайних маршрутів – 193, протяжність колії – близько 1 950 км [15]. Прослідковується тенденція щодо зниження всіх кількісних показників стосовно наявної трамвайної інфраструктури загалом. З даних табл. 4 видно, що впродовж 2019 року не було введено в експлуатацію нових трамвайних колій та не

були організовані нові трамвайні маршрути. Лише відбувалися скорочення та припинення руху, а саме в містах Краматорськ та Костянтинівка Донецької області.

Зупинимося на характеристиці трамвайних колійних господарств міст України. Як відомо, *трамвайні колії* в процесі експлуатації зазнають пошкоджень – розладів положення рейок – переважно за шириною колії, осідання та просідання. Трамвайна колія схильна до утворення тріщин, відколів рейок, пошкоджень шпал, таких як гниття дерев'яних, тріщини та руйнування бетону залізобетонних. Колійне господарство потребує ремонтів. Крім того, традиційним конструкціям трамвайних колій притаманні недоліки, такі як вібрація та шум, швидке накопичення пошкоджень, через які вони є відносно недовговічними. Сучасні конструкції колії характеризуються меншими вібрацією та шумом, меншою пошкоджуваністю, однак мають свої недоліки. Одна з них – безстикова колія – схильна до викидів рейок та розривів зварних стиків. Викиди рейок влітку та розрив зварних з'єднань взимку відбуваються від значних температурних напружень, що виникають у разі порушення умов експлуатації колії. Інша технологія – безбаластна – зазвичай більш дорога порівняно з традиційною, але набагато більш довго-

вічна і потребує значно менше коштів на її поточне утримання.

Під час руху трамваїв періодично відбуваються їх сходи з рейок, причинами яких вважаються розлади та зношення колії і рухомого складу, порушення швидкісного режиму через людський фактор, дорожньо-транспортні події тощо. Відзначено близькість більшості найбільш пошкоджуваних ділянок трамвайних колій та місць сходів трамвайних вагонів до водотоків, ліній залізниць та метрополітенів.

Надлишкові електричні заряди на поверхні та конструкціях колії сприяють утворенню та розвитку пошкоджень, обумовлюючи підняття ґрунтових вод за рахунок електроосмосу, що підсилює обводнення від атмосферних вод; розрідження глинистого ґрунту за рахунок електростатичного відштовхування його частинок згідно з теорією стійкості дисперсних систем, що сприяє утворенню виплесків та провалів; погіршення механічних властивостей сталі та бетону, що негативно впливає на стійкість дорожнього покриття, утворюючи відколи, злами, розриви, знос та викиди рейок. Близькість найбільш пошкоджуваних ділянок до водотоків, ліній залізниць та метрополітену може бути джерелом струмів витоку та надлишкових електричних зарядів. У разі

Таблиця 4

Характеристика інфраструктури трамвайних господарств України станом на 1 січня 2020 року

№	Найменування підприємства	Контактна мережа трамвая	Прибуло/вибуло трамвайної колії	Трамвайна колія, км	Кількість трамвайних депо	Прибуло/вибуло трамвайних маршрутів	Кількість трамвайних маршрутів	Кількість тягових підстанцій
1	КП «Авдіївське ТТУ»	24		24	1		2	2
2	КП «Вінницька транспортна компанія»	44		44	1		6	20
3	КП «Горлівське ТТУ»	59,4		59,4	1		4	11
4	КП «Дніпровський електротранс.», ДМР	182,37		172,00	1		14	39
5	КП ДМР «Донелектроавтотранс»	129,5		129,5	2		9	38
6	КП «Дружківка автоелектротранс», ДМР	26,4		26,4	1		3	2
7	КП «ТУ ім.Пятецького», м. Євпаторія	20		20	1		4	2
8	ВАТ «Пансіонат» «Береговий», м. Євпаторія	1,6		1,6	1		1	1
9	КП «Снаківське ТТУ»	32,7		32,7	1		3	5
10	КП «Житомирське ТТУ», ЖМР	17,5		17,5	1		1	11
11	ЗКП МЕТ «Запоріжелектротранс»	100,5		99,3	1		7	30
12	КП КМР «Транспорт», м. Кам'янське	77,9		77,2	1		4	14
13	КП «Київпастранс»	239,4		230,2	3		21	91
14	КП «Конотопське ТУ»	27,8		27,8	1		3	2
15	КП «Костянтинівське ТУ»		-31	0		-2	0	-2
16	КП «Краматорське ТТУ» <i>Припинено</i>	34,7		34,7	1			5
17	КП «Швидкісний трамвай», м. Кривий Ріг	131,7		131,5	2	5	21	18
18	МКП «Луганськеелектротранс»	92,2		92,2	1		9	14
19	ЛКП «Львівелектротранс»	81,8		81,8	1	-3	8	20
20	КП «Маріупольське ТТУ»	100,3		100,3	3		12	20
21	КП ММР «Миколаївелектротранс»	69,6		69,6	1		6	11
22	КП «Одесміськеелектротранс»	203,6		197,63	2		24	36
23	Підприємства МЕТ м. Харкова	216,7		217,2	3		14	59
	Всього	1 854,97	-31	1 827,83	30	0	174	669

збігу місць, де накопичились надлишкові електричні заряди, з місяцями розладнаних колій, випадками порушення водіями швидкісного режиму у кривих ці заряди можуть сприяти сходом трамваїв з рейок.

Зниження вібрації та шуму, що утворює трамвайний рух, має забезпечуватись застосуванням вібропоглинальних матеріалів, а електричних впливів – застосуванням матеріалів, що мають більш високий електричний опір.

Утримання колійного господарства в належному стані робить трамвайний транспорт дорогим видом міського громадського транспорту, і йому важко конкурувати з тролейбусами та автобусами.

Влаштування і розміщення колії трамвая виконують з огляду на вимоги сумісності з вулицею, пішохідним та автомобільним рухом, а також провідної здатності шляхів і прийнятної швидкості сполучення, економічності в спорудженні та експлуатації. Ці вимоги часто вступають у протиріччя одна з одною, тому в кожному окремому випадку вибирається компромісне рішення, що відповідає місцевим умовам.

Далі перейдемо до аналізу фінансових показників роботи трамвайних підприємств країни.

Загалом у більшості областей України в період 2010–2015 років простежувалась стійка тенденція до зниження обсягів транспортної роботи трамвайних господарств [14], серед яких, як підкреслює автор, особливо слід виділити місто Київ та Харківську, Сумську, Львівську, Запорізьку, Луганську, Вінницьку, Дніпропетровську області. При цьому слід відзначити, що в таких регіонах, як Житомирська область та місто Київ, скорочення обсягів роботи трамвайних господарств протягом зазначеного періоду було настільки стрімким та вагомим, що в подальшому збереження подібної тенденції могло би поставити під загрозу забезпечення цих регіонів наведеним видом міського електричного транспорту. Детальну інформацію щодо динаміки перевезень пасажирів трамвайними вагонами по областях України за цей період наведено в табл. 5. Картина щодо цих самих показників за період 2015–2019 років наведена в табл. 6. Такий період ми вибрали для аналізу стану фінансових показників трамвайних під-

Таблиця 5

Обсяги перевезень пасажирів трамвайними вагонами по областях України, 2009–2013 роки (млн. пас.)

Регіон	Роки					Темпи приросту, %			
	2009	2010	2011	2012	2013	2010/2009 роки	2011/2010 роки	2012/2011 роки	2013/2012 роки
Україна	1 083	1 027	963	787	714	-5,17	-6,23	-18,28	-9,28
АР Крим	10	13	15	14	14	30,00	15,38	-6,67	0,00
Області									
Вінницька	63	62	54	53	57	-1,59	-12,90	-1,85	7,55
Дніпропетровська	234	225	190	157	149	-3,85	-15,56	-17,37	-5,10
Донецька	192	193	197	155	150	0,52	2,07	-21,32	-3,23
Житомирська	16	17	21	9	9	6,25	23,53	-57,14	0,00
Запорізька	73	61	62	58	56	-16,44	1,64	-6,45	-3,45
Луганська	14	13	12	12		-7,14	-7,69	0,00	–
Львівська	59	52	50	49	50	-11,86	-3,85	-2,00	2,04
Миколаївська	49	40	40	32	22	-18,37	0,00	-20,00	-31,25
Одеська	65	62	52	58	48	-4,62	-16,13	11,54	-17,24
Сумська	8	8	7	7	6	0,00	-12,50	0,00	-14,29
Харківська	130	118	101	77	75	-9,23	-14,41	-23,76	-2,60
м. Київ	170	163	162	106	69	-4,12	-0,61	-34,57	-34,91

Джерело: сформовано авторами на основі [14]

Таблиця 6

Обсяги перевезень пасажирів трамвайними вагонами по областях України, 2015–2019 роки (млн. пас.)

Регіон	Роки					Темпи приросту, %			
	2015	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Україна	617,19	577,22	511,04	553,83	537,96	-6,47	-11,4	+8,4	-2,86
Вінницька область	63,3	59,16	59,48	59,15	55,78	-6,5	+0,54	-0,55	-5,7
Дніпропетровська область	145,61	133,23	127,59	116,79	108,3	-8,5	-4,2	-8,46	-7,27
Донецька область	47,35	39,42	34,52	30,93	24,63	-16,7	-12,4	-10,4	-20
Житомирська область	7,82	7,59	7,84	7,49	7,28	-2,9	+3,3	-4,46	-2,8
Запорізька область	41,57	36,84	32,15	27,59	26,5	-11,4	-12,7	-14,2	-3,95
Луганська область	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Львівська область	59,57	54,39	–	58,81	63,12	-8,7	–	–	+7,3
Миколаївська область	29,9	25,99	23,59	24,35	22,17	-13	-9,23	+3,2	-8,9
Одеська область	110,12	109,1	107,21	118,04	133,65	-0,93	-1,73	+10,1	+13,2
Сумська область	–	–	–	–	–	–	–	–	–
м. Київ	111,95	111,5	118,66	110,68	96,53	-0,4	+6,42	-6,7	-12,7

приємств країни, тому що 2020 рік не є показовим у зв'язку з перебоями в роботі громадського транспорту та суттєвим зниженням пасажиропотоку, пов'язаними з карантинними заходами та нестабільною роботою інших підприємств.

Порівнюючи дані табл. 5 та 6, чітко простежуємо тенденцію до щорічного зниження обсягів перевезень, незмінний від'ємний баланс темпів приросту, що вказує на занепад галузі громадського транспорту наших міст. Лише у 2018 році темп приросту мав позитивне значення загалом по країні за рахунок приросту обсягів перевезень в Одеській та Миколаївській областях.

В табл. 7 наведемо динаміку змін витрат і доходів трамвайних підприємств по роках, що ми вибрали для проведення дослідження.

Зростання доходів збільшувалося з року в рік не за рахунок підвищення показників роботи трамвайних підприємств, а за рахунок підвищення тарифів, тобто за рахунок підвищення вартості проїзду одного пасажирів, а також за рахунок надходження коштів (фінансової підтримки) з бюджетів міст. Якщо порівняти суми доходів від реалізації квитків і суми доходів підприємства загалом, то відсоток рідко сягав 30% (табл. 8), тобто

трамвайні господарства були та залишаються дотаційними (планово-збитковими) підприємствами.

На це вказує також проведений аналіз динаміки змін основних показників діяльності трамвайних підприємств країни (табл. 9). Цифри не втішні. Глибока криза стану галузі виявляється у всіх показниках. Особливо це помітно у зростанні собівартості 1 км пробігу рухомого складу та собівартості перевезення 1 пасажирів більш ніж в два рази за досліджуваний період за зменшення обсягів транспортної роботи та кількості перевезених пасажирів. Показники ефективності фінансово-експлуатаційної діяльності трамвайних господарств країни за 2019 рік наведені в табл. 10 (РС – рухомий склад).

Надаючи характеристику двом показникам із табл. 10, таким як покриття доходами від реалізації квитків витрат на 1 км пробігу рухомого складу з пасажиром та рівень рентабельності роботи підприємства, вираженим у відсотках, бачимо, що ці показники для більшості трамвайних підприємств країни залишаються на дуже низькому рівні. Перший показник сягає від 40% до 10%, а другий для більшості підприємств не дотягує до 100%. Отже, покриття витрат підприємства

Таблиця 7

Динаміка змін витрат і доходів трамвайних підприємств

Показники	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Доходи від реалізації квитків	398 612,3	394 703,8	471 112,4	678 951,1	842 328,3
Доходи всього	1 287 903,0	1 364 344,0	1 772 402,0	2 358 352,0	3 052 954,0
Витрати	1 245 469,0	1 402 448,4	1 738 891,7	2 583 212,9	3 118 171,5

Таблиця 8

Частка покриття витрат доходами від продажу квитків, %

Показник	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Частка покриття витрат доходами від продажу квитків, %	32,0	28,1	27,1	26,3	27,0

Таблиця 9

Аналіз динаміки змін основних показників діяльності трамвайних підприємств

Показники	Роки					Зміни, %, 2019/2015 роки
	2015	2016	2017	2018	2019	
<i>Економічні, тис. грн.</i>						
Доходи загалом	1 287 903	1 364 344	1 772 402	2 358 352	3 052 954	137,0
одержані дотації	398 134	879 305,9	1 206 235	1 511 290	1 759 434,16	341,9
реалізація квитків за проїзд	398 612	394 703,76	471 112	678 951,1	842 328,26	111,3
чистий дохід від інших видів діяльності	–	70 751,5	51 074,5	97 007,43	102 868,798	45,4
оплата транспортної роботи за договором	–	19 582,7	43 980,6	71 103	348 323,1	1 678,7
Видатки	1 245 469	1 402 448,35	1 738 892	2 583 213	3 118 171,53	150,4
Збитки	42 434	-38 104,4	33 510,4	-224 860	-65 217,5	-153,7
Собівартість 1 км пробігу рухомого складу, грн.	20,4	22,8	31,1	46,0	55,7	
Собівартість перевезення 1 пасажирів, грн.	2,0	2,4	3,4	4,6	5,7	
<i>Технічні</i>						
Обсяги транспортної роботи, тис. км	61 179,4	61 433,2	55 860,4	56 115,43	55 996,6	-8,5
<i>Соціальні</i>						
Перевезено пасажирів, тис. пас.	62 5435	584 519,8	517 571	557 610,4	542 822,71	-13,2

Таблиця 10

Показники ефективності фінансово-експлуатаційної діяльності трамвайних підприємств України за 2019 рік

Підприємство	Ефективність						Середньомісячна зарплата одного працівника, грн.
	забезпечення транспортної роботи – середньодобовий пробіг одиниці РС, км	забезпечення пасажиро-перевезень – середньодобові пасажироперевезення випущеною на лінію одиницею РС, ос.	збір плати за проїзд – дохід від реалізації квитків на 1 км транспортної роботи, грн.	експлуатаційна робота – покриття доходами від реалізації квитків витрат на 1 км пробігу РС з пасажирями, %	використання трудових ресурсів – кількість працівників на одиницю РС в русі, ос.	фінансово-економічна діяльність – рівень рентабельності роботи підприємства, %	
КП «Львівелектротранс»	97,5	1 868	19,7	36,40	7,5	126,10	14 033,69
КП «Одесміськеелектротранс»	90,8	1 818	15,71	36,30	4,8	113,90	13 306,96
КП «Вінницька транспортна компанія»	96,4	2 004	18,79	41,60	8,1	104,90	11 915,18
МКП «Дніпровський електротранспорт»	102,6	962	10,67	18,90	6,3	110,20	10 705,92
КП «Маріупольське ТТУ»	136	1 479	12,46	26,40	13,5	83,50	10 779,61
КП «Київпастрас»	94,4	702	16,07	29,80	6,3	85,50	13 283,03
КП «Електротранс», м. Кропивницький	106,2	2 100	7,93	22,30	7,9	93,90	9 672
КП «Житомирське ТТУ»	85,9	1 171	9,7	25,00	8,3	110,60	9 248,78
КП «Краматорське ТТУ» (припинено)	78,3	1 630	11,2	20,70	7,6	88,30	10 039,7
КП «Транспорт», м. Кам'янське	128,7	1 590	10,67	19,30	19,1	94,40	8 594
КП «Миколаївелектротранс»	108,3	1 386	6,57	18,40	8,9	95,00	9 864,6
КП «Швидкісний трамвай», м. Кривий Ріг	119,8	1 192	5,63	10,00	19,9	96,40	9 352
КП «Дружківка-автоелектротранс»	53	584	5,44	17,00	5,3	120,70	6 690,1
КП «Запоріжелектротранс»	72,3	1 201	9,07	14,90	15,2	83,00	9 867,76
КП «Конотопське ТУ»	84,5	1 065	7,09	11,90	11,7	100,20	7 444,04

доходами від реалізації квитків, що може привести підприємство на беззбитковий рівень, є перспективою далекого майбутнього.

Фізичний знос трамвайних вагонів внаслідок наднормативного їх використання, несвоєчасне виконання планів поточних та капітальних ремонтів через відсутність коштів з одночасним зниженням пасажиропотоку призвели до того, що коефіцієнти випуску на маршрути (в лінії) по деяких трамвайних господарствах не перевищують 50–60%. Додаткова причина загострення ситуації – недоукомплектованість підприємств водійськими кадрами та кадрами, що здійснюють допоміжно-відновлювальні та ремонтні роботи.

Аналіз фінансово-господарської діяльності трамвайних підприємств також показав, що загальна структура витрат їх операційної діяльності має такий вигляд: матеріальні витрати становлять 28–30%, витрати на оплату праці та соціальні відрахування – 55–57%, амортизаційні відрахування – 9–10%, інші операційні витрати – 5–7%. Таким чином, очевидно, що найбільшу питому вагу займають витрати на оплату праці робітників, а саме водіїв, ремонтників та адміністрації.

Висновки. Таким чином, для повного, своєчасного та якісного задоволення потреб населення в пересуван-

нях, а саме це є головною задачею будь-якого підприємства громадського транспорту, трамвайним підприємствам необхідно зосередити увагу на покращенні власних техніко-економічних показників функціонування, не забуваючи про якість транспортного обслуговування.

Досліджуючи стан речей міського електротранспорту нашої країни, а саме його складової частини – трамвайних господарств (які нині функціонують лише в 14 містах України), – ми дійшли висновку, що галузь, попри деякі позитивні зрушення – розгорнуту модернізацію бувших у вживанні трамвайних вагонів, гарні перспективи щодо налагодження випуску вітчизняних трамваїв, ремонт та реконструкцію трамвайних колій та енергогосподарства, – все ще перебуває в глибокій кризі, і тільки комплексний підхід, що стосується всіх аспектів життєдіяльності комунальних транспортних підприємств, дасть змогу згодом вийти цим підприємствам на беззбитковий рівень.

Вирішення завдань підвищення техніко-економічних показників функціонування трамвайних підприємств є важливою складовою частиною підвищення якості та надійності транспортного обслуговування мешканців наших міст.

Список використаних джерел:

1. Вірченко В.В. Основні напрямки реформування міського електричного транспорту України. *Коммунальное хозяйство городов*. 2003. Вип. 53. С. 161–166.
2. Палант О.Ю. Стратегія системної модернізації міського електричного транспорту. Харків : Золоті сторінки, 2016. 360 с.
3. Водовозов Є.Н. та ін. Проблеми реструктуризації підприємств наземного електричного транспорту : монографія. Харків : Золоті сторінки, 2018. 208 с.
4. Адаменко М.І., Палант О.Ю. Економіко-технічна надійність експлуатації міського електричного транспорту. Харків : Золоті сторінки, 2014. 144 с.
5. Адаменко М.І., Палант О.Ю. Основи техніко-економічної модернізації підприємств міськелектро транспорту. Харків : Золоті сторінки, 2015. 128 с.
6. Вакуленко К.Є., Доля В.К. Особливості управління міськими пасажирськими транспортними системами. Харків : НТМТ, 2013. 171 с.
7. Костецький В.В. Актуальні проблеми формування фінансових ресурсів підприємств міського електротранспорту. *Світ фінансів*. 2007. № 3. С. 120–130.
8. Постніков В.С. Сучасні проблеми та перспективи розвитку систем міського транспорту. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. № 2. С. 64–70.
9. Добрава Н.В., Осипова М.М., Нечепуренко М.С. Напрями удосконалення діяльності міського електротранспорту. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 14. С. 58–64.
10. Димченко О.В., Курду А.С. Обґрунтування тенденцій розвитку підприємств міського електричного транспорту у контексті євроінтеграційних процесів в Україні. *Комунальне господарство міст*. 2014. № 113. С. 3–10.
11. Гнедіна К.В. Проблеми та перспективи розвитку міського електричного транспорту. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2017. № 74. С. 11–19.
12. 25 років Корпорації підприємств міського електротранспорту України «Укрелектротранс» : інформаційний збірник. Харків : Золоті сторінки, 2017. 212 с.
13. Укрелектротранс. URL: <https://www.korpmet.org.ua> (дата звернення: 12 червня 2021 року).
14. Палант О.Ю. Дослідження техніко-економічних показників та стану галузі міського електричного транспорту України. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 9. С. 200–212.
15. Палант О.Ю. Системна результативність роботи міського електротранспорту. *Інноваційна економіка*. 2014. № 6 (55). С. 87–93.

References:

1. Virchenko V.V. (2003) Osnovni napryamky reformuvannya mis'koho elektrychnoho transportu Ukrayiny [The main directions of reforming urban electric transport in Ukraine]. *Municipal utilities*, vol. 53. pp. 161–166.
2. Palant O.Y. (2016) *Stratehiya systemnoyi modernizatsiyi mis'koho elektrychnoho transportu* [Strategy of system modernization of urban electric transport]. Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian)
3. Vodovozov Yu.N. (2018) *Problemy restrukturyzatsiyi pidpryyemstv nazemnoho elektrychnoho transportu* [Problems of restructuring enterprises of land electric transport]. Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian)
4. Adamenko M.I., Palant O.Y. (2014) *Ekonomiko-tekhnichna nadiinist ekspluatatsii miskoho elektrychnoho transportu* [Economic and technical reliability of operation of public electric transport]. Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian)
5. Adamenko M.I., Palant O.Y. (2015) *Osnovy tekhniko-ekonomichnoyi modernizatsiyi pidpryyemstv mis'kelektrotransportu* [Fundamentals of technical and economic modernization of urban electric transport enterprises]. Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian)
6. Vakulenko K.E., Dolia K.V. (2013) *Osoblyvosti upravlinnia miskymy pasazhirskymy transportnymy systemamy* [Features of management of urban passenger transport systems]. Kharkiv: NTMT. (in Ukrainian)
7. Kostetskyi V.V. (2007) Aktualni problemy formuvannya finansovykh resursiv pidpryyemstv miskoho elektrotransportu [Actual problems of financial resources of urban electric transport]. *Svit finansiv*, no. 3, pp. 120–130.
8. Postnikov V.S. (2018) Suchasni problemy ta perspektyvy rozvytku system mis'koho transport [Modern problems and prospects of urban transport systems development]. *Economic analysis*, vol. 28, no. 2, pp. 64–70.
9. Dobrava N.V., Osypova M.M., Nечepurenko M.S. (2017) Napryamy udoskonalennya diyal'nosti mis'koho elektrotransportu [Directions of improvement of activity of city electric transport]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 14, pp. 58–64.
10. Dimchenko O.V., Kurdu A.C. (2014) Obgruntuvannya tendentsiy rozvytku pidpryyemstv mis'koho elektrychnoho transportu u konteksti yevrointehratsiynykh protsesiv v Ukrayini [Substantiation of tendencies of development of enterprises of urban electric transport in the context of European integration processes in Ukraine]. *Municipal economy of cities*, no. 113, pp. 3–10.
11. Hnedina K.V. (2017) Problemy ta perspektyvy rozvytku mis'koho elektrychnoho transportu [Problems and prospects of urban electric transport development]. *Bulletin of the Chernihiv State Technological University*, no. 74, pp. 11–19.
12. 25 rokiv Korporatsiyi pidpryyemstv mis'koho elektrotransportu Ukrayiny “Ukrelektrotrans” (2017) [25 years of the Corporation of the enterprises of city electric transport of Ukraine “Ukrelektrotrans”]. Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian)
13. Ukrelektrotrans. URL: <https://www.korpmet.org.ua> (assessed 12 June 2021).
14. Palant O.Y. (2015) Doslidzhennya tekhniko-ekonomichnykh pokaznykiv ta stanu haluzi mis'koho elektrychnoho transportu Ukrayiny [Study on Technical-Economic Indicators and the Status of City Electric Transport Industry of Ukraine]. *Business Inform*, no. 9, pp. 200–212.
15. Palant O.Y. (2014) Systemna rezul'tatyvnist' roboty mis'koho elektrotransportu [Systems effectiveness of the operation of urban electric transport]. *Innovative Economy*, no. 6 (55), pp. 87–93.

Романченко Т.В.кандидат економічних наук, викладач кафедри маркетингу
*Київський національний торговельно-економічний університет***Савченко А.М.**

керівник напрямку розвитку продукту Pixis Software

Romanchenko TetianaCandidate of Economic Sciences, Lecturer at Department of Marketing
*Kyiv National University of Trade and Economics***Savchenko Anastasiya**

Head of Product Pixis Software

РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

Романченко Т.В., Савченко А.М. Розвиток торговельних мереж парфумерно-косметичних товарів в Україні. У статті розкрито головні тенденції розвитку торговельних мереж парфумерно-косметичного ринку України, висвітлено діяльність найбільших мереж дрогері. Проаналізовано основні тренди, які здійснюють вплив на формування торговельними мережами маркетингових збутових стратегій на ринку парфумерно-косметичних товарів, та основні аспекти розвитку торговельних мереж парфумерно-косметичного ринку, виокремлено напрями розвитку та використання маркетингових каналів збуту. З'ясовано, що, незважаючи на впровадження елементів омніканальності, торговельні мережі дрогері не використовують всі маркетингові канали, що знижує ефективність маркетингових зусиль. Проведено порівняння темпів розвитку світового та вітчизняного ринків парфумерно-косметичних товарів. Згідно зі статистичними даними, зростання українського ринку ПКТ відбувається рівномірно, не випереджаючи світові показники.

Ключові слова: мережі дрогері, парфумерно-косметичний ринок України, маркетингова збутова стратегія, маркетинговий канал, торговельні мережі.

Романченко Т.В., Савченко А.М. Развитие торговых сетей парфюмерно-косметических товаров в Украине. В статье раскрыты главные тенденции развития торговых сетей парфюмерно-косметического рынка Украины, освещена деятельность крупнейших сетей дрoгeри. Проанализированы основные тренды, оказывающие влияние на формирование торговыми сетями маркетинговых сбытовых стратегий на рынке парфюмерно-косметических товаров, и основные аспекты развития торговых сетей парфюмерно-косметического рынка, выделены направления развития и использования маркетинговых каналов сбыта. Выяснено, что, несмотря на внедрение элементов омниканальности, торговые сети дрoгeри не используют все маркетинговые каналы, что снижает эффективность маркетинговых усилий. Проведено сравнение темпов развития мирового и отечественного рынков парфюмерно-косметических товаров. Согласно статистическим данным, рост украинского рынка ПКТ происходит равномерно, не опережая мировые показатели.

Ключевые слова: сети дрoгeри, парфюмерно-косметический рынок Украины, маркетинговая сбытовая стратегия, маркетинговий канал, торговые сети.

Romanchenko Tetiana, Savchenko Anastasiya. Development of perfume and cosmetics retail chains in Ukraine. The article reveals the main trends in the development of retail chains in the perfume and cosmetics market of Ukraine, highlights the activities of the largest drogerie chains (market leaders in perfumes and cosmetics identified as Eva, Watsons, Prostor and Cosmo, last two merged in 2020 in one chain). The main trends that influence the formation of marketing sales marketing strategies and the main aspects of the development of retail chains of the perfume and cosmetics market were analyzed; the directions of development and use of marketing sales channels were identified. It has been found that, despite engrafted omnichannel elements, drogerie chains do not use all marketing channels, which reduces the effectiveness of marketing efforts. A comparison of development rate of the world and domestic markets of perfume and cosmetics is made. According to statistics, the growth of the Ukrainian market is steady, not ahead of world indicators. The Ukrainian cosmetics market during 2009–2020 shows an upward trend, during these years the growth rate ranges from 2% (the lowest value is observed in 2011) to 3.8% (in 2019) ergo the industry is developing, the demand for cosmetic products is growing. Starting from 2019 a significant part of the market gained by Makeup.ua, an online cosmetics store without any traditional store. None of the perfume and cosmetics chains, national or international with large chain of stores, exceeded 0.5% of the

Ukrainian market in 2019 and 2020. So, the leaders are set: 2 national drogerie chains, one international and one online store. It is proposed to introduce a systematic approach in retail chain marketing channel strategy, which in contrast to the existing ones considers the specific features of the retail chain. This approach allows determining the need for the formation of new marketing channels or optimization of existing ones to increase the effectiveness of marketing sales strategy of the retail chain. Analysis of statistical data on retail trade turnover of Ukraine by regions and categories of goods allowed determining regions and cities of concentration of retail enterprises. It has been established that consumers of perfumes and cosmetics in Ukraine prefer to buy in physical stores, but channels such as online store and applications double the turnover annually due to the development of technology, mobile communication and reducing consumer distrust of virtual channels sales.

Key words: drogerie, perfume and cosmetics market of Ukraine, marketing sales strategy, marketing channel, retail chains.

Постановка проблеми. У структурі роздрібногo товарообігу України упродовж останніх десяти років обсяг продовольчої та непродовольчої групи змінювався, тоді як частка парфумерно-косметичної групи товарів зростала, стаючи все більш значущою економічною категорією.

Нині, в період пандемії COVID-19, усі галузі змінюють стратегію, пристосовуючись до відносин онлайн, однак сегменту парфумерно-косметичних товарів, який є особливо вразливим через труднощі, пов'язані з онлайн-продажами, досить складно зберегти позитивну динаміку у зв'язку з карантинними обмеженнями. Хоча вибір покупок зазвичай базується на особистих уподобаннях, продаж парфумерно-косметичних товарів має певну особливість, а саме прийняття рішення про купівлю з урахуванням індивідуальних особливостей здоров'я та фізіології. У традиційному магазині надається зручний сервіс завдяки тестерам, безкоштовним пробним зразкам, тоді як у мережі Інтернет застосовують опитувальні листи та спеціальні програми, а також різномічне представлення товарів. Звісно, розвиток соціальних мереж та інтернет-комунікацій надає нові можливості, такі як відгуки про товари, цифрові презентації того, як вони виготовляються або використовуються, демонстрації інфлюенсерів та рекомендації, однак 73% парфумерно-косметичних товарів реалізуються через традиційні мережі магазинів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти ринку парфумерно-косметичних товарів вивчали такі науковці, як Р.І. Байцар, Ю.М. Кордіяка [3], В.В. Добровольський [4], Н.Б. Анненкова, Я.А. Попова, В.І. Бідаш [5]. Аналітичні огляди також публікують дослідницькі та консалтингові компанії. Проте, незважаючи на значну кількість досліджень парфумерно-косметичного ринку, біфуркаційні зміни в економіці та запроваджені у країні карантинні заходи змінюють кон'юнктуру та вимагають постійного спостереження за учасниками ринку.

Недостатньо дослідженими залишаються методичні основи управління торговельними мережами ПКТ з урахуванням сучасних стратегій збуту, маркетингових каналів та цифрових інструментів просування парфумерно-косметичних товарів, що окреслило завдання дослідження.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є аналіз основних аспектів розвитку торговельних мереж парфумерно-косметичного ринку, виокремлення основних напрямів розвитку та використання маркетингових каналів збуту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очікується, що до 2025 р. обсяг світового ринку парфумерно-косметичних товарів досягне USD 758,4 млрд., де сукупний темп річного зростання у прогнозований період становитиме 5,6% [8].

Темпи розвитку національного ринку менші. Згідно з даними Державної служби статистики України, товарообіг парфумерно-косметичних товарів впевнено зростав до 2020 р. (табл. 1). Частка ПКТ у 2020 р. знизилась до рівня 2018 р. через зміну «шляху споживача» та обмеженість пропозиції у традиційних магазинах.

Дослідницькі компанії, використовуючи різні методи аналізу ринку, надають інші дані. Так, Euromonitor International стверджує, що обсяг українського косметичного ринку зростав більш динамічно, на 24,6% у 2019 р. порівняно з 2018 р., тобто обсяг споживання збільшувався, хоча зростали й інфляція, й закупівельні ціни на імпортні парфумерно-косметичні товари [2]. Проте експерти та дослідники єдині у висновку про те, що споживання парфумерно-косметичних товарів збільшується, отже, товарообіг зростає. Проте якщо розглянути реалізацію парфумерно-косметичних товарів по областях, то зростання товарообігу до 2019 р. відбувалося за рахунок 10 областей та м. Києва, а найбільший темп приросту зафіксовано у Вінницькій області, що пов'язано з масовим відкриттям магазинів у регіонах як наслідком виконання стратегії розвитку торговельних мереж (табл. 2).

Таблиця 1

Товарообіг продовольчих та непродовольчих товарів

Показник	2017 р.		2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Усі товари	586 330,1	100,0	668 369,6	100,0	793 479,2	100,0	868 283,3	100,0
Продовольчі товари	233 204,1	39,8	289 695,9	43,3	336 587,9	42,4	384 091,6	44,2
Непродовольчі товари	353 126,0	60,2	378 673,7	56,7	456 891,3	57,6	484 191,7	55,8
Косметичні товари й вироби для туалетних кімнат	20 637,7	3,5	23 678,0	3,6	30 377,7	3,8	31 028,5	3,6

Джерело: складено авторами за джерелом [1]

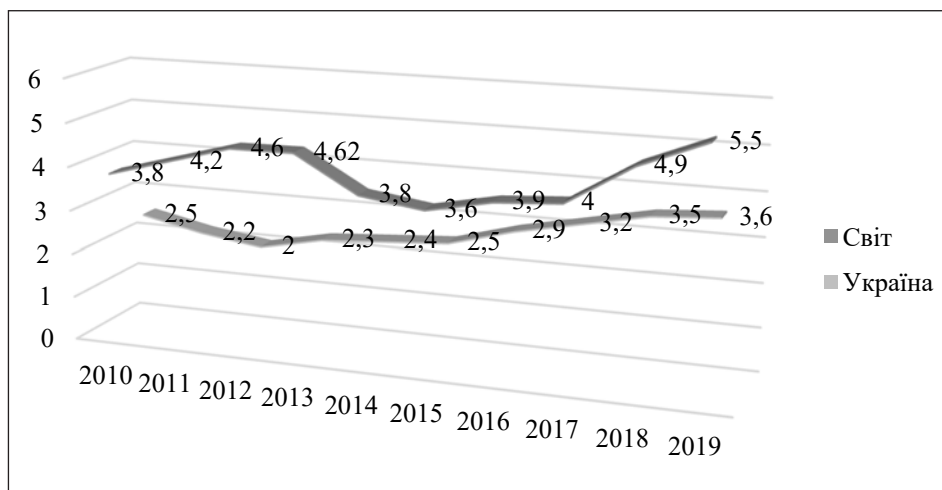


Рис. 1. Темпи розвитку глобального косметичного ринку та косметичного ринку України

Джерело: складено авторами за даними [9; 10]

Таблиця 2

Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообігу підприємств торгівлі парфумерно-косметичними товарами по регіонах у відсотках до попереднього року у порівняльних цінах

Регіон	2017	2018	2019	2020	Графік
Закарпатська	113,1	121,0	123,8	87,0	
Київська	118,4	115,9	109,8	91,4	
м. Київ	107,9	92,0	125,0	96,4	
Одеська	115,3	106,4	103,1	97,1	
Харківська	115,0	103,6	114,4	98,4	
Луганська	146,1	112,9	135,7	100,0	
Хмельницька	129,2	110,8	131,6	100,0	
Львівська	135,1	116,6	122,4	100,1	
Рівненська	116,1	121,0	131,3	100,2	
Україна	113,6	106,9	121,7	101,0	
Донецька	127,3	112,4	119,7	101,0	
Волинська	115,1	124,8	114,2	102,1	
Запорізька	119,6	109,6	113,6	102,2	
Івано-Франківська	119,1	128,0	132,1	104,7	
Кіровоградська	123,4	111,4	119,1	105,1	
Черкаська	116,7	114,2	130,6	105,1	
Сумська	119,5	111,5	119,2	105,3	
Житомирська	122,7	122,9	125,0	105,4	
Дніпровська	98,3	108,0	138,9	105,7	
Чернівецька	108,3	118,9	109,9	105,8	
Тернопільська	99,2	124,9	136,3	106,7	
Херсонська	119,5	112,0	134,4	107,8	
Чернігівська	120,8	114,3	127,1	108,5	
Полтавська	118,2	120,6	117,4	110,2	
Миколаївська	130,4	118,8	115,4	115,3	
Вінницька	138,2	138,7	154,2	120,8	

Джерело: складено авторами за даними [1]

Щодо структури ринку парфумерно-косметичних товарів України, то велика частка (до 70% від усього обсягу продажів) припадає на товари «мас-маркет», близько 12% становлять парфумерно-косметичні товари класу «люкс», 15–20% – імпортні товари міжнародних торговельних мереж, які призначені для населення із середнім статком [3]. Отже, основну частину доходу торговельних мереж парфумерно-косметичних товарів забезпечують споживачі, для яких одним із визначальних чинників для прийняття рішення про купівлю є низька ціна.

Варто зазначити, що завдяки інформаційній компанії «Купуй українське» споживачі парфумерно-косметичних товарів звернули увагу на представлені на українському ринку близько 300 брендів парфумерно-косметичних виробників [6]. Завдяки загальносвітовому тренду щодо переваг натуральної косметики з'явилася значна кількість локальних брендів та товарів ручної роботи, які, однак, не мають сертифікованої продукції. Динаміку збільшення частки продукції, виробленої на території України у 2017–2020 рр., наведено у табл. 3.

Як видно з табл. 3, частка української продукції збільшується, проте імпортована парфумерно-косметична продукція залишається пріоритетною для українських споживачів, які за останні 10 років все більше переваги віддають організованим формам торгівлі, здійснюючи купівлю у торговельних центрах та магазинах, а не на ринках, тому стрімкого розвитку в Україні зазнали національні та міжнародні торговельні мережі парфумерно-косметичних товарів.

За даними авторського дослідження, парфумерно-косметичні товари в Україні у 2018–2019 рр. реалізовувалися у такій пропорції: 20% – прямий продаж, у тому числі через супермаркети, 8% – через аптеки, 20% – через спеціалізовані монобрендові магазини та мережі дрогері, 52% – інші варіанти продажу. У 2020 р. пропорція змінилася, проте відсоток зачинених мереж магазинів не розподілився на інші варіанти купівлі.

Серед торговельних мереж України на ринку парфумерно-косметичних товарів виділяють мережі, що продають значені товари, а також побутову хімію, – так звані дрогері (drogerie). Цей ринок є одним із найбільш динамічних.

Лідерами за кількістю магазинів, темпами розвитку та географічним охопленням є мережі “EVA”, “Watsons”, “Prostor”. Дані щодо найбільших за кількістю магазинів українських мереж наведено в табл. 4.

Функціонують в Україні також торговельні мережі парфумерно-косметичних товарів зі спеціалізацією на селективних парфумерно-косметичних товарах (“Brocard” і “L’Escale”), монобрендові мережі мага-

зинів (“Yves Rocher”, “L’Occitane”) та мультибрендові (“Iseï”), а також торговельні мережі, що реалізують виключно косметичні товари (“MAC”).

У дослідженні увагу зосереджено на торговельних мережах дрогері як найбільш численних за кількістю магазинів у мережі. У 2018 р. торговельні мережі дрогері відкрили 350 магазинів, у 2017 р. – 308 (у 2016 р. – 455 магазинів). Так, мережа “Prostor” у 2019 р. відкрила 24 нові магазини, однак 20 нерентабельних було закрито.

Щодо міжнародної компанії “A.S. Watsons”, то вона вибрала стратегією розвитку підвищення операційної ефективності та експерименти з наявними магазинами замість збільшення кількості магазинів, тому у 2019 р. роздрібна мережа “Watsons” зменшилась на 13 магазинів.

Варто зазначити, що загалом усі учасники провадять агресивну ринкову стратегію у конкурентній боротьбі, основний метод – це експансія. Водночас сьогодні ще не йдеться про насиченість українського ринку. За даними компанії “Ukrainian Retail Association”, нині на сучасні форми роздрібно торгівлі припадає 29% ринку, відбувається активне розгортання спеціалізованої торгівлі непродовольчими товарами, які характеризуються значною складністю асортименту і вимагають створення умов для якісної презентації товарного асортименту, кращих можливостей ознайомлення для покупців, кваліфікованої консультації від торговельних працівників (саме це забезпечує спеціалізація магазинів). Для порівняння, у країнах Західної Європи цей відсоток у 2–2,5 рази вищий. Єдиним виходом для розширення торговельної мережі є її укрупнення через процеси об’єднання з конкурентами. Так, злиття мереж “Prostor” та «Космо» у 2020 р. дало змогу мережі “Prostor” збільшити кількість магазинів до 435 та стати другою після мережі “Eva” за кількістю магазинів та торговою площею.

Попри зростання інтересу споживачів до інноваційних форм торгівлі, таких як інтернет-магазини та продажі у соціальних мережах, більшість споживчих товарів реалізують роздрібні мережі [11].

За результатами авторського дослідження 2020 р., каналами збуту косметичної продукції в Україні є такі:

- 1) мережа магазинів брендів товарів;
- 2) магазини торговельних мереж із широким асортиментом різних марок (drogerie);
- 3) спеціалізовані магазини косметичних товарів;
- 4) вуличні лотки (на ринках, ярмарках);
- 5) супермаркети та інші магазини, де поруч із продуктами харчування продаються парфумерно-косметичні товари;
- 6) прямі продажі;

Таблиця 3

Частка продажу підприємствами роздрібно торгівлі товарів, вироблених на території України, %

Товари	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Усі товари	52,3	53,2	52,4	53,4
Непродовольчі товари	32,6	31,7	32,0	32,9
Косметичні товари й вироби для туалетних кімнат	17,6	18,9	23,7	26,0
Інші непродовольчі споживчі та неспоживчі товари	29,2	30,9	28,3	30,5
зокрема, побутові засоби для миття, чищення та догляду	32,4	31,4	32,3	33,3

Джерело: складено авторами за матеріалами джерела [7]

Таблиця 4

Динаміка розвитку вибірки торговельних мереж парфумерно-косметичних товарів в Україні за 2000–2020 рр.

Компанія, рік заснування	Назва мережі	Кількість об'єктів торгівлі															Середньорічний темп зростання	Абсолютне відхилення, %
		2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.		
ТОВ «Руш», 2002	Eva	86	103	128	117	125	148	202	221	222	326	415	444	770	974	1001	1,19	91
ТОВ «ДЦ Україна», 1993	Watsons	112	124	138	169	203	234	280	277	375	433	272	281	429	416	416	1,1	73
ТОВ «Стиль Д», 2005	Prostor	52	70	87	112	130	138	117	135	153	262	282	312	332	336	336	1,14	85
ТОВ «Торгова мережа Копійочка», 2010	Копійочка	-	-	-	-	6	15	19	25	36	48	95	134	168	183	202	1,42	97
ТОВ «Суматра ЛТД», 1994	Космо	13	58	62	74	81	86	93	93	96	99	99	99	106	99	99	1,22	87
ТОВ «Таврія В», 1992	Таврія В, Космос	15	18	32	32	39	42	53	57	65	70	74	79	76	86	100	1,2	85

Джерело: складено за даними офіційних вебсайтів та авторського дослідження

- 7) продажі через каталоги;
- 8) телепродажі;
- 9) продаж у салонах краси;
- 10) аптеки;
- 11) індивідуальні особи-підприємці, які є посередниками;
- 12) самостійна купівля за кордоном через сайт мережі або посередників.

Ще однією тенденцією сучасного ринку є те, що парфумерно-косметичні товари купують у салонах краси за фаховою консультацією. Купівля в салоні забезпечує від підробок, оскільки професійні косметичні товари випускають невеликими партіями.

У межах дослідження розглядалися торговельні мережі, що реалізують парфумерно-косметичні товари у кількох маркетингових каналах, пропонуючи багатоканальний споживчий досвід. На ринку України представлено також компанії, що зосередились на одному каналі («Amway», «Avon») та не планують запрова-

дження інших або закрили канал традиційних магазинів через збитковість («Iren Bukur»).

Для порівняння конкурентних позицій торговельних мереж дрогері основним критерієм було вибрано частоту згадування у ЗМІ. Багатоканальна мережа «Yves Rocher» та найбільша в Україні мережа прямого продажу косметичних товарів «Avon» доповнюють порівняння як граничні з найбільшою та найменшою кількістю маркетингових каналів.

Як видно з табл. 5, торговельні мережі використовують не всі доступні маркетингові канали. Торговельні мережі з таким каналом продажів, як традиційні магазини, менш активні онлайн, ніж компанії, які продають парфумерно-косметичні товари лише у мережі Інтернет. Проте вони вбачають свій комерційний потенціал у новому форматі взаємодії через онлайн, особливо активно торговельні мережі почали використовувати онлайн-комунікацію у 2020 р. Постійно вдосконалюючи форми й методи торгівлі, створюючи концепцію

Таблиця 5

Маркетингові канали торговельних мереж

Назва мережі	Традиційні магазини	Інтернет-магазин	E-mail	Месенджери	Поштові каталоги	Телепродажі	Застосунок
Yves Rocher	+	+	+	+	+	+	-
Eva	+	+	+	+	+	-	+
Prostor	+	+	+	+	-	-	-
Watsons	+	+	+	+	-	-	+
Космо	+	+	+	+	+	-	-
Avon	-	+	+	+	+	-	+
Makeup	-	+	+	+	-	-	-

Джерело: узагальнено авторами за матеріалами офіційних сайтів торговельних мереж

магазину нового формату, надаючи сервіс належного рівня, торговельні мережі поступово знаходять шлях до вимогливого споживача. Для посилення своїх позицій, утримання наявних та залучення потенційних споживачів вони активно розвивають представництва в усіх сучасних каналах збуту.

Висновки. Ринок парфумерно-косметичних товарів України забезпечує значний внесок до обсягу роздрібних продажів товарів широкого вжитку. Частка парфумерно-косметичних товарів у загальному товарообігу зростає. Це спостерігається у всіх товарних категоріях, проте основний приріст продажів забезпечують декоративні косметичні товари, товари для догляду за волоссям та товари для гігієни тіла. Темпи зростання роздрібною торгівлі парфумерно-косметичними товарами в Україні не набагато відстають від аналогічного показника для світового ринку, проте продажі на одну особу значно менші, ніж у розвинених країнах (у країнах Західної Європи показник становить 120–150 євро на рік, у Польщі – 90 євро, в Україні – не більше 30–35 євро на рік). Отже, ринок парфумерно-косметичних товарів в Україні має привабливі для торговельних мереж перспективи розвитку.

Конкурентна ситуація на ринку парфумерно-косметичних товарів України характеризується такими даними. Основними каналами збуту на цьому ринку є монобрендові мережі магазинів, мережі магазинів дрогері, спеціалізовані мережі парфумерно-косметичних товарів, аптеки, вуличні лотки (на ринках, ярмарках), відділи супермаркетів, прямий продаж, продаж за каталогами, телепродаж, продаж у салонах краси, посередницький продаж через соціальні мережі, замовлення з доставкою із зарубіжних мереж або сайтів. Кількісне співвідношення каналів є таким: 20% складають спеціалізовані монобрендові магазини та мережі дрогері, 20% – прямий продаж, у тому числі через супермаркети, 8% – аптеки, 52% – інші варіанти продажу.

Серед торговельних мереж, що функціонують на ринку парфумерно-косметичних товарів, найбільш помітною стратегічною групою є мережі магазинів дрогері, а також торговельні мережі зі спеціалізацією на селективних парфумерно-косметичних товарах (“Brocard”, “L’Escale”), монобрендові (“Yves Rocher”, “L’Occitane”) та мультибрендові (“Iseï”) мережі магазинів, а також мережі, що реалізують лише косметичні

товари (“MAC”). Серед 15 найбільших у світі інтернаціональних торговельних мереж жодна не має представництва в Україні.

На основі проведених досліджень ринку парфумерно-косметичних товарів в Україні виокремлено основні тренди його подальшого розвитку, такі як щорічне зростання товарообігу, кількості магазинів і торгових площ; збільшення частки організованої магазинної торгівлі та зменшення частки ринків; розвиток франчайзингових мереж; активна експансія мереж у регіони; розвиток власних торговельних марок; нарощування логістичних потужностей; зростання інтенсивності конкуренції; акцент на активному формуванні споживчого попиту; забезпечення безпеки для покупця та зручності сервісу в традиційних магазинах; збільшення частки електронних продажів; застосування інформаційних технологій у торгівлі; розвиток просування через соціальні мережі; підвищення соціальної відповідальності бізнесу. Ці тенденції суттєво впливають на формування торговельними мережами маркетингових збутових стратегій.

Досить значний вплив на формування маркетингових збутових стратегій торговельними мережами на парфумерно-косметичному ринку України здійснює диджиталізація. Майже всі досліджені торговельні мережі мають офіційні вебсайти та/або інтернет-магазини, брендові мобільні застосунки, сторінки в соціальних мережах “Facebook”, “Instagram” (мережа “Eva” – навіть у “Tiktok”), канали в “Youtube”, чат-ботів, використовують месенджери “Viber” та “Telegram”, здійснюють e-mail розсилання, запровадили CRM-системи для збирання інформації про споживачів за допомогою програми лояльності. Проте маркетингові збутові стратегії на цьому ринку сьогодні є найімовірніше багатоканальними, ніж омніканальними, однак починають впроваджувати окремі елементи омніканальності, такі як shop-to-shop (переміщення товару з одного магазину мережі до іншого) та shop-to-customer (доставка товару не зі складу, а з традиційного магазину). Для впровадження повномасштабної омніканальності потрібна потужна технологічна складова частина для оброблення замовлень, сортування, доставки та оброблення повернутих товарів. Це спонукає торговельні мережі до пошуку інших, менш витратних маркетингових збутових стратегій.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Економічна діяльність. Внутрішня торгівля. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm (дата звернення: 06.05.2021).
2. Country report. Beauty and Personal Care in Ukraine. URL: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-ukraine/report> (дата звернення: 06.05.2021).
3. Байцар Р.І., Кордіяка Ю.М. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Автоматика, вимірювання та керування*. 2015. № 821. С. 44–49.
4. Добровольський В.В. Оцінка ринку парфумерно-косметичних товарів. *Економіка та суспільство*. 2018. № 15. С. 120–123. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/19.pdf (дата звернення: 06.05.2021).
5. Анненкова Н.Б. та ін. Парфумерно-косметичні товари : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 223 с.
6. Український ринок парфумерно-косметичної продукції. Асоціація «Парфумерія та косметика України». URL: <https://arcsi.ua/uchasniku> (дата звернення: 03.02.2021).
7. Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів, які вироблені на території України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/chprtr/chprtr2017_u.htm (дата звернення: 03.04.2021).
8. Value of the cosmetics market worldwide from 2018 to 2025. URL: <https://www.statista.com/statistics/585522/global-value-cosmetics-market> (дата звернення: 03.04.2021).

9. Cosmetics Marketing & Industry Trends: A 2020 Ecommerce Report on the State of Online Beauty. URL: <https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/cosmetics-marketing-industry-trends> (дата звернення: 20.06.2020).
10. Marché Cosmétique. L'Oréal Rapport Annuel. URL: <https://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel/marche-cosmetique-2-1> (дата звернення: 20.04.2021).
11. Компанія GT Partners UKRAINE. Дослідження ринку роздрібно́ї торгівлі. URL: <http://gtpartners.com.ua> (дата звернення: 20.06.2020).

References:

1. Derzhavna sluzhba statistiki Ukraini. [State statistics service]. Ekonomichna statistika. Ekonomichna dijalnist'. Vnutrishnja torghivlja [Economic statistics. Economic activity. Domestic trade]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 06 May 2021).
2. Country report. Beauty and Personal Care in Ukraine. Available at: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-ukraine/report> (accessed 06 May 2021).
3. Baitsar R., Kordiyaka Y. (2015) Aktual'ni problemi ta perspektivi rozvitku kosmetichnoi galuzi [Actual problems and perspectives of cosmetics domain development]. *Visnyk National Lviv Polytechnic University. Automation, measurement and control*, no. 821, pp. 44–49.
4. Dobrovolsky V.V. (2018) Otsinka rinku parfumerno-kosmetichnikh tovariv [Evaluation of the perfume and cosmetics market]. *Economics and Society*, no. 15, pp. 120–123. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/19.pdf (accessed 06 May 2021).
5. Annienkova N.B. and al. (2013) Parfumerno-kosmetichni tovari [Perfume and cosmetics merchandise]. Luhansk. (in Ukrainian)
6. Ukrain's'kij rინok parfumerno-kosmetichnoi produktsii [Ukrainian perfume and cosmetics market]. *Perfume and cosmetics association of Ukraine*. Available at: <https://apcu.ua/uchasnyky> (accessed 03 February 2021).
7. Derzhavna sluzhba statistiki Ukraini [State statistics service]. Chastka prodazhu pidprijemstvami rozdribnoji torghivli tovariv, jaki virobieni na terytoriji Ukraini. [The share of retail sales of goods produced in Ukraine]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/chprt/chprt2017_u.htm (accessed 03 April 2021).
8. Value of the cosmetics market worldwide from 2018 to 2025. Available at: <https://www.statista.com/statistics/585522/global-value-cosmetics-market> (accessed 03 April 2021).
9. Cosmetics Marketing & Industry Trends: A 2020 Ecommerce Report on the State of Online Beauty. Available at: <https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/cosmetics-marketing-industry-trends> (accessed 20 June 2021).
10. Marché Cosmétique. L'Oréal Rapport Annuel [Cosmetics market Annual report from L'Oréal]. Available at: <https://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel/marche-cosmetique-2-1> (accessed 20 April 2021).
11. GT Partners UKRAINE. Doslidzhennja rynku rozdribnoji torghivli [Retail market research]. Available at: <http://gtpartners.com.ua> (accessed 20 June 2021).

Ткачев В.А.

аспірант кафедри менеджменту і логістики
Одеська національна академія харчових технологій

Tkachev Valeriy

Postgraduate Student at the Department
of Management and Logistics
Odessa National Academy of Food Technologies

ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОВОГО РИНКУ

Ткачев В.А. Логістична концепція управління потенціалом підприємств зернового ринку. У статті проаналізовано роботи вчених, які вивчають суть поняття «потенціал», встановлено, що його інтерпретація постійно змінюється. Слід зазначити, що сучасні наукові публікації висвітлюють усі аспекти даного поняття, і більшість із них наголошує, що існують відмінності у його природі, складниках та взаємозв'язку з іншими категоріями. Перехід від індустріальної до постіндустріальної інформаційної ери розвитку проходить на тлі використання в господарській практиці нових механізмів, які базуються на стратегічних перевагах на основі інновацій. Одним із таких мейнстримів виділено механізм зміни методів взаємодії між елементами економічних систем на основі логістичної концепції. Розглянуто потенційні можливості країни через призму її здатності забезпечити ефективне переміщення продуктових потоків від виробника до потенційних споживачів. Проаналізовано можливості потенціалу зернового ринку України, досліджено основні тенденції виробництва та реалізації зерна, можливості експортного потенціалу країни.

Ключові слова: потенціал, логістична концепція, зерновий ринок, експорт, виробництво, витрати.

Ткачев В.А. Логистическая концепция управления потенциалом предприятий зернового рынка. В статье проанализированы работы ученых, изучающих значение понятия «потенциал», установлено, что его интерпретация постоянно меняется. Следует отметить, что современные научные публикации освещают все аспекты данного понятия, и большинство из них указывает на существующие различия в его природе, составляющих и взаимосвязях с другими категориями. Переход от индустриального к постиндустриальному информационному этапу развития проходит на фоне использования в хозяйственной практике новых механизмов, основанных на стратегических преимуществах на основе инноваций. Одним из таких мейнстримов выделен механизм изменения методов взаимодействия между элементами экономических систем на основе логистической концепции. Рассмотрены потенциальные возможности страны через призму ее возможности обеспечить эффективное перемещение продуктовых потоков от производителя до потенциальных потребителей. Проанализированы возможности потенциала зернового рынка Украины, исследованы основные тенденции производства и реализации зерна, возможности экспортного потенциала страны.

Ключевые слова: потенциал, логистическая концепция, зерновой рынок, экспорт, производство, расходы.

Tkachev Valeriy. Logistic concept of potential management of grain market enterprises. The article analyzes the work of scientists who study the essence of the concept of «potential», it is established that its interpretation is constantly changing. It should be noted that modern scientific publications cover all aspects of this concept, and most of them emphasize that there are differences in its nature, components and relationship with other categories. The transition from the industrial to the post-industrial information age of development takes place against the background of the use in economic practice of new mechanisms based on strategic advantages based on innovation. One of such mainstream is the mechanism of changing the methods of interaction between the elements of economic systems on the basis of the logistics concept. Ukraine is an important player in the international grain market, one of the guarantors of food security in the world, has significant potential in increasing grain production and exports. However, it is impossible to realize potential opportunities without modern approaches to the organization of production and export of grain crops in a highly competitive world economic space. The process of formation of logistics potential involves the creation and organization of a system of resources and competencies so that the result of their interaction was a factor of success in achieving strategic, tactical, operational goals. Capacity building should take into account factors that play a crucial role, namely – industry specificity (specificity of technological processes, features of production organization, differences in the characteristics of the final product and resources

for its production, differences in markets, etc.). The potential of the country through the prism of its ability to ensure the effective movement of product flows from producer to potential consumers is considered. Possibilities of the potential of the grain market of Ukraine are analyzed, the basic tendencies of production and realization of grain, possibilities of export potential of the country are investigated.

Key words: potential, logistics concept, grain market, export, production, costs.

Постановка проблеми. До промислового перевороту (кінець XVII – початок XIX ст.) міжнародний розподіл праці базувався на різниці в наділеності країн природними ресурсами: кліматом, ґрунтами, надрами, водними та лісовими ресурсами. Подальше поглиблення спеціалізації базується на різниці в наділеності країн іншими факторами виробництва: капіталом, трудовими ресурсами, підприємницьким потенціалом, знаннями. Перехід від індустріальної до постіндустріальної інформаційної ери розвитку проходить на тлі використання в господарській практиці нових механізмів, які базуються на стратегічних перевагах на основі інновацій. Одним із таких мейнстрімів виділено механізм зміни методів взаємодії між елементами економічних систем на основі логістичної концепції.

Україна є важливим гравцем на міжнародному ринку зерна, одним із гарантів продовольчої безпеки у світі, має значний потенціал у нарощенні виробництва та експорту зернових. Однак реалізувати потенційні можливості без сучасних підходів до організації виробництва та експорту зернових культур у висококонкурентному світовому економічному просторі неможливо, тому розглядати потенційні можливості країни слід через призму її здатності забезпечити ефективне переміщення продуктових потоків від виробника до потенційних споживачів. Експортний зерновий потенціал держави визначається не лише валовими зборами зернових та визначенням відповідних квот для можливого експорту, а й здатністю ефективно вийти на світовий ринок зерна з конкурентоспроможними цінами. Тому актуальність використання концепції логістики в управлінні зерновим потенціалом для України є одним із принципових завдань збереження і подальшого нарощування обсягів виробництва та експорту на основі збалансованої мотивації участі всіх учасників логістичного ланцюга.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань розвитку аграрної економіки, світового й вітчизняного зернових ринків присвячено праці українських науковців. Серед численних наукових розробок даного спрямування можна виокремити праці В. Андрійчука, С. Бакая, В. Бойка, П. Гайдуцького, В. Геєця, С. Кваші, М. Лобаса, Б. Пасхавера, П. Саблука, О. Шпичака та ін. Логістичним концепціям розвитку, інфраструктурним проблемам зернового ринку присвячено наукові праці О. Захарченка, А. Колодійчука, О. Кондратюка, М. Присяжнюка, І. Савенка, І. Седікової та ін. Однак багато питань щодо зміцнення експортного потенціалу зерна, визначення найбільш дієвих та результативних інструментів управління зерновим ринком у сучасних умовах потребують подальшого розвитку.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає в оцінці потенціалу зернового ринку України, дослідженні основних тенденцій виробництва та реалізації зерна, аналізі експортного потенціалу країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «потенціал» є багатоаспектним, воно активно використовується в теорії та практиці економічної науки. Багатоаспектність досліджуваного поняття підтверджується «доктриною множинності» його дефініцій із позиції дослідників та неоднозначністю в процесі визначення змісту. Дослідженню означеного поняття присвячено багато наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Кожен із них має власне бачення й обґрунтоване трактування. Так, А. Самоукін дає таке визначення: «...це виробничі відносини, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом із приводу повного використання їхніх здібностей зі створення матеріальних благ і послуг» [1]. Б. Райан у роботі «Стратегічний облік для керівника» наголошує, що «...це реальна або ймовірна здатність підприємства виконувати цілеспрямовану роботу» [2]. Б. Райзберг акцентує на тому, що це «сукупна здатність економіки країни, її галузей, підприємств, господарств здійснювати виробничо-економічну діяльність, випускати продукцію, товари, послуги, задовольняти запити населення, суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва і споживання» [3]. Погляд ученого підтримують і логічно доповнюють дослідники Я. Барібіна («сукупність природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для досягнення певних цілей» [4]) та Н. Василик («є спроможністю, здатністю сприяти задоволенню потреб суспільства, розвиватися у визначеному напрямі, досягати поставлених цілей за умов максимальної ефективності, отримувати заплановані результати, підвищувати конкурентоспроможність за рахунок сформованої у певний момент часу сукупності структурованих ресурсів, які використовуються у мовах дії чинників зовнішнього середовища» [5]).

Проаналізувавши роботи вчених, які вивчають суть поняття «потенціал», встановлено, що його інтерпретація постійно змінюється. Слід зазначити, що сучасні наукові публікації висвітлюють усі аспекти даного поняття, і більшість із них наголошує, що існують відмінності у його природі, складниках та взаємозв'язку з іншими категоріями.

В останні роки на Заході укорінилася й активно розповсюджується нова логістична парадигма, яку більшість дослідників називає інтегральною [6]. Основними передумовами інтегральної парадигми логістики є:

1. Нове розуміння механізмів ринку і розуміння логістики як стратегічного елементу у конкурентних можливостях фірм, компаній.
2. Інтеграція між логістичними партнерами, нових структурних відносин.
3. Технологічні можливості, зокрема у сфері гнучких виробництв і інформаційно-комп'ютерних технологій, радикально змінилися і відкрили нові горизонти контролю й управління в усіх сферах виробництва та обігу продукції.

Інтегральна парадигма відображає нове розуміння бізнесу, де окремі суб'єкти господарювання системи розглядаються як центри логістичної активності, що пов'язані в єдиний інтегральний процес управління матеріальним потоком задля повного задоволення запитів покупців згідно із цілями бізнесу [7]. Логістичний підхід є загальнонауковою методологією досліджень, сутність якої становлять три принципові положення: взаємопов'язані функції розглядаються як єдиний потік; для управління потоком створюється відповідна система, тобто організаційно-управлінський механізм. У рамках таких систем, по-перше, сумарний ефект від оптимізації потоку може значно перевищувати прибуток від локальної оптимізації окремих його функцій та операцій; по-друге, здійснюється перерозподіл витрат, за якого їх збільшення в одній ділянці дає економію в іншій та в системі у цілому; оцінювання ефективності функціонування системи управління потоком здійснюється з урахуванням не лише витрат, а ще й утрат прибутку, зумовлених нераціональним використанням ресурсів потоку.

Саме специфічна методика оцінювання ефективності системи управління відрізняє логістичний від системного підходу. Використання логістичного підходу дає можливість оптимізувати витрати системи і

стимулювати максимальне використання її наявних ресурсів. Основні положення даної концепції сформульовано на рис. 1.

Процес формування логістичного потенціалу передбачає створення та організацію системи ресурсів і компетенцій так, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні стратегічних, тактичних, оперативних цілей діяльності. Під час формування потенціалу слід урахувувати чинники, які відіграють вирішальну роль, а саме галузеву особливість (специфічність технологічних процесів, особливості організації виробництва, відмінності у характеристиках кінцевого продукту та ресурсів для його виробництва, відмінностях ринків збуту тощо).

Згідно з дослідженнями, у західних країнах близько 93% часу руху товару від первинного джерела виробництва сировини до кінцевого споживача припадає на його проходження логістичними каналами та зберігання [8]. Час безпосереднього виробництва товару, тобто перетворення сировини на готову продукцію, становить 2% часу функціонального циклу, а 5% часу припадає на його транспортування. У вартості продукту, який потрапляє до споживача, приблизно 70% становлять витрати, пов'язані з виконанням логістичних операцій [8].

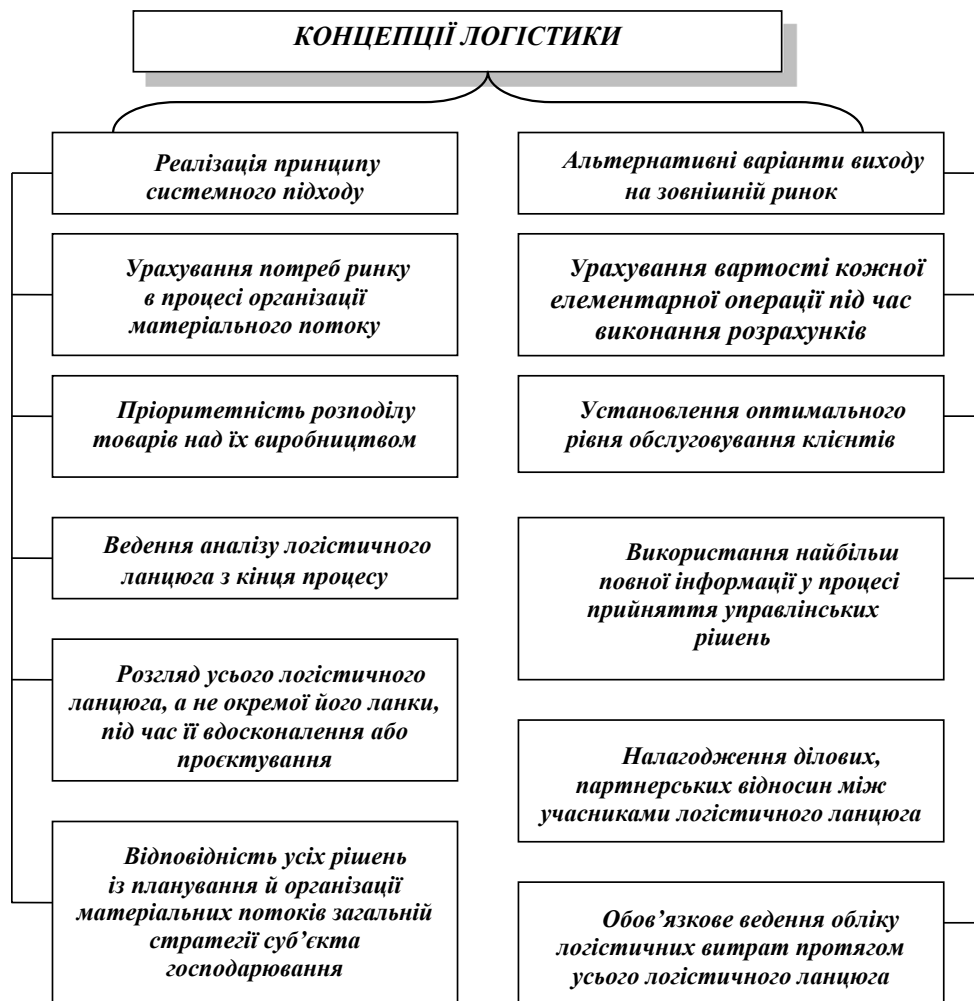


Рис. 1. Основні положення логістичної концепції

Джерело: побудовано автором

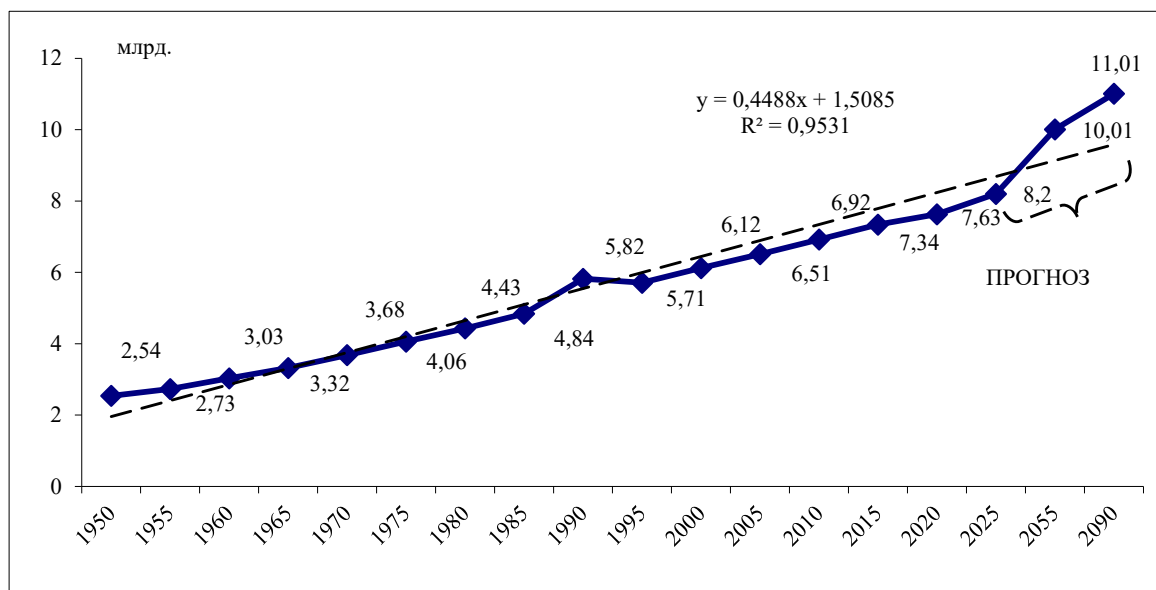


Рис. 2. Чисельність населення Землі у 1950–2090 рр.

Джерело: побудовано автором

За прогнозами ООН, населення Землі до 2050 р. становитиме 10 млрд осіб, до цього моменту приблизно 2/3 населення проживатиме в містах.

Це, своєю чергою, спричинить зміни у структурі попиту та споживання продуктів харчування. Прогнозується зростання споживання м'яса, і, як наслідок, зросте попит на фуражне зерно. За приростом населення лідируючими регіонами стануть країни Азії та Африки, які, за прогнозами, збільшать споживання пшениці на 60 млн т та 16 млн т відповідно. У результаті збільшиться експорт зернової продукції в дані регіони. Щодо розвинених країн обсяг їх імпорту знизуватиметься через наявність достатніх резервів для власного виробництва. За прогнозами, імпорт кукурудзи як основної фуражної культури у країни Азії зросте на 13 млн т.

Незважаючи на волатильність виробництва зерна, що є наслідком кліматичних чинників, простежується стійке зростання врожайності та валових зборів, що стало наслідком переходу на нові технології виробництва та управління у сільському господарстві.

До 2027 р. в Україні прогнозується збільшення обсягів виробництва зернових на 14 млн т, зростання експорту – на 8 млн т на рік. Однак в учасників ринку залишається велика кількість питань і невизначеностей. Підживлюються невизначеності багатьма глобальними чинниками, основні серед яких – торговельні війни. По-перше, мається на увазі війна між США та Китаєм, результатом якої стає періодичне введення санкцій на обсяги поставок та їх структуру, що впливає на вартість, по-друге – посуха, по-третє – логістика.

Суттєво впливає на експортний потенціал зернових в Україні якість зерна. На даний момент за стабільно зростаючого обсягу виробництва та розширення географії експорту саме зерно вирощується не експортно-орієнтованим. Продукція не відповідає фітосанітарним вимогам країн-імпортерів, що істотно обмежує експортний потенціал. За результатами проведення аналізу перших партій нового врожаю, відправлених на

експорт, заспоренність зерна фузаріозом досягає 60%, а це втрата таких ринків збуту, як Малайзія, Сирія, Японія, Таїланд, Індонезія, Мексика і Єгипет [10].

Для збільшення експортного потенціалу зернових особливу увагу необхідно приділити розвитку річкової логістики. Основна перешкода для розвитку річкової логістики – відсутність загальної стратегії розвитку транспортної інфраструктури країни. Нині річковий транспорт є неконкурентоспроможним порівняно з іншими видами транспорту з економічного погляду, а також через невідповідність річкових глибин. За даними компанії «Нібулон», глибина р. Дніпро сьогодні дорівнює 2,9 м, а не 3,65 м; у період 1991–2016 рр. експлуатаційна протяжність водних шляхів України знизилася з 3,9 тис до 1,6 тис км; вантажоперевезення річковим транспортом зменшилися з 60,2 млн т до ≈ 8,0 млн т у 2019 р, у тому числі 2,3 млн т було перевезено ТОВ «СП «Нібулон»; пасажиропотік скоротився з 18,3 млн осіб у 1991 р. до 25 тис осіб у 2019 р. Також необхідно акцентувати увагу на платежах, які треба платити власнику річкового судна. По-перше, орендна плата. Під час заходу іноземного судна на територіальні води України орендна плата не стягується. По-друге, акцизний збір на паливо. Іноземні судна, що заходять в територіальні та внутрішні води, не платять даний акцизний збір, що дає їм змогу купувати паливо значно дешевше, ніж українському флоту. У результаті перевезення в Україні річковим транспортом стають неконкурентоспроможними.

Слід зазначити, що потенціал перевезень зернових вантажів по р. Дніпро перевищує 15 млн т, тобто за експорту в 60 млн т близько 25% можна перевозити по річці. Зараз річковим транспортом перевозиться близько 5%. За створення урядом необхідних умов задля розвитку суднобудівної галузі та річкової логістики суднобудівні заводи змогли б задовольнити потреби ринку сучасними, надійними судами приблизно за два роки. У результаті істотно знизилася б логістичні витрати, витрати на утримання доріг, а

також був би виключений заїзд вантажних автомобілів у міста.

Індекс Світового банку, сформований на підставі результатів проведених досліджень, відображає проблеми не лише в аграрному секторі, а й в економіці і містить такі показники: ефективність прикордонного контролю; якість інфраструктури; організація міжнародних поставок; компетенція й якість логістичних послуг; можливість організувати відвантаження маршрутами; сучасність відвантажень.

Згідно з показниками, Україна значно відстає від лідерів (Німеччини та США) в ефективності роботи прикордонного контролю і митниці, в якості та ефективності інфраструктури, у компетенції й якості логістичних послуг. У сукупності це знижує індекс ефективності логістики України. Із приводу вирішення проблеми, що склалася, держава повинна допомагати бізнесу розвивати потенціал України і вживати всіх необхідних заходів для зниження вартості логістики.

Аналіз свідчить, що логістичні концепції використовуються фрагментарно. Із позиції оцінки ефективності формування та розвитку логістичних систем головним

критерієм виступає величина витрат, що спрямовуються для здійснення логістичних процесів та відображають як ступінь взаємодії, так і фактор одержуваної економії. У зв'язку із цим побудова логістичних систем дає змогу посилювати взаємодію всіх матеріальних та супутніх потоків, залежить від характеру і розміщення підприємств, виду продукції, а також тих обмежень, у рамках яких дане управління реалізується.

Висновки. Оцінка використання логістичного потенціалу має велике значення як обов'язкова умова активізації логістичної діяльності, адже інтенсифікація його використання можлива за наявності нереалізованих логістичних можливостей або невикористаних логістичних ресурсів. Тільки кількісна оцінка потенціалу дасть змогу виявити приховані резерви в розвитку підприємств зернового ринку, і це, на нашу думку, дасть змогу збільшити віддачу від застосування сучасного економічного інструментарію.

Успішна діяльність на означеному ринку значною мірою залежить від того, наскільки ефективно система оптимізації потокових процесів використовує інструменти логістичного управління.

Список використаних джерел:

1. Самоукін А.І. Потенціал нематеріального виробництва. Москва : Знання, 2011. 275 с.
2. Райан Б. Стратегічний облік для керівника. Харків : Аудит, 2018. С. 61.
3. Райзберг Б.А. Сучасний економічний словник. Москва : ІНФРА-М, 2013. 480 с.
4. Барібіна Я.О. Підходи до визначення сутності поняття «потенціал» у категоріальному апараті. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 6(51). Ч. 2. С. 48–53.
5. Ажаман І.А. Сутність та структура економічного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 22–25.
6. Сумець А.К. Основи логістики : навчальний посібник. Київ : Знання, 2018. 200 с.
7. Смирчинський В.В. Логістичний менеджмент державних закупівель. Теоретично-правовий та методологічний аспект. Тернопіль : Карт-бланш. 2014. 390 с.
8. Седікова І.О. Дослідження логістичного потенціалу підприємств зберігання зерна. *Тернопіль : Економічна думка*, 2015. Т. 19. № 2. С. 130–135.
9. Україна соберет рекордний урожай зернових, – прогноз-2021. URL: https://agro.24tv.ua/ru/ukraine-2021-soberet-rekordnyj-urozhaj-poslednie-novosti-ukrainy_n1560461 (дата звернення: 22.06.2021).
10. Міністерство аграрної політики та продовольства України Український Інститут експертизи сортів рослин. Методика проведення кваліфікаційної експертизи сортів рослин на придатність до поширення в Україні. URL: <https://sops.gov.ua/uploads/page/5a5f41997447d.pdf> (дата звернення: 22.06.2021).

References:

1. Samoukyn A.Y. (2011) Potencial nemateryalnogo proyzvodstva [Potential of intangible production]. Moscow: Znanye. (in Russian)
2. Rajan B. (2018) Strategichnyj oblik dlya kerivnyka [Strategic accounting for the head]. Kharkiv: Audyt. (in Ukrainian)
3. Rajzberg B.A. (2013) Suchasnyj ekonomichnyj slovnyk [Modern economic dictionary]. Moscow: INFRA-M. (in Ukrainian)
4. Barybina Y.O. (2011) Pidhody do vyznachennya sutnosti ponyattya «potencial» u kategorialnomu aparati [Approaches to defining the essence of the concept of «potential» in the categorical apparatus]. *Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade*, vol. 6 (51), no. 2, p. 48–53.
5. Azhaman I.A. (2018) Sutnist ta struktura ekonomichnogo potencialu pidpryyemstva [The essence and structure of the economic potential of the enterprise]. *Economy and state*, vol. 4, p. 22–25.
6. Sumecz A.K. (2018) Osnovy logistyky [Fundamentals of logistics]. Kyiv: Knowledge. (in Ukrainian)
7. Smyrychynskyy V.V. (2014) Logistychnyj menedzhment derzhavnykh zakupivel. Teoretychno-pravovyy ta metodologichnyj aspekt [Logistics management of public procurement. Theoretical, legal and methodological aspect]. Ternopil: Kart-blansh. (in Ukrainian)
8. Sedikova I.O. (2015) Doslidzhennya logistychnogo potencialu pidpryyemstv zberigannya zerna [Research of logistic potential of grain storage enterprises]. *Ternopil: «Economic Thought»*, vol. 19, no. 2, p. 130–135.
9. Ukraina soberet rekordnyy urozhay zernovykh, – prognos-2021. Available at: https://agro.24tv.ua/ru/ukraine-2021-soberet-rekordnyj-urozhaj-poslednie-novosti-ukrainy_n1560461 (accessed 22 June 2021).
10. Ministerstvo agrarnoyi polityky ta prodovolstva Ukrayiny. Ukrayinskyj Instytut ekspertyzy sortiv roslyn. Metodyka provedennya kvalifikacijnoyi ekspertyzy sortiv roslyn na prydatnist do poshyrennya v Ukrayini [Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine Ukrainian Institute of Plant Variety Examination. Methods of qualification examination of plant varieties for suitability for distribution in Ukraine]. Available at: <https://sops.gov.ua/uploads/page/5a5f41997447d.pdf> (accessed 22 June 2021).

Чура С.-Г.Т.

аспірант

*Львівський державний університет внутрішніх справ***Chura Sophia-Anna**

Postgraduate Student

Lviv State University of Internal Affairs

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ХОЛІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Чура С.-Г.Т. Теоретичні основи застосування холистичного управління економічною безпекою підприємства. Процес функціонування українських підприємств супроводжується появою та суттєвим впливом значної кількості чинників, без своєчасної й адекватної реакції на які виживання неможливе. Система економічної безпеки в умовах кожного підприємства повинна бути орієнтованою на виявлення, ідентифікацію та відстеження зміни впливу основних чинників не лише внутрішнього, а й зовнішнього середовища. За таких умов зростає актуальність застосування холистичного управління економічною безпекою підприємства. Основу такого виду управління становить тлумачення таких базових у безпеці понять, як «безпека», «небезпека», «виклик», «ризик», «загроза». Сутність кожного поняття уточнено, а також визначено взаємозв'язки та окреслено пріоритетні завдання для суб'єктів безпеки. Доведено важливість оцінювання рівня безпеки за вертикаллю економічної безпеки, тобто на рівні держави, регіону, галузі, підприємства та особи, що сприяє цілісному відстеженню впливу всіх чинників на економічну безпеку підприємства.

Ключові слова: холізм, холистичне управління, економічна безпека підприємства, безпека, небезпека, виклик, загроза, ризик.

Чура С.-А.Т. Теоретические основы применения холистического управления экономической безопасностью предприятия. Процесс функционирования украинских предприятий сопровождается появлением и существенным влиянием значительного количества факторов, без своевременной и адекватной реакции на которые выживание невозможно. Система экономической безопасности в условиях каждого предприятия должна быть ориентирована на выявление, идентификацию и отслеживание изменения влияния основных факторов не только внутренней, но и внешней среды. При таких условиях возрастает актуальность применения холистического управления экономической безопасностью предприятия. Основу такого вида управления составляет толкование таких базовых в безопасности понятий, как «безопасность», «опасность», «вызов», «риск», «угроза». Сущность каждого понятия уточнена, а также определены взаимосвязи и намечены приоритетные задачи для субъектов безопасности. Доказана важность оценки уровня безопасности по вертикали экономической безопасности, то есть на уровне государства, региона, отрасли, предприятия и лица, что способствует целостному отслеживанию влияния всех факторов на экономическую безопасность предприятия.

Ключевые слова: холизм, холистическое управления, экономическая безопасность предприятия, безопасность, опасность, вызов, угроза, риск.

Chura Sophia-Anna. Theoretical fundamentals of application of holistic management of economic security of the enterprise. The process of functioning of Ukrainian enterprises is accompanied by the emergence and significant influence of a significant number of factors, without a timely and adequate response to which survival is impossible. The system of economic security in the conditions of each enterprise should be focused on detection, identification and tracking of change of influence of the basic factors not only internal, but also external environment. Under such conditions, the relevance of the application of holistic management of economic security of the enterprise increases. The aim of the study was to form the theoretical basis for the application of holistic management of economic security of the enterprise by clarifying the essence of the concepts of "security", "danger", "challenge", "risk" and "threat". To form the theoretical foundations of the application of holistic management of economic security of the enterprise used methods: induction and deduction, comparison and systematization – in the study of the essential characteristics of the terms "security", "danger", "challenge", "risk" "threat"; synthesis and analysis – to outline the tasks of security entities to address internal and external challenges, risks and threats; morphological analysis – to prove the need for security assessment on the vertical of economic security; abstract-logical – for theoretical generalizations and conclusions of the study. The definition of holistic management of economic security of the enterprise is formed under which it is offered to understand activity directed on creation of optimum conditions of functioning and development of the enterprise by acceptance and realization of administrative decisions proceeding from integrity of perception and forecasting of dynamics of internal economic processes,

availability of resource and organizational support and interaction with external security actors. The essence of such concepts as "security", "danger", "challenge", "risk", "threat" is specified, and also interrelations and priority tasks for subjects of safety are defined. Requirements for the construction of information and analytical system, which should be focused on identifying factors influencing the level of EBP, by: tracking changes in the level of security not only in general, but also in terms of the main functional components (financial, personnel, technical and technological, information, force) with further detection, identification and assessment of the dynamics of challenges, risks and threats; systematic monitoring of the level of security along the vertical of economic security, ie the state, region, industry, enterprise and individual.

Key words: holism, holistic management, economic security of the enterprise, security, danger, challenge, threat, risk.

Постановка проблеми. У межах останніх кількох років умови функціонування українських підприємств суттєво змінилися під впливом принаймні таких двох чинників, як COVID-19 та цифровізація середовища. У першому випадку йдеться про застосування обмежень фізичного пересування населення, яке суттєво зменшило як можливість задоволення своїх потреб через придбання товарів та отримання послуг, так і стосувалося часткової або ж і повної зупинки підприємств. У контексті цього доцільно згадати й часткове руйнування глобальних ланцюгів доданої вартості та спад у туристичній сфері із суттєвим зростанням цін на продукти харчування. Інший фактор пов'язаний із подальшим зниженням ефективності застосування інструментів традиційного маркетингу на користь його цифрового варіанту, що суттєво змінює процес просування товарів. За фактичного ігнорування сучасним споживачем традиційної реклами продаж через Інтернет та соціальні мережі є доступним для будь-яких суб'єктів господарювання без жодних географічних обмежень, зокрема і для представників малого бізнесу, що вимагає не лише радикальної зміни системи маркетингу, а й коригування завдань суб'єктів безпеки внаслідок появи нових викликів, ризиків та загроз. Вплив цих чинників вимагає не лише перегляду засад управління економічною безпекою підприємства (ЕБП) з метою посилення захисту, а й пошуку та формування умов для використання додаткових можливостей, що відповідає базовим засадам застосування холистичного підходу, тобто цілісного сприйняття усіх змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду питань щодо забезпечення економічної безпеки на різних рівнях управління багато уваги приділяють вітчизняні та закордонні вчені, зокрема: Л. Абалкін, О. Ареф'єва, І. Бінько, З. Варналій, О. Власюк, Т. Васильців, З. Герасимчук, В. Горбулін, В. Духов, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, З. Живко, О. Захаров, В. Ковальов, Г. Козаченко, О. Ляшенко, В. Мартинюк, С. Мельник, В. Мунтіян, Є. Олейніков, Г. Пастернак-Таранушенко, В. Пономаренко, Я. Пушак, Н. Реверчук, О. Терещенко, В. Франчук, М. Швець, Л. Шемаєва, С. Шкарлет, В. Шлемко, В. Ярочкін та ін.

До формування холистичного підходу в управлінні причетні такі науковці, як І. Адієс, Д. Бек, В. Євтушенко, Ф. Котлер, А. Маслоу, В. Прохорова, І. Семеняк, К. Уїлберг, Р. Уфїмцев, В. Чобіток, Н. Чучко, А. Штангрет. Віддаючи належне науковій і практичній значущості праць провідних учених, слід зазначити, що у сучасній науковій літературі й практиці господарювання підприємств недостатньо уваги приділено про-

блемі холистичного управління економічною безпекою підприємства.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає у формуванні теоретичних основ застосування холистичного управління економічною безпекою підприємства шляхом уточнення сутності понять «безпека», «небезпека», «виклик», «ризик» та «загроза».

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах посилення невизначеності через високу динаміку зовнішнього середовища та зміни внутрішньогосподарських процесів усе актуальнішим стає застосування холистичного підходу [9]. У нашому трактуванні під холистичним управлінням економічною безпекою підприємства (ХУЕБП) доцільно розуміти діяльність, спрямовану на створення оптимальних умов функціонування та розвитку підприємства шляхом прийняття та реалізації управлінських рішень виходячи із цілісності сприйняття та прогнозування динаміки внутрішньогосподарських процесів, змін у зовнішньому середовищі функціонування, впливу викликів, ризиків та загроз, наявності ресурсного й організаційного забезпечення та взаємодії із зовнішніми суб'єктами безпеки. В основі запропонованого визначення покладено авторське тлумачення таких понять, як «безпека», «небезпека», «виклик», «ризик» та «загроза», що потребує більш ретельного розгляду не лише загалом, а й із конкретизацією дій суб'єктів безпеки в межах ХУЕБП [3, с. 48].

Застосування поняття «безпека» характеризується глибокими історичними коренями. Якщо ж взяти до уваги сучасний етап, то безпека виступає міждисциплінарною категорією, адже складно знайти сферу людської діяльності, де б вона не застосовувалася. О. Трескунов доводить, що безпека «...окремого суб'єкта господарювання являє собою стан його захищеності від будь-яких загроз, який можна досягнути лише за умов певної діяльності» [8, с. 114]. Без цитування інших визначень можна стверджувати, що стосовно суб'єкта господарювання у статті безпека є умовою його існування та розвитку, а в динаміці – передбачає здійснення певних заходів, тобто формування безпечних умов, які характеризуються відсутністю або ж контрольованим перебігом виникнення й впливом зовнішніх та внутрішніх викликів, ризиків та загроз, з метою збереження підприємства як соціально-економічної системи.

Протилежність безпеки визначається таким терміном, як «небезпека». Протилежність цих понять чітко прослідковується у публікації Н. Різника, де він доводить, що «...якщо безпека є найбільш сприятливим станом об'єкта дослідження, то небезпека – найбільш несприятливим, кризовим» [5, с. 122]. Окрім розуміння

взаємозв'язку в межах пари «безпека – небезпека», важливим є виявлення причин виникнення небезпеки. Подальші дослідження дали змогу виявити, що більшість безпекознавців схиляється до думки, що причинами збільшення небезпеки з відповідним зниженням рівня безпеки виступають виклики, ризики та загрози, які порушують рівновагу системи і за своєю природою можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми. Логічність міркувань підштовхує до висновку, що забезпечення необхідного рівня безпеки, який уможливило існування та розвиток системи, потребує здійснення певних заходів для протидії тим обставинам, що збільшують рівень небезпеки, тобто об'єктом дій суб'єктів безпеки повинні бути виклики, ризики та загрози.

Проведене узагальнення дало змогу виявити, що більшість науковців дотримується узгодженої позиції щодо сутності такого поняття, як «виклик». З одного боку, вони пов'язують його з небезпекою, але з іншого – констатують, що його поява в тактичному вимірі не впливає на рівень безпеки, а лише в стратегічному може спричинити зростання небезпеки. Так, ця теза знаходить підтвердження у публікації О. Сергуніна, де виклик визначено як «...сукупність обставин не обов'язково загрожуючого характеру, але, безумовно, таких, що вимагають реакції» [7, с. 127]. Узагальнюючи, можна стверджувати, що виявлення викликів, які не можна відстежити за результатами аналізу фінансової звітності, потребує формування відповідної, на порядок складнішої системи інформаційно-аналітичного забезпечення з відповідною орієнтацією на відстеження зміни у зовнішньому середовищі та внутрішньогосподарських процесах. Йдеться не про виявлення ступеня негативного впливу певних суб'єктів на рівень ЕБП, а на зміну їх стану та характеру поведінки, що може вказувати на формування виклику, який у подальшому трансформуватиметься у ризик або ж загрозу.

Ризик як черговий складник формування теоретичних основ застосування ХУЕБП характеризується суттєвою відмінністю в поглядах науковців щодо його сутності. Значна частина науковців у процесі трактування ризику ототожнює його з невизначеністю або ж подає як спосіб її подолання. Так, О. Ястремський тлумачить ризик як такий, що «...виникає, коли існує невизначеність, відсутність вичерпної інформації про умови прийняття рішень» [11, с. 16]. Інша група науковців ризик ототожнює із загрозою або ж небезпекою. Наприклад, Ю. Воропаєв тлумачить ризик як «...загрозу втрат на підприємстві» [2, с. 29]. Як і стосовно попереднього підходу, можна говорити про його часткову хибність, адже таке ототожнення не забезпечує необхідний рівень конкретизації в положеннях застосування ХУЕБП. Оскільки термін «небезпека» нами вже розглянуто вище, то можна стверджувати, що ризик скоріше може призвести до зростання небезпеки, але не може вважатися таким, що є рівним за значенням до поняття «безпека». У парі «безпека – небезпека» ризик є одним із чинників, що порушує рівновагу.

Третій підхід доволі чітко сформований у публікації Л. Романенко та А. Коротеева і передбачає визначення ризику як «...події, що може відбуватися або ні. У разі настання такої події можливі три економічні результати: негативний (програш, збиток), нульовий і позитивний (виграш, вигода, прибуток)» [6, с. 125]. Із позиції забезпечення ЕБП такий підхід пояснює той факт,

що кожне прийняття управлінського рішення супроводжується появою ризику, результати якого можуть бути відмінними, а для досягнення позитивного, який дасть змогу досягнути цілей без зниження рівня безпеки або ж призведе до її збільшення, потрібне формування відповідності інформаційно-аналітичного забезпечення, згідно з базовими засадами холізму, цілісному сприйняттю рівня ЕБП та можливої зміни у зовнішньому середовищі та внутрішньогосподарських процесах.

Якщо стосовно ризику йдеться про можливість різного впливу на рівень безпеки, то під час розгляду поняття «загроза» вказується на суто негативний результат. Фактично можна виділити два ключові підходи до трактування загрози стосовно ЕБП. Перший передбачає ототожнення загрози з небезпекою, зокрема шляхом визначення її сутності як «...безпосередня небезпека нанесення збитків, посягання на цінності та інтереси, що охороняється правом власності; висловлений у будь-якій формі намір фізичного, матеріального чи іншого збитку особі, суспільству, державі» [4, с. 45]. Як і під час розгляду ризику, не можна погодитися з ототожненням базових понять, зокрема у цьому разі загрози і небезпеки. Інший підхід є найбільш поширеним, але відмінність полягає у ступені впливу загрози на рівень ЕБП. Так, І. Ансофф доводить, що загрозою можна вважати «будь-які процеси або явища, що перешкоджають рухові підприємства чи організації в напрямі досягнення своїх місій та цілей» [1, с. 59], а В. Ячменьова обґрунтовує необхідність визначення загрози як «...впливу з великою інтенсивністю певного чинника або їх сукупності, що може призвести до виникнення змін негативного характеру в діяльності підприємства, які можуть бути незворотними або усунення яких потребує значних коштів, часу та ресурсів» [11, с. 18]. На нашу думку, обидві позиції є вірними, що пов'язано з: природою виникнення та посилення впливу певної загрози на ЕБП; виникненням загрози як результат відсутності реакції суб'єктів безпеки на існування та розвиток іншої загрози; здатністю системи інформаційно-аналітичного забезпечення виявляти загрози. Узагальнюючи, можна стверджувати, що загроза разом із ризиком являє собою форму небезпеки, поява якої спричинена змінами у внутрішньому та зовнішньому середовищі і без належної уваги з боку суб'єктів безпеки у формі реалізації захисних заходів може спричинити зниження рівня безпеки до критичного рівня, тобто викликати руйнування підприємства як соціально-економічної системи.

Уточнена сутність кожного базового в процесі ХУЕБП поняття дає змогу сформулювати вимоги до побудови інформаційно-аналітичної системи, яка повинна бути орієнтованою на виявлення чинників, що впливають на рівень ЕБП:

- відстеження зміни рівня безпеки не лише загалом, а й у розрізі основних функціональних складників (фінансового, кадрового, техніко-технологічного, інформаційного, силового) з подальшим виявленням, ідентифікацією та оцінюванням динаміки викликів, ризиків та загроз;

- здійснення систематичного моніторингу рівня безпеки за вертикаллю економічної безпеки, тобто держави, регіону, галузі, підприємства та особи.

Важливість урахування вертикалі економічної безпеки в процесі ХУЕБП пов'язана не лише з установ-

ленням взаємозв'язків, а скоріше з формуванням цілісного уявлення про вплив чинників на ЕБП, джерелом погодження яких є інші рівні. Для прикладу, зростання цін на продукти харчування, ліки та збільшення комунальних платежів у сукупності негативно впливає на економічну безпеку кожної особи, що за необхідності задоволення хоча б першочергових фізіологічних потреб буде штовхати, за неможливості оптимізувати витрати, до збільшення доходів шляхом формування вимог щодо підвищення заробітної плати, а в подальшому до пошуку іншого місця роботи або ж отримання вигоди через здійснення злочинних дій стосовно майна та інтересів підприємства. За таких обставин будь-які дії працівників вплинуть на ЕБП, що вимагає адекватної реакції суб'єктів безпеки, адже бездіяльність сформує підставу для виникнення загрози у вигляді або ж втрати кадрового потенціалу, або ж збитків через зниження продуктивності праці та втрати ресурсів. Інший приклад, пов'язаний з економічною безпекою системи вищого порядку, може бути пов'язаний зі створенням сприятливих умов для розвитку певної галузі, зокрема

через формування пільгових умов оподаткування, отримання фінансової допомоги, сприяння доступу до сировини та створенню системи реалізації продукції. У цьому разі йдеться як про можливість утворення додаткових можливостей у короткостроковій перспективі, так і зростання конкуренції завдяки кращим умовам підприємницької діяльності у більш тривалому вимірі. В обох випадках такі зміни повинні відстежуватися суб'єктами безпеки з обов'язковою реалізацією відповідних адаптаційних заходів.

Висновки. Проведене теоретичне дослідження доводить важливість чіткого окреслення параметрів досягнення безпеки, а також визначення сукупності найважливіших викликів, ризиків та загроз із метою подальшого формування механізмів реалізації захисних заходів у межах ХУЕБП. Разом із цим відповідно до загальних засад холізму виникає потреба у розгляді й інших методичних аспектів досягнення та підтримання необхідного рівня безпеки, що можливе через виявлення сутності таких понять, як «стабільність», «стійкість», «рівновага» та ін., що повинно стати об'єктом подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва : Экономика, 1989. 360 с.
2. Воропаев Ю.Н. Риски, присущие бизнесу. *Бухгалтерский учет*. 1995. № 4. С. 29–30.
3. Корчинський І.О., Чура С.-Г.Т. Теоретичні основи холістичного управління економічною безпекою підприємства. *Держава та регіони*. 2020. № 5. С. 45–49.
4. Кузнецов В.Н. Культура безопасности. Социологическое исследование. Безопасность Евразии : приложение к журналу. Москва : Наука, 2001. 320 с.
5. Різник Н.С. Теоретичні засади формування системи діагностики економічної безпеки банку. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства*. 2007. Вип. 66. С. 118–123.
6. Романенко Л.Ф., Коротеєва А.В. Ризики у банківській діяльності. *Фінанси України*. 2003. № 5. С. 121–127.
7. Сергунин А.А. Международная безопасность: новые подходы и концепты. *Политические исследования*. 2005. № 6. С. 125–130.
8. Трескунов О.Б. Теоретичні аспекти фінансової безпеки промислових підприємств. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 172. С. 111–115.
9. Штангрет А.М., Караїм М.М., Штангрет І.А. Стратегічне управління економічною безпекою підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 6(17). URL : <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-5> (дата звернення: 20.09.2020).
10. Ястремський О.І. Основи теорії економічного ризику. Київ : АртЕк, 1997. 248 с.
11. Ячменьова В.М. Ідентифікація діяльності діяльності промислових підприємств : монографія. Сімферополь : ДОЛЯ, 2007. 384 с.

References:

1. Ansoff I. (1989) *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management]. Moscow: Ekonomika. (in Russian)
2. Voropaev Yu.N. (1995) *Riski, prisushchie biznesu* [Business risks]. *Bukhgalterskiy uchet*, no. 4, pp. 29–30.
3. Korchynskiy I.O., Chura S.-H.T. (2020) *Teoretychni osnovy kholistychnoho upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstva* [Theoretical foundations of holistic management of an economy-free enterprise]. *Derzhava ta rehiony*, no. 5, pp. 45–49.
4. Kuznetsov V.N. (2001) *Kul'tura bezopasnosti: Sotsiologicheskoe issledovanie. Bezopasnost' Evrazii: prilozhenie k zhurnu* [Safety Culture: A Case Study. Security of Eurasia: an appendix to the journal]. Moscow: Nauka. (in Russian)
5. Riznyk N.S. (2007) *Teoretychni zasady formuvannia systemy diahnostryky ekonomichnoi bezpeky banku* [Theoretical bases of formation of system of diagnostics of economic safety of bank]. *Visnyk Khark. nats. tekhn. un-tu silskoho hospodarstva*, vol. 66, pp. 118–123.
6. Romanenko L.F., Koroteieva A.V. (2003) *Ryzyky u bankivskii diialnosti* [Risks in banking]. *Finansy Ukrainy*, no. 5, pp. 121–127.
7. Sergunin A. A. (2005) *Mezhdunarodnaya bezopasnost: novye podkhody i kontsepty* [International security: new approaches and concepts]. *Politicheskie issledovaniya*, no. 5, pp. 125–130.
8. Treskunov O.B. (2009) *Teoretychni aspekty finansovoi bezpeky promyslovykh pidpriemstv* [Theoretical aspects of financial security of industrial enterprises]. *Kultura narodov Prichernomorya*, no. 172, pp. 111–115.
9. Shtanhret A.M., Karaim M.M., Shtanhret I.A. (2019) *Stratehichne upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstva* [Strategic management of economic security of the enterprise]. *Pryazovskiyi ekonomichnyi visnyk (electronic journal)*, no. 6(17), Available at: <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-5> (accessed 20 September 2020).
10. Yastremskiy O.I. (1997) *Osnovy teorii ekonomichnoho ryzyku* [Fundamentals of economic risk theory]. Kyiv: ArtEk. (in Ukrainian)
11. Yachmenova V.M. (2007) *Identifikatsiia diialnosti diialnosti promyslovykh pidpriemstv* [Identification of the activities of industrial enterprises]. Simferopol: DOLIA. (in Ukrainian)

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 339.72

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-18>**Давиденко Н.М.**доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів*Національний університет біоресурсів і природокористування України***Жовніренко О.В.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
*Київський кооперативний інститут бізнесу і права***Волков А.Ю.**магістр
*Національний університет біоресурсів і природокористування України***Davydenko Nadiia**Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Finance*National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine***Zhovnirenko Olena,**Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Enterprise,
Trade and Exchange Activities*Kyiv Cooperative Institute of Business and Law***Volkov Andrii**Master
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

ОЦІНКА РІВНЯ БОРГОВОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

Давиденко Н.М., Жовніренко О.В., Волков А.Ю. Оцінка рівня боргової безпеки в Україні. У статті зазначено, що значний рівень боргового навантаження на бюджет став вагомим чинником порушення фінансової рівноваги та стабільності в Україні. Представлено порогові значення індикаторів боргової безпеки, виконано оцінку боргової безпеки України. Здійснено оцінку рівня боргової безпеки в країні. На основі оцінки показників боргової стійкості зовнішнього державного боргу України визначено тенденцію щодо зростання не лише абсолютних та відносних показників зовнішнього державного боргу України, а й показників, які інформують про ризики погіршення показників боргової стійкості країни. Доведено необхідність формування оптимальної боргової структури у зв'язку зі скороченням запасів коштів в обороті, кризою в країнах Єврозони, низькою ефективністю праці, що спричинятиме зростання ризику неспроможності сплати боргових платежів у майбутньому.

Ключові слова: фінансова безпека, боргова безпека, боргове навантаження, бюджет, індикатор, показник, граничне значення.

Давиденко Н.М., Жовніренко О.В., Волков А.Ю. Оценка уровня долговой безопасности в Украине. В статье отмечено, что значительный уровень долговой нагрузки на бюджет стал весомым фактором нарушения финансового равновесия и стабильности в Украине. Представлены пороговые значения индикаторов долговой безопасности, выполнена оценка долговой безопасности Украины. Осуществлена оценка уровня долговой безопасности в стране. На основе оценки показателей долговой устойчивости внешнего государственного долга Украины определена тенденция роста не только абсолютных и относительных показателей внешнего государственного долга Украины, но и показателей, которые информируют о рисках ухудшения показателей долговой устойчивости страны. Доказана необходимость формирования оптимальной долговой структуры в связи с сокращением запасов материальных средств в обороте, кризисом в странах Еврозоны, низкой эффективностью труда, вызывающей рост риска несостоятельности уплаты долговых платежей в будущем.

Ключевые слова: финансовая безопасность, долговая безопасность, долговая нагрузка, бюджет, индикатор, показатель, предельное значение.

Davydenko Nadiia, Zhovnirenko Olena, Volkov Andrii. Assessment of the level of debt security in Ukraine.

The purpose of the article is to assess the level of debt security of the state and justify the formation of its strategy. The main element of creating an effective debt strategy is the analysis of quantitative indicators of public debt and assessment of debt sustainability of the state. Without such a study, the formation of the state debt policy strategy and management decisions will be impossible, as it will not have a scientifically sound basis. The article presents the threshold values of debt security indicators, which allow to qualitatively assess the state of debt security of Ukraine. The thresholds of the indicators form a clear concept and understanding of the level of security and the current situation and the international debt policy market. Examining the debt burden, which is formed by these indicators, you can make a forecast and redistribute cash resources in the budgets of future periods. Ukraine's debt security assessment has been performed. Based on the assessment of debt sustainability indicators of Ukraine's external public debt, a tendency to increase not only the absolute and relative indicators of Ukraine's external public debt, but also indicators that inform about the risks of deterioration of the country's debt sustainability indicators. It is established that at the moment the debt situation in Ukraine is rather unstable. The leading role in this is played not only by the amount of debt, but also its relationship with the real and financial sectors of the economy. Declining exports, declining inventories, the crisis in the euro area, and low labor efficiency increase the risk of default. The necessity of formation of optimal debt structure is proved and long-term tasks of formation of debt policy for Ukraine are defined, in particular, planning the cost of repaying and servicing public debt, planning the debt portfolio, directing state guarantees to infrastructure, establishing control over the level of international reserves, establishing the expediency of financing social expenditures and reducing financial borrowing to cover deficits and interest rates and effective exchange rate policy.

Key words: financial security, debt security, debt burden, budget, indicator, indicator, threshold value.

Постановка проблеми. Сучасна глобальна фінансова криза суттєво вплинула на економічні процеси у суспільстві та стала дієвим чинником впливу державного боргу на боргову безпеку держави.

Значний рівень боргового навантаження на бюджет став вагомим чинником порушення фінансової рівноваги та стабільності в Україні, призвів до загострення суперечності між постійно зростаючими потребами у фінансуванні внутрішніх інвестицій держави та обмеженістю фінансових ресурсів.

Саме тому для зростання боргової стійкості нашої держави вкрай необхідно здійснювати запровадження дієвого механізму обслуговування державного боргу та постійно вдаватися до розроблення нових напрямів боргової стратегії України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам боргової політики та запровадженню дієвого механізму обслуговування державного боргу присвячено праці О. Барановського, А. Гальчинського, В. Геєця, І. Лютого, В. Новицького та ін. Серед зарубіжних наукових діячів дана проблематика піднімалася у працях Дж. Б'юкенена, П. Самуельсона, Дж. Стігліца, Дж. Тобіна, Дж. Хікса.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження етапів формування та оцінювання державної боргової безпеки за період 2015–2020 рр., виділення певних загроз, систематизація та аналіз їхніх значень для України з позицій наближення їх до визначених оптимальних параметрів, обґрунтування формування стратегії боргової безпеки з метою досягнення боргової стабілізації в сучасних політичних та соціально-економічних умовах.

Відповідно до поставленої мети, нами окреслено такі завдання: дослідити порогові значення індикаторів стану боргової безпеки України; здійснити аналіз певної групи індикаторів, що характеризують боргову безпеку держави; виділити певні загрози й обґрунтувати необхідність формування стратегії боргової безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними елементами створення дієвої боргової страте-

гії є аналіз кількісних показників державного боргу та оцінка боргової стійкості держави. Без проведення такого дослідження формування стратегії боргової політики держави та ухвалення управлінських рішень будуть неможливими, оскільки не матимуть науково обґрунтованої основи.

Розмір державного боргу і його структура мають створювати підґрунтя для точного та своєчасного виконання урядом зобов'язань щодо його погашення й обслуговування, а також прогнозувати можливість рефінансування боргу, адже стрімке збільшення державного боргу спричиняє загрози економічній безпеці країни, стійкості бюджетної системи і стабільності платіжного балансу.

У табл. 1 представлено порогові значення індикаторів стану боргової безпеки України.

Представлені порогові значення дають змогу якісно оцінити стан боргової безпеки України. Вони формують чітке поняття та розуміння рівня безпеки і наявної ситуації на міжнародному ринку боргової політики.

Дослідивши боргове навантаження, яке формують дані показники, можна здійснити прогноз та перерозподілити грошові ресурси в бюджетах майбутніх періодів.

Одним із показників боргової безпеки України є рівень платежів з обслуговування боргу до обсягу доходів державного бюджету. Цей показник показує та формує реальне навантаження на бюджет, що в майбутньому вплине на формування та розподіл коштів на обслуговування державного зовнішнього та внутрішнього боргу.

Відношення обсягу сукупних платежів з обслуговування внутрішнього боргу до доходів державного бюджету розраховують для того, щоб здійснити якісний прогноз витрат та перегляд договорів із надання внутрішніх позик. Державі необхідно здійснити детальний аналіз щодо умов отримання та повернення внутрішніх кредитів для того, щоб оптимізувати доходи та витрати щодо управління та обслуговування таких позик.

Порогові значення індикаторів стану боргової безпеки України

№	Показник	Порогові значення індикаторів у світовій практиці	Порогові значення індикаторів в Україні
1	Відношення загального обсягу державного боргу до ВВП, %	$\leq 50^*$, $\leq 60^{**}$	≤ 60
2	Відношення обсягу державного зовнішнього боргу до ВВП, %	$80-100^*$, $\leq 40^{**}$, $\leq 50^{***}$	≤ 25
3	Відношення державного зовнішнього боргу до річного експорту товарів і послуг, %	$\leq 70^{**}$	≤ 70
4	Відношення відсоткових платежів з обслуговування зовнішнього боргу до річного експорту товарів і послуг, %	–	≤ 12
5	Відношення обсягу сукупних платежів з обслуговування зовнішнього боргу до доходів державного бюджету, %	$\leq 20^{**}$	≤ 20
6	Відношення сукупних платежів із погашення й обслуговування зовнішнього боргу до експорту товарів і послуг, %	$20-25^{**}$, 25^{**}	18
7	Рівень зовнішньої заборгованості на одну особу, дол. США	≤ 200	≤ 200
8	Рівень зовнішнього державного боргу в доходах державного бюджету, %	300	–
9	Відношення обсягу внутрішнього боргу до ВВП, %	≤ 30	≤ 30
10	Відношення обсягу сукупних платежів з обслуговування внутрішнього боргу до доходів державного бюджету, %	≤ 25	≤ 25
11	Відношення заборгованості уряду за державними цінними паперами (ОВДП і ОЗДП) до ВВП, %	≤ 30	≤ 30
12	Відношення платежів за державним боргом до ВВП, %	–	7
13	Відношення платежів за державним боргом до доходів державного бюджету України, %	–	45
14	Відношення обсягу державного боргу до доходів державного бюджету, %	290^{***}	300
15	Відношення дисконтної вартості боргу до експорту (довгострокова платоспроможність), %	–	200–250
16	Рівень платежів з обслуговування боргу до обсягу доходів державного бюджету (навантаження на бюджет), %	–	25–30

Джерело: розроблено на основі [6]

Розрахунок боргової стійкості зовнішнього державного боргу України на основі проміжних значень представлено в табл. 2, 3. Проаналізуємо значення в розрізі кожного показника та порівняємо з критичним рівнем.

Відношення зовнішнього державного боргу до ВВП є важливим показником, який широко використовується у міжнародній і вітчизняній практиці та характеризує здатність погасити борг.

У розрізі показників боргового навантаження України доцільно розглянути динаміку рівня зовнішнього боргу на душу населення. Розраховані дані ілюструють чітку тенденцію до зростання вказаного показника. За цим індикатором критичне значення встановлено у розмірі 200 дол. США.

Аналізуючи показники боргового навантаження, необхідно вказати на велике зменшення обсягів державних позик у фінансовому році до всіх капітальних видатків бюджету (у 0,3 рази за 2015–2020 рр.), що свідчить про використання державних запозичень більшою мірою на утримання державних суб'єктів господарювання, підтримку існування державного механізму, покриття дефіциту бюджету, а не на інноваційно прогресивні вкладення в економіку (і, як наслідок, стимулювання збільшення ВВП, доходів бюджету та повернення існуючих боргів) (рис. 1).

На основі проведеного аналізу та оцінки показників боргової стійкості зовнішнього державного боргу України необхідно зазначити, що прослідковується тенденція до зростання не лише абсолютних та віднос-

них показників зовнішнього державного боргу України, а й показників, які інформують про ризики погіршення показників боргової стійкості країн.

Розглянуті вище показники боргового навантаження пояснюються значним перекредитуванням боргу в економіці України, що спричинило виникнення певних економічних проблем. Кількісну оцінку наповненого боргового навантаження визначимо за допомогою показника, запропонованого канадським економістом А. Фекете для аналізу стану сучасної світової фінансової системи [7]. Науковець розробив алгоритм, за яким можна використовувати показник граничної продуктивності боргу (ГПБ), що розраховується за формулою:

$$ГПБ = \Delta ВВП / \Delta Борг. \quad (1)$$

Можна прослідкувати негативну тенденцію до зменшення ефективності державного боргу України через динаміку показника граничної продуктивності, який наведено на рис. 3. Протягом 2015–2020 рр. даний показник становив менше 1, що пояснює значне скорочення ефективності відтворювального боргу, збільшення деструктивних трендів у фінансовому та реальному секторах економіки держави. Можна простежити, що в 2015 р. значення показника було позитивним, різке скорочення продуктивності боргу стало наслідком виникнення проблем з обслуговування боргових зобов'язань та спричинило необхідність проведення процедури реструктуризації.

Таблиця 2

Показники боргової безпеки України у 2015–2020 рр., %

Показник	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Критичний рівень
Відношення зовнішнього боргу до ВВП	52,68	52,03	51,17	38,54	31,75	44,31	40
Відношення державного зовнішнього боргу до річного експорту товарів і послуг	99,83	83,45	75,53	68,33	56,95	51,28	150
Відношення обсягу офіційних міжнародних резервів до обсягу зовнішнього боргу	30,6	34,1	38,4	41,3	51,7	56,7	20
Відношення короткострокового зовнішнього боргу за залишковим терміном погашення до зовнішнього боргу	1,18	1,03	0,94	1,12	1,06	1,13	–
Розмір державного зовнішнього боргу на одну особу	1111,6	1135	1170,4	1201,5	1165,3	1224,3	–
Відношення погашення й обслуговування зовнішнього державного боргу до доходів бюджету	20,71	9,16	10,47	17,79	18,4	19,9	5
Відношення зовнішнього державного боргу до податкових надходжень	182,29	194,53	172,26	145,85	116,52	106,6	25
Рівень зовнішнього державного боргу в доходах державного бюджету	62,87	159,05	136,19	118,46	93,35	147,5	300

Джерело: складено на основі [5]

Таблиця 3

Показники для визначення системи індикаторів боргової безпеки України у 2015–2020 рр.

Показник	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Сукупний зовнішній борг, млрд дол.	43,45	45,61	49,9	50,5	48,9	51,4
Сукупний зовнішній борг, млрд дол.	1042,08	1240,08	1323,28	1397,2	1159,2	1463,8
ВВП, млрд дол.	1979,46	2383,18	1586,11	3558,7	3974,6	1156,8
Дохід від експорту, млрд дол.	1044,54	1174,63	1028,7	1608,9	1636,4	1470,2
Короткостроковий зовнішній борг за залишковим терміном погашення, млрд дол.	51,20	47,04	46,69	45,02	46,2	45,4
Міжнародні резерви, млрд дол.	13,30	15,54	18,64	20,8	25,3	29,1
Платежі з обслуговування зовнішнього державного боргу, млрд дол.	409,93	104,83	143,3	351,21	466,58	511,86
Доходи державного бюджету, млрд дол.	652,03	782,75	997,82	1060,9	989,6	1006,8
Кількість населення, млн осіб	42,93	42,76	42,59	42,4	42,1	41,9
Дефіцит державного бюджету, млрд дол.	45,17	70,13	80,89	59,2	78,04	120

Джерело: складено на основі [5]



Рис. 1. Динаміка співвідношення обсягу державних запозичень у фінансовому році до всіх капітальних витратів бюджету за 2015–2020 рр.

Джерело: складено на основі [4]



Рис. 2. Динаміка показника зовнішнього боргу в розрахунку на одну особу в 2015–2020 рр., дол.

Джерело: складено на основі [4]

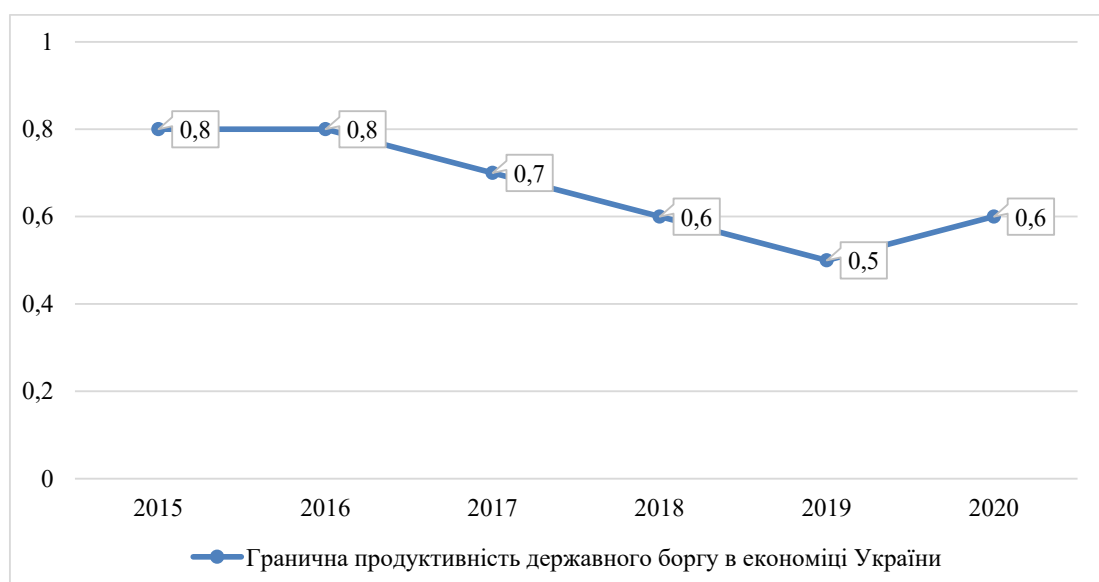


Рис. 3. Гранична продуктивність державного боргу України впродовж 2015–2020 рр.

Джерело: складено на основі [5]

Отже, виходячи з представлених даних, можна зробити висновок, що державний борг у національній економіці зберігає стабільність та продуктивність. Проте впродовж звітного періоду темпи зростання боргу помітно перевищують темпи ВВП. У 2014–2015 рр., у період фінансової кризи, цей процес посилюється і продовжує погіршуватися сьогодні. На разі боргова ситуація в Україні є досить нестабільною. Провідну роль у цьому відіграє не лише обсяг боргу, а ще і його співвідношення з реальним і фінансовим секторами економіки країни. Зменшення обсягів експорту, скорочення запасів коштів в обороті, криза в країнах Єврозони, низька ефективність праці спричиняють зростання ризику неспроможності сплати боргових платежів у майбутньому.

Тож цілком очевидною є потреба створення оптимальної боргової структури, адже некоректна за строками структура державного боргу утворює «піки» платежів, що є наслідком формування боргової кризи.

Борговий портфель повинен базуватися на борговій структурі, розробленій на основі показників співвідношення ризиків державного боргу. Необхідно сформувати структуру державних запозичень з урахуванням таких чинників, як валюта позики, строк позики, макроекономічна політика, ліквідність активів фінансового ринку та стійкість інвестиційної бази. Необхідно збільшувати частку внутрішніх запозичень. Для втілення цієї ідеї можна застосувати одні з поширених міжнародних методик, зокрема базових точок, ефективного попереднього аналізу та моделювання [1].

Основними довгостроковими завданнями боргової політики можна назвати:

- планування витрат на погашення та обслуговування державного боргу;
- планування боргового портфеля, що дасть можливість створити оптимальну структуру державного боргу [7];

– спрямування державних гарантій в інфраструктуру [7];

– встановлення контролю над рівнем міжнародних резервів задля збереження стабільного валютного курсу, формування ліквідних коштів для усунення розривів між борговими витратами та надходженнями, нейтралізації дії шоків, що впливають на стан рахунку платіжного балансу й спричиняють зростання державного боргу [1];

– установа доцільності фінансування соціальних видатків та зменшення обсягу фінансових запозичень для покриття дефіциту та зниження рівня відсоткових ставок і проведення ефективної курсової політики, що сприятиме зменшенню обсягу державного боргу.

Висновки. Отже, виходячи з представлених даних, можна зробити висновок, що державний борг у національній економіці зберігає стабільність та продуктивність. Проте впродовж звітного періоду темпи зростання боргу помітно перевищують темпи ВВП. У 2014–2015 рр., у період фінансової кризи, даний процес посилюється і продовжує погіршуватися. Сьогодні боргова ситуація в Україні є досить нестабільною.

Провідну роль у цьому відіграє не лише обсяг боргу, а ще і його співвідношення з реальним і фінансовим секторами економіки країни. Зменшення обсягів експорту, скорочення запасів коштів в обороті, криза в країнах Єврозони, низька ефективність праці спричиняють зростання ризику неспроможності сплати боргових платежів у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Богдан Т.П. Боргова політика держави в умовах глобальної нестабільності. *Економіка України*. 2013. № 2(615). С. 4–17.
2. Давиденко Н.М., Жовніренко О.В., Оліфер І.О. Вплив тіньової економіки на податкову систему країни. *Підприємство та інновації*. 2020. Вип. 13. С. 94–98.
3. Давиденко Н.М., Ключка О.В., Ключка С.С. Державний фінансовий контроль у системі забезпечення економічної безпеки держави : монографія. Київ, 2019. 202 с.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.06.2021).
5. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. Статистика державного боргу. URL: <https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg> (дата звернення: 22.05.2021).
6. Наказ від 29.10.2013 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text> (дата звернення: 01.06.2021).
7. Fekete A.E. The Marginal Productivity of Debt: Why Obama's Stimulus Package Is Doomed to Failure. Professor Antal E. Fekete. URL: <http://www.professorfekete.com/articles%5CAEFTheMarginalProductivityOfDebt.pdf> (дата звернення: 22.06.2021).

References:

1. Bogdan T.P. (2013) Borghova polityka derzhavy v umovakh globalnoji nestabilnosti [Debt policy of the state in the conditions of global instability]. *Ukraine economy*, no. 2(615), pp. 4–17.
2. Davydenko N.M., Zhovnirenko O.V., Olifer I.O. (2020) Vplyv tinjovoji ekonomiky na podatkovu systemu krajiny [The impact of the shadow economy on the country's tax system]. *Entrepreneurship and innovation*, no. 13, pp. 94–98.
3. Davydenko N.M., Klyuchka O.V., Klyuchka S.S. (2019) Derzhavnyj finansovyj kontrolj u systemi ekonomichnoji bezpeky derzhavy [State financial control in the system of economic security of the state]. Kyiv. (in Ukrainian)
4. Ofitsiyniy veb-sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20 June 2021).
5. Ministry of Finance of Ukraine. Official site. Public debt statistics. Available at: <https://mof.gov.ua/en/derzhavnij-borgta-garantovanij-derzhavju-borg> (accessed 22 May 2021).
6. Nakaz Ministerstva ekonomichnogho rozvytku i torghivli Ukrainy “Pro zatverdzhennja Metodichnykh rekomendacij shhodo rozrakhunku rivnja ekonomichnoji bezpeky Ukrainy” № 1277 vid 29.10.2013. Available at: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm (accessed 01 June 2021).
7. Fekete A.E. The Marginal Productivity of Debt: Why Obama's Stimulus Package Is Doomed to Failure. Professor Antal E. Fekete. Available at: <http://www.professorfekete.com/articles%5CAEFTheMarginalProductivityOfDebt.pdf> (accessed 22 June 2021).

УДК 336.74

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.65-19>**Мищенко В.І.**доктор економічних наук, професор,
професор кафедри цифрової та міжнародної економіки
*Університет банківської справи***Науменкова С.В.**доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка***Мищенко С.В.**доктор економічних наук, професор,
професор кафедри банківської справи та фінансових технологій
*Університет банківської справи***Mishchenko Volodymyr**Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department
of Digital and International Economics
*Banking University***Naumenkova Svitlana**Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department of Finance
*Taras Shevchenko National University of Kyiv***Mishchenko Svitlana**Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at the Department
of Banking and Financial Technology
Banking University

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОЦЕНТНОГО КАНАЛУ МОНЕТАРНОЇ ТРАНСМІСІЇ В УКРАЇНІ

Мищенко В.І., Науменкова С.В., Мищенко С.В. Ефективність функціонування процентного каналу монетарної трансмісії в Україні. У статті на основі використання методу регресійного аналізу досліджено особливості функціонування процентного каналу монетарного трансмісійного механізму в Україні в 2005–2020 рр. та охарактеризовано ефективність його дії в умовах фінансової нестабільності. На основі аналізу впливу базової процентної ставки та ставки доходності за короткостроковими облігаціями внутрішньої державної позики на динаміку грошових агрегатів, темпи кредитування та обмінний курс визначено кількісні параметри впливу процентного каналу на основні макроекономічні показники. Визначено головні напрями підвищення ефективності функціонування процентного каналу монетарної трансмісії, удосконалення процентної політики центрального банку, механізмів підтримки ліквідності банків і здійснення запозичень уряду на внутрішньому ринку.

Ключові слова: центральний банк, процентна політика, трансмісійний механізм, процентний канал, монетарна ефективність.

Мищенко В.И., Науменкова С.В., Мищенко С.В. Эффективность функционирования процентного канала монетарной трансмиссии в Украине. В статье на основе использования метода регрессионного анализа исследованы особенности функционирования процентного канала монетарной трансмиссии в Украине в 2005–2020 гг. и охарактеризована эффективность его действия в условиях финансовой нестабильности. На основе анализа влияния базовой процентной ставки и ставки доходности по краткосрочным облигациям внутреннего государственного займа на динамику денежных агрегатов, темпы кредитования и обменный курс определены количественные параметры влияния процентного канала на основные макроэкономические показатели. Определены главные направления повышения эффективности функционирования процентного канала монетарной трансмиссии, совершенствования процентной политики центрального банка, механизмов поддержки ликвидности банков и осуществления заимствований правительства на внутреннем рынке.

Ключевые слова: центральный банк, процентная политика, трансмиссионный механизм, процентный канал, монетарная эффективность.

Mishchenko Volodymyr, Naumenkova Svitlana, Mishchenko Svitlana. The effectiveness of the functioning of the interest rate channel of monetary transmission in Ukraine. Ensuring a high level of monetary regulation of the economy and improving the efficiency of the central bank's monetary policy largely depend on how effective is the mechanisms of transmission of monetary impulses from the decisions of monetary authorities to market participants through the use of monetary transmission. Given that in the current environment, interest rate policy is the main component of the monetary policy of the vast majority of central banks, interest rate channel is important in the process of monetary transmission. This is also due to the fact that in the monetary transmission system, the interest channel is most closely linked to the mechanisms of functioning of monetary, credit and currency channels. Solving this problem requires the identification the role of the interest channel in the mechanism of monetary transmission, the peculiarities of its function in current conditions, revealing clear causal links and the basic principles of the systematic regularity of monetary development. In addition, it is necessary to identify clear criteria and methods for assessing the effectiveness of the channel, as well as systems and indicators, which allow the use of several parameters in the flow of interest to the channel on the basis of monetary and macroeconomic indicators. The conducted research is based on the statistics of the National Bank of Ukraine for 2005–2020, the system of economic-statistical and economic-mathematical methods, as well as on the calculation of indicators, and is characterize the reliability of models. Quantitative assessment of the efficiency and operating conditions of the interest rate channel of the monetary transmission mechanism should be based on the basic principles of monetary theory and a reliable statistical base. This suggests ways to improve the efficiency of the interest rate channel through the central bank's interest rate policy, adequate money market conditions, and prudent government borrowing policies in the domestic market to ensure efficient transmission of monetary impulses from the central bank to the real sector of the economy. The results of the study can be used to substantiate the forecast parameters of monetary indicators of the monetary policy of the National Bank of Ukraine (NBU) and the conditions of effective functioning of the interest rate channel of monetary transmission in Ukraine in the medium term.

Key words: central bank, interest rate policy, transmission mechanism, interest rate channel, monetary efficiency.

Постановка проблеми. У сучасних умовах процентний канал трансмісійного механізму вважають одним із головних інструментів передачі результатів реалізації монетарної політики центрального банку до реального сектору економіки [1, с. 338; 2, с. 423; 3, с. 21; 4, с. 61]. Функціонування цього каналу покликане сприяти реалізації завдань центрального банку щодо збалансування грошово-кредитного та фондового ринків шляхом визначення ціни на національні гроші, підтримки ліквідності банківської системи, забезпечення економіки фінансовими ресурсами, збалансування пропорцій між попитом і пропозицією грошей та підтримки економічного зростання і фінансової стабільності [5, с. 367; 6, с. 51; 7, с. 28; 8, с. 41]. Тому центральні банки всіх країн світу приділяють значну увагу питанням удосконалення процентної політики та управління процентним каналом монетарного трансмісійного механізму.

В Україні процентний канал монетарного трансмісійного механізму відіграє надзвичайно важливу роль, яка почала посилюватися після світової фінансової кризи 2008–2009 рр. і суттєво зросла після кризи 2015 р., коли Національний банк України (НБУ) запровадив новий дизайн монетарної політики, у якому головну роль відіграють короткострокові ставки грошового ринку, завдяки чому процентна політика НБУ стала головним інструментом реалізації цілей його грошово-кредитної політики [9, с. 7; 10, с. 188].

Для оцінки ефективності функціонування процентного каналу велике значення має чітке визначення критеріїв його дієвості, а також показників, за допомогою яких можна визначити вплив на основні макроекономічні параметри [11, с. 59; 12, с. 22]. Тому питання надійного функціонування та управління процентним каналом монетарної трансмісії становить для України

велике практичне завдання, яке зумовлене необхідністю підвищення ефективності реалізації монетарної політики НБУ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі дослідженню різних аспектів функціонування процентного каналу монетарної трансмісії приділяється велика увага. Серед вітчизняних науковців, які активно досліджують цю проблему, можна назвати праці Т. Буй [15], Т. Єфименко [1], В. Жупанина [6], В. Кротюка [9], І. Лютого [25], А. Сомик [19], С. Шульги [30] та багатьох інших. Серед зарубіжних учених найбільш активно досліджували механізми функціонування процентного каналу Р. Врей [22], Л. Гамбетті [16], Ф. Канова [16], А. Мінелла [28], С. Мухтаров [12], Н. Соуза-Собрінью [28] та ін.

Разом із тим недостатньо дослідженими аспектами функціонування процентного каналу монетарної трансмісії залишаються оцінка рівня ефективності його використання та визначення причинно-наслідкових і кількісних взаємозв'язків у механізмах передачі монетарних імпульсів від центрального банку до реального сектору економіки з метою стимулювання економічного розвитку.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає у визначенні ефективності функціонування процентного каналу монетарного трансмісійного механізму на основі вдосконалення методів кількісної оцінки його впливу на основні монетарні та макроекономічні показники.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі та серед практиків панує думка, що головну роль у механізмі монетарної трансмісії відіграють базова ставка центрального банку та пов'язані з нею ставки надання і вилучення банківської ліквідності, а також короткострокові процентні ставки гро-

шового ринку. Перш за все, це стосується міжбанківської процентної ставки та ставок доходності за короткостроковими державними цінними паперами [13, с. 42; 14, с. 59; 15, с. 92].

Однак уже із середини 2000-х років у провідних країнах світу базові процентні ставки знаходяться на дуже низькому рівні, а в окремих випадках вони взагалі є від'ємними, що обмежує їхню роль як головного індикатора грошового ринку. Однак у країнах із ринками, що розвиваються, базова процентна ставка центрального банку залишається головним інструментом монетарної трансмісії, а її динаміка визначає ефективність впливу процентного каналу на розвиток реального сектору економіки [16, с. 485; 17, с. 32; 18, с. 54; 19, с. 25].

Головними завданнями функціонування процентного каналу монетарної трансмісії є визначення чітких механізмів установлення та зміни базової (ключової) процентної ставки центрального банку, підтримка позитивної різниці між базовою ставкою та рівнем очікуваної інфляції, незначні відхилення ставки доходності за короткостроковими державними облігаціями від базової ставки, а також високий рівень розвитку фондового ринку та фінансового сектору [20, с. 87; 21, с. 22; 22, с. 154].

Як показав проведений аналіз, в Україні процентний канал монетарної трансмісії функціонує, перш за все, на основі управління короткостроковими ставками, головною серед яких є базова ставка НБУ, яка впродовж останніх років в умовах фінансової коливалася у дуже широкому діапазоні – від 6,5% у 2013 р. до 30,0% у 2015 р. Відповідно до змін базової процентної ставки відбувалася й зміна інших ставок на грошовому ринку, у т. ч. ставок міжбанківського ринку, а також ставок доходності за короткостроковими державними облігаціями, які, по суті, є однією з форм вартості

національних грошей та мають схожий вплив на процентний канал монетарної трансмісії. Так, середньозважена ставка доходності за облігаціями внутрішньої державної позики на первинному ринку з терміном погашення до одного року коливалася у межах від 7,25% у 2005 р. до 19,76% у 2009 р. та 18,40% у 2019 р. При цьому найбільший розрив між цими ставками спостерігався у 2009 р. – +8,60 п. п. та у 2015 р. – -8,30 п. п. (табл. 1).

Таке співвідношення між ставкою доходності за короткостроковими державними облігаціями та базовою ставкою свідчить про те, що впродовж аналізованого періоду процентна політика НБУ не була достатньо обґрунтованою та не повною мірою враховувала реальні економічні умови країни. Як свідчить аналіз розриву між зазначеними процентними ставками, у 2008–2010 рр., 2013–2014 рр., 2017 р. та 2020 р. базова ставка була суттєво завищена, а в 2005 р., 2007 р. та в 2015 р. – суттєво занижена, що негативно впливало на ділову активність (рис. 1).

Однак, незважаючи на це, головним інструментом, за допомогою якого здійснюється первинний імпульс для функціонування процентного каналу, в Україні залишається базова процентна ставка. Рівень цієї ставки періодично визначається/переглядається Комітетом з монетарної політики та затверджується Правлінням Національного банку України [23, с. 83; 24, с. 27]. Зміна базової процентної ставки завдяки дії трансмісійного механізму грошово-кредитної політики впливає на формування всієї сукупності процентних ставок грошового та фондового ринків.

Як показав проведений аналіз, у 2005–2020 рр. підвищення базової ставки НБУ з високим ступенем тісноти зв'язку сприяло підвищенню ставок доходності за короткостроковими облігаціями внутрішньої державної позики:

Таблиця 1

Показники, що характеризують дію процентного каналу монетарної трансмісії в Україні в 2005–2020 рр.

Рік	Середнє значення базової процентної ставки, %	Середня доходність ОВДП на первинному ринку з терміном погашення до 1 року, %	Розрив між середньою доходністю ОВДП і базовою ставкою, п. п.	Рівень інфляції, %	Темп приросту реального ВВП, %
2005	9,20	7,25	-1,95	10,3	2,7
2006	8,94	9,26	0,32	11,6	7,3
2007	8,21	6,71	-1,50	16,6	7,9
2008	11,34	15,60	4,26	22,3	2,3
2009	11,16	19,76	8,60	12,3	-14,5
2010	9,04	12,48	3,44	9,1	4,1
2011	7,75	7,93	0,18	4,6	5,5
2012	7,56	8,92	1,36	-0,2	0,2
2013	7,02	7,02	0,00	0,5	0,0
2014	10,24	13,11	2,87	24,9	-6,8
2015	25,30	17,00	-8,30	43,3	-10,5
2016	17,79	16,64	-1,15	12,4	2,3
2017	13,21	15,23	2,02	13,7	2,5
2018	17,13	17,92	0,79	9,8	3,3
2019	16,98	18,40	1,42	4,1	3,2
2020	7,93	10,62	2,69	5,0	-4,0

Джерело: Облікова ставка Національного банку. Офіційне Інтернет-представництво НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish>; Фондовий ринок. Офіційне Інтернет-представництво НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#2fs>



Рис. 1. Динаміка процентних ставок, реального ВВП та інфляції в Україні в 2005–2020 рр.

Джерело: складено авторами

$$CDO = 5,0157 + 0,6547БПС, \quad (1)$$

$$r = 0,7310. R^2 = 0,5344. F = 16,07. DW = 1,42,$$

де *CDO* – середня ставка дохідності за короткостроковими облігаціями внутрішньої державної позики на первинному ринку, %; *БПС* – середня базова процентна ставка НБУ, %.

На основі аналізу рівняння (1) можна зробити висновок про те, що з імовірністю 53,44% підвищення базової процентної ставки на 1 п. п. може призвести до підвищення ставки дохідності за короткостроковими державними облігаціями на 0,6547 п. п.

На практиці зміна базової процентної ставки центрального банку та ставок дохідності за короткостроковими державними облігаціями суттєво впливає на динаміку грошової бази та грошових агрегатів, темпи кредитування економіки, обмінний курс гривні до провідних валют, а також на рівень монетизації економіки та основні макроекономічні показники.

Так, у аналізованому періоді підвищення базової процентної ставки на 1 п. п. стримувало зростання грошової бази на 1,2353 п. п. (із тісністю зв'язку $r = -0,4110$), а вплив на динаміку грошового агрегату МЗ характеризувався такою залежністю:

$$TM3 = 44,341 - 2,1152БПС, \quad (2)$$

$$r = -0,5030. R^2 = 0,2530. F = 4,73. DW = 0,96,$$

де *TM3* – темп приросту грошового агрегату МЗ, %; *БПС* – базова процентна ставка, %.

При цьому варто зазначити, що вплив динаміки середньої ставки дохідності за короткостроковими державними облігаціями на темпи приросту грошового агрегату МЗ був ще вищим: $r = -0,6840$, тобто можна стверджувати, що у 46,79% випадків зменшення обсягів агрегату МЗ було зумовлене підвищенням ставок дохідності та обсягів запозичень уряду на внутрішньому ринку. Такий негативний вплив підвищення процентних ставок на динаміку грошової бази та гро-

шових агрегатів призвів до суттєвого зниження рівня монетизації, фактично спровокувавши ремонетизацію економіки:

$$ME = 58,1898 - 0,7295БПС, \quad (3)$$

$$r = -0,4670. R^2 = 0,2181. F = 3,91. DW = 0,41,$$

де *ME* – рівень монетизації економіки, %; *БПС* – базова процентна ставка, %.

Відповідно до економічної теорії, суттєве підвищення процентних ставок негативно впливає на кредитну активність банків [25, с. 23; 26, с. 159; 27, с. 18; 28, с. 415; 29, с. 7]. Це положення повністю підтверджено практикою діяльності банківської системи України в 2005–2020 рр. Так, упродовж аналізованого періоду підвищення базової ставки призвело до суттєвого підвищення всіх ставок кредитування, у т. ч. й міжбанківської процентної ставки, а вплив на темпи приросту кредитування економіки характеризувався таким рівнянням:

$$ТПК = 37,3383 - 1,5260 БПС, \quad (4)$$

$$r = -0,4600. R^2 = 0,2116. F = 3,76. DW = 1,09,$$

де *ТПК* – темп приросту кредитування банками економіки, %; *БПС* – середнє значення базової процентної ставки, %.

Окрім того, підвищення базової процентної ставки разом із лібералізацією валютного режиму сприяло підвищенню обмінного курсу гривні до долара США:

$$BK = -20,9445 + 2,8596БПС, \quad (5)$$

$$r = 0,5780. R^2 = 0,3341. F = 7,03. DW = 1,38,$$

де *BK* – темп приросту середнього обмінного курсу гривні до долара США, %; *БПС* – середня базова процентна ставка, %.

Найважливішим завданням нашого дослідження є оцінка впливу процентного каналу монетарної трансмісії на основні макроекономічні показники економіки України. Проведений аналіз показав, що в 2005–2020 рр. підвищення базової процентної ставки

негативно впливало на темпи економічного зростання, фактично стримуючи темпи приросту реального ВВП:

$$\begin{aligned} ВВП &= 4,8267 - 0,3799БПС, \\ r &= -0,3080. R^2 = 0,0949. F = 1,46. DW = 1,74, \end{aligned} \quad (6)$$

де *ВВП* – темп приросту реального ВВП, %; *БПС* – середня базова процентна ставка, %.

Більш статистично значущі результати щодо впливу процентних ставок на темпи приросту реального ВВП дає аналіз динаміки середньої ставки дохідності за короткостроковими державними облігаціями:

$$\begin{aligned} ВВП &= 8,5619 - 0,6450 СДО, \\ r &= -0,4680. R^2 = 0,2190. F = 3,92. DW = 1,69, \end{aligned} \quad (7)$$

де *ВВП* – темп приросту реального ВВП, %; *СДО* – середня дохідність короткострокових облігацій внутрішньої державної позики на первинному ринку, %.

Незважаючи на те що за шкалою Чеддока цей зв'язок є слабким або помірним, можна констатувати наявність певної тенденції, яка свідчить про негативний вплив підвищення процентних ставок на темпи економічного зростання.

Більш тісний зв'язок у 2005–2020 рр. спостерігався між динамікою базової процентної ставки та рівнем інфляції:

$$\begin{aligned} PI &= -3,1320 + 1,3233БПС, \\ r &= 0,6240. R^2 = 0,3894. F = 8,92. DW = 1,28, \end{aligned} \quad (8)$$

де *PI* – рівень інфляції, %; *БПС* – середня базова процентна ставка, %.

Як свідчить аналіз рівняння (8), підвищення базової процентної ставки на 1 п. п. призводило до підвищення рівня інфляції на 1,3222 п. п. Зазначимо, що така ситуація суперечить положенням монетарної теорії, відповідно до якої підвищення базової ставки центрального банку є головним інструментом стримування інфляції. У зв'язку із цим перед НБУ стоїть завдання щодо коригування механізмів реалізації політики інфляційного таргетування.

Таким чином, проведений аналіз свідчить про достатньо високий вплив процентного каналу монетарної трансмісії на головні макроекономічні показники – динаміку валового внутрішнього продукту та рівень інфляції.

Проведені розрахунки дають змогу зробити висновки про те, що з метою підвищення ефективності функціонування процентного каналу монетарної трансмісії в Україні в середньостроковій перспективі базова процентна ставка НБУ повинна коливатися у межах 6–9%,

а середня дохідність короткострокових облігацій внутрішньої державної позики на первинному ринку – у межах 7–10%, що дасть змогу підтримувати темпи економічного зростання на рівні 3–4%, рівень інфляції – відповідно до значень встановленого таргету, а рівень монетизації – 50–60%.

Підвищення ефективності функціонування процентного каналу монетарного трансмісійного механізму в Україні повинно ґрунтуватися на забезпеченні економічної стабільності та підвищенні стійкості банківської системи до внутрішніх і зовнішніх шоків, реалізації більш виважених підходів НБУ до своєї процентної політики та періодичному коригуванні базової процентної ставки, обґрунтованому визначенні ставок дохідності за державними облігаціями, а також на підвищенні ефективності монетарного регулювання економіки, що сприятиме підтримці стійкого економічного зростання.

Окрім того, посилення дієвості процентного каналу поряд з іншими цілями повинно передбачати суттєве підвищення рівня фінансової глибини економіки та розвитку фондового ринку [30, с. 17; 31, с. 12].

Висновки. Проведене дослідження дало змогу визначити, що в умовах фінансової нестабільності процентний канал монетарної трансмісії в Україні в 2005–2020 рр. був достатньо дієвим механізмом передачі монетарних імпульсів від НБУ до суб'єктів господарювання і домашніх господарств.

Разом із тим кількісний аналіз впливу процентного каналу монетарної трансмісії на основні макроекономічні показники показав, що підвищення базової процентної ставки НБУ і ставок дохідності за короткостроковими державними облігаціями негативно впливає на зростання ВВП та динаміку інфляції.

За результатами проведеного дослідження визначено, що головними завданнями управління процентним каналом монетарної трансмісії є вдосконалення механізмів установлення ефективної базової процентної ставки, регулярна підтримка банківської ліквідності, запровадження чітких механізмів визначення ставок дохідності за державними облігаціями з урахуванням особливостей політики запозичень уряду та управління державним боргом.

Подальші дослідження цієї проблеми повинні передбачати використання центральним банком нових методів та інструментів оцінки й аналізу дієвості функціонування процентного каналу трансмісійного механізму та підвищення ефективності реалізації процентної політики.

Список використаних джерел:

1. Модернізація фінансової системи України в процесі євроінтеграції : монографія : у 2-х т. / Т.І. Єфименко та ін. Київ : АФУ, 2014. Т. 2. 781 с.
2. Mishchenko V.I., Mishchenko S.V. Enhancing the Effect of Transmission Channels in Monetary Policy of Ukraine under the Transition to Inflation Targeting. *Actual Problems of Economics*. 2016. Vol. 1. № 163. P. 421–428.
3. Науменкова С.В. Проблемы сбалансированности денежного рынка Украины. Киев : Наукова думка, 1997. 55 с.
4. Міщенко С. Сутність економічного капіталу та його роль у забезпеченні фінансової стійкості банку. *Вісник НБУ*. 2008. № 1. С. 58–64.
5. Naumenkova S.V. Financial inclusivity: Economic contents and the approaches to its assessment. *Actual Problems of Economics*. 2015. Vol. 4. № 166. P. 363–371.
6. Жупанин В.В. Організація залучення заощаджень населення на основі випуску казначейських зобов'язань України. *Фінанси України*. 2008. № 2. С. 44–58.
7. Міщенко В.І., Науменкова С.В. Банківська система України: проблеми становлення та розвитку. *Фінанси України*. 2016. № 5. С. 7–33.

8. Науменкова С. Ринок фінансових послуг: основні тенденції розвитку. *Вісник НБУ*. 2000. №1. С. 36–44.
9. Кротюк В. Еволюція підходів до оцінки капіталу в Базельських угодах. *Банківська справа*. 2005. №. 4. С. 3–9.
10. Міщенко В.І., Науменкова С.В. Поняття системного ризику та підходи до визначення системно значущих банків. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2014. Вип. 1. № 105. С. 186–196.
11. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Інституційний розвиток фінансового сектору України. *Фінанси України*. 2008. № 7. С. 53–71.
12. Mukhtarov S., Selcuk H., Mammadov E. Monetary Transmission Mechanisms: The Case of Azerbaijan. *International Journal of Research in Business and Social Science*. 2016. Vol. 5. № 2. P. 16–33.
13. Міщенко В.І., Міщенко С.В. Стратегічні підходи до управління ризиками функціонування нежиттєздатних банків і обслуговування проблемних активів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 10(163). С. 40–46.
14. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Регулирование денежного обращения на основе использования методов и инструментов денежно-кредитной политики. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2013. № 6(147). С. 66–72.
15. Буй Т.Г., Науменкова С.В. Використання структурованих цінних паперів для фінансування корпорацій в Україні. *Фінанси України*. 2010. № 2. С. 89–101.
16. Canova F., Gambetti L. Structural changes in the US economy: Is there a role for monetary policy? *Journal of Economic Dynamics*. 2009. Vol. 33. № 2. P. 477–490.
17. Міщенко С. Економіко-статистичний аналіз факторів монетизації економіки. *Вісник НБУ*. 2012. № 1. С. 31–33.
18. Науменкова С.В. Обстеження збалансованості попиту та пропозиції на кредитному ринку: досвід центральних банків. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. № 10(163). С. 51–57.
19. Сомик А. Монетарний трансмісійний механізм в Україні. *Вісник НБУ*. 2007. № 6. С. 24–27.
20. Міщенко В.І., Льон І.М. Роль монетарного регулювання у стимулюванні економічного розвитку. *Фінанси України*. 2017. № 4. С. 75–93.
21. Науменкова С., Міщенко С. Нові тенденції в монетарній політиці та діяльності центральних банків у посткризовий період. *Банківська справа*. 2011. № 5. С. 12–29.
22. Wray R. A Great Leap Forward. *Heterodox Economic Policy for the 21st Century*. Academic Press. 2020. 201 p.
23. Міщенко С.В. Проблеми забезпечення ліквідності банків на основі використання механізмів рефінансування. *Фінанси України*. 2009. № 7. С. 75–88.
24. Науменкова С., Міщенко С. Особливості формування сучасної моделі фінансової системи. *Вісник Національного банку України*. 2006. № 11. С. 26–31.
25. Лютий І.О. Проблеми розвитку сучасного міжнародного фінансового ринку та інтеграційний курс. *Фінанси України*. 2006. № 5. С. 21–31.
26. Mishchenko V., Naumenkova S., Mishchenko S., Ivanov V. Inflation and economic growth: The search for a compromise for the Central Bank's monetary policy. *Banks and Bank Systems*. 2018. Vol. 13. № 2. P. 153–163.
27. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Влияние устойчивости денежного обращения на экономический рост. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2013. № 3. С. 14–23.
28. Minella A., Souza-Sobrinho N.F. Monetary policy channels in Brazil through the lens of a semi-model. *Economic Modelling*. 2013. Vol. 30. № 1. P. 405–419.
29. Науменкова С.В., Міщенко В.І. Сучасні проблеми капіталізації банківської системи України. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2013. № 2(15). С. 3–11.
30. Шульга С. Інституційні засади державної підтримки банківського сектору в період кризи. *Вісник НБУ*. 2009. № 8. С. 12–21.
31. Приходько Б.В., Соркин И.В. Трансформация роли и функций центральных банков в посткризисный период. *Экономика и банки*. 2014. № 1. С. 7–15.

References:

1. Efymentko T.I. et al. (2014) *Modernizastia finansovoi systemy Ukrainy v prostesi evrointegrastii* [Modernization of the financial system of Ukraine in the process of European integration]. Kyiv. (in Ukrainian)
2. Mishchenko V.I., Mishchenko S.V. (2016) Enhancing the Effect of Transmission Channels in Monetary Policy of Ukraine under the Transition to Inflation Targeting. *Actual Problems of Economics*, vol. 1, no. 163, pp. 421–428.
3. Naumenkova S.V. (1997) *Problemy sbalansirovannosti denezhnogo rynku Ukrainy* [Ukraine's money market balance problems]. Kyiv: Naukova dumka. (in Russian)
4. Mishchenko S. (2008) Sutnist ekonomichnoho kapitaly ta yoho roll u zabezpechenni finansovoi stiykosti banku [The essence of economic capital and its role in ensuring the financial stability of the bank]. *Visnyk NBU*, no. 1, pp. 58–64.
5. Naumenkova S.V. (2015) Financial inclusivity: Economic contents and the approaches to assessment. *Actual Problems of Economics*, vol. 4, no. 166, pp. 363–371.
6. Zhupanyn V.V., Mishchenko V.I. (2008) Orhanizatsia zaluchennia zaoshchadzhen naselennia na osnovi vypusku kaznacheyskukh zobovjazan Ukrainy [Organization of attracting savings of the population on the basis of the issue of Treasury obligations of Ukraine]. *Finansy Ukrainy*, no. 2, pp. 44–58.
7. Mishchenko V.I., Naumenkova S.V. (2016) Bankivska systema Ukrainy: problemy stanovlennia ta rozvytku [Banking system of Ukraine: problems of formation and development]. *Finansy Ukrainy*, no. 5, pp. 7–33.
8. Naumenkova S. (2000) Rynok finansovykh poslug: osnovni tendentii rozvytku [Financial Services Market: Main Development Trends]. *Visnyk NBU*, no. 1, pp. 36–44.
9. Krotiyuk V.L., Mishchenko V.I. (2005) Evolucia pidkhodiv do ocinky kapitalu v Baselskikh ugodakh [The Evolution of approaches to the assessment of capital in Basel]. *Bankivska справа*, no. 4, pp. 3–9.
10. Mishchenko V.I., Naumenkova S.V. (2014) Poniattia systemnoho ryzyku ta pidkhody do vyznachenia systemno znachushchikh bankiv [Concepts of systemic risk and approaches to determining systemically significant banks]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*, vol. 1, no. 105, pp. 186–196.

11. Naumenkova S.V., Mishchenko S.V. (2008) Instytutystyyni rozvytok finansovoho sektoru Ukrainy [Institutional development of Ukraine's financial sector]. *Finansy Ukrainy*, no. 7, pp. 53–71.
12. Mukhtarov S., Selcuk H., Mammadov E. (2016) Monetary Transmission Mechanisms: The Case of Azerbaijan. *International Journal of Research in Business and Social Science*, vol. 5, no. 2, pp. 16–33.
13. Mishchenko V.I., Mishchenko S.V. (2014) Stratehichni pidkhody do upravlinnja ryzykamy funkcionuvannja nezhyttezdatnykh bankiv i obsluhovuvannja problemnykh aktyviv [Strategic approaches to risk management of non-viable banks and servicing of problem assets] *Visnyk Kyivskoho nacionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, vol. 10, no. 163, pp. 40–46.
14. Naumenkova S.V., Mishchenko S.V. (2013) Regulirovanie denezhnogo obrashcheniya na osnove ispolzovania metodov i instrumentov denezhno-kreditnoy politiki [Regulating monetary circulation based on the use of monetary policy methods and instruments]. *Visnyk Kyivskoho nacionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, vol. 6, no. 147, pp. 66–72.
15. Bui T.G., Naumenkova S.V. (2010) Vykorystannja strukturovanykh cinnykh paperiv dlja finansuvannja korporacii v Ukraini [Use of structured securities to finance corporations in Ukraine]. *Finansy Ukrainy*, no. 2, pp. 89–101.
16. Canova F., Gambetti L. (2009) Structural changes in the US economy: Is there a role for monetary policy? *Journal of Economic Dynamics*, vol. 33, no. 2, pp. 477–490.
17. Mishchenko S. (2012) Ekonomiko-statystychni analiz faktoriv monetyzastii ekonomiky [Economic and statistical analysis of factors of monetization of the economy]. *Visnyk NBU*, no. 1, pp. 31–33.
18. Naumenkova S.V. (2014) Obstezhennia zbalansovanosti popytu ta propozytsii na kredytnomu rynku: dosvid tsentralnykh bankiv [Survey of the balance of supply and demand in the credit market: experience of central banks]. *Visnyk Kyivskoho nacionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, vol. 10, no. 163, pp. 51–57.
19. Somyk A., Mishchenko V. (2007) Monetarnyi transmissiynyi mechanism v Ukraini [Monetary transmission mechanism in Ukraine]. *Visnyk NBU*, no. 6, pp. 24–27.
20. Mishchenko V.I., Lon I.M. (2017) Rol monetarnoho rehulyuvannia u stymulyuvanni ekonomichnogo rozvytku [The role of monetary regulation in stimulating economic development]. *Finansy Ukrainy*, no. 4, pp. 75–93.
21. Naumenkova S., Mishchenko S. (2011) Novi tendencii v monetarniy polityci ta dialnosti tsentralnykh bankiv u postcrizyoviy period [New trends in monetary policy and activities of central banks in the post-crisis]. *Bankivska sprava*, no. 5, pp. 12–29.
22. Wray R. (2020) A Great Leap Forward. Heterodox Economic Policy for the 21st Century. Academic Press.
23. Mishchenko S.V. (2009) Problemy zabezpechennia likvidnosti bankiv na osnovi vykorystannia mekhanizmiv refinansuvannia [Problems of ensuring the liquidity of banks on the basis of the use of refinancing]. *Finansy Ukrainy*, no. 7, pp. 75–88.
24. Naumenkova S., Mishchenko S. (2006) Osoblyvosti formyvannia suchasnoi modeli finansovoi systemy [Features of the formation of a modern model of the financial system]. *Visnyk Nacionalnogo banku Ukrainy*, no. 11, pp. 26–31.
25. Lyutyi I.O., Mishchenko V.I. (2006) Problemy rozvutku suchasnoho mizhnarodnoho finansovoho rynku ta integratsiyni kurs Ukrainy [The Problems of development of the modern international financial market and integration course of Ukraine]. *Finansy Ukrainy*, no. 5, pp. 21–31.
26. Mishchenko V., Naumenkova S., Mishchenko S., Ivanov V. (2018) Inflation and economic growth: The search for a compromise for the Central Bank's monetary policy. *Banks and Bank Systems*, vol. 13, no. 2, pp. 153–163.
27. Naumenkova S.V., Mishchenko S.V. (2013) Vlihanie ustoychivosti denezhnogo obrashchenia na ekonomicheskiy rost [Impact of monetary stability on growth]. *Izvestia Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 3, pp. 14–23.
28. Minella A., Souza-Sobrinho N.F. (2013) Monetary policy channels in Brazil through the lens of a semi-model. *Economic Modelling*, vol. 30, no. 1, pp. 405–419.
29. Naumenkova S.V., Mishchenko V.I. (2013) Suchasni problemy kapitalizastii bankivskoi systemy Ukrainy [Modern problems of capitalization of the banking system of Ukraine]. *Finansovo-kredytna dijalnist*, vol. 2, no. 15, pp. 3–11.
30. Shulga S., Mishchenko V. (2009) Instytutystyyni zasady derzhavnoi pidtrymky bankivskoho sektoru v period kryzy [Institutional principles of state support for the banking sector during the crisis]. *Visnyk NBU*, no. 8, pp. 12–21.
31. Pryhokodko B.V., Sorkin I.V., Naumenkova S.V. (2014) Transformasiya roli i funkciy tsentralnykh bankov v postkryzysnyi period [Transforming the role and functions of central banks in the post-crisis period]. *Ekonomika i banki*, no. 1, pp. 7–15.

Тарасова О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та аудиту

Одеська національна академія харчових технологій

Tarasova Olena

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing
Odessa National Academy of Food Technologies

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Тарасова О.В. Проблеми забезпечення фінансової стійкості банківської системи. У статті досліджуються проблеми забезпечення фінансової стійкості банківського сектору, яка відіграє надзвичайно важливу роль у функціонуванні фінансової системи держави. Обґрунтовано роль стабільності банківської системи для забезпечення умов економічного зростання. Зазначено, що саме фінансова стійкість кожної банківської установи є передумовою стабільного функціонування всієї банківської системи. Проаналізовано тенденції у формуванні депозитної бази комерційних банків України та диспропорції у сфері залучення банківських ресурсів. Сформульовано пріоритети грошово-кредитної політики та основні завдання, вирішення яких дасть змогу активізувати кредитування реального сектору економіки. Розроблено теоретичні та практичні рекомендації щодо вдосконалення банківського кредитування, підвищення прибутковості банківської системи та рівня капіталізації українських банків.

Ключові слова: фінансова стійкість, фінансова система, фінансовий ринок, банківська система, депозити, кредити, кредитно-грошова політика.

Тарасова Е.В. Проблемы обеспечения финансовой устойчивости банковской системы. В статье исследуются проблемы обеспечения финансовой устойчивости банковского сектора, которая играет чрезвычайно важную роль в функционировании финансовой системы государства. Обоснована роль стабильности банковской системы для обеспечения условий экономического роста. Отмечено, что именно финансовая устойчивость каждого банковского учреждения является предпосылкой стабильного функционирования всей банковской системы. Проанализированы тенденции формирования депозитной базы коммерческих банков Украины и диспропорции в сфере привлечения банковских ресурсов. Сформулированы приоритеты денежно-кредитной политики и основные задачи, решение которых позволит активизировать кредитование реального сектора экономики. Разработаны теоретические и практические рекомендации по усовершенствованию банковского кредитования, повышению прибыльности банковской системы и уровня капитализации украинских банков.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовая система, финансовый рынок, банковская система, депозиты, кредиты, кредитно-денежная политика.

Tarasova Olena. Problems of ensuring the financial sustainability of the banking system. The article explores the problems of ensuring the financial sustainability of the banking sector, which plays a very important role in the functioning of the financial system of the state. The role of the stability of the banking system in ensuring conditions of economic growth is justified. It is noted that it is the financial stability of each banking institution that is a prerequisite for the stable functioning of the entire banking system. It is emphasized that since the financial stability of the banking system is influenced by a large number of internal and external factors, for the effective functioning of the banking system of the country must be ready for any challenges to the macro and microenvironment. The main problems of the banking system in modern conditions should be considered the reduction of deposits of the population, deterioration of the quality of the loan portfolio, significant devaluation of the hryvnia, high inflation rates, loss-making of a significant number of banking institutions. It was concluded that the banking system of Ukraine feels a significant dependence on the funds of depositors – individuals, and therefore on factors that affect their behavior in the financial market. Trends of formation of deposit base of commercial banks of Ukraine and imbalances in the sphere of attraction of banking resources were analyzed. The growth of bank deposits of the population is slow, negative changes in their structure are observed. The share of deposits of individuals after the 2014 crisis has become significantly more volatile and risky in terms of financial stability. The increase in lending is complicated by the presence of large portfolios of problem loans, as a result of which there are a number of tasks to increase the efficiency of the loan portfolio, which should ensure a compromise of profitability, liquidity and credit risk acceptable to the bank. The priorities of monetary policy and the main tasks are formulated, the solution

of which will allow to intensify lending to the real sector of the economy. Theoretical and practical recommendations have been developed to improve bank lending, increase the profitability of the banking system and capitalize Ukrainian banks.

Key words: financial stability, financial system, financial market, banking system, deposits, loans, monetary policy.

Постановка проблеми. Фінансова стійкість економіки будь-якої країни значною мірою визначається стабільністю її банківської системи. При цьому на фінансову стійкість банківської системи впливає велика кількість внутрішніх і зовнішніх чинників, а тому для ефективного функціонування банківська система країни має бути готова до будь-яких викликів макро- та мікросередовища. На сучасному етапі розвитку економіки України особливої актуальності набуває проблема забезпечення фінансової стійкості банківської системи, яка залежить від фінансового стану кожного окремого банку та його здатності ефективно розвиватися. Саме фінансова стійкість кожної банківської установи є передумовою стабільного функціонування всієї банківської системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних та практичних аспектів функціонування банківської системи знайшли своє відображення у працях вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: О.С. Врублевський [1], Н.О. Кожель [2], В.Д. Лагутін [3], О.П. Орлюк [4], Я.А. Жаліло [7], Л.Г. Шемаєва [7], Н.Я. Юрків [7] та ін. Разом із цим, високо оцінюючи результати цих досліджень, слід констатувати, що проблеми забезпечення фінансової стійкості банківської системи досліджено недостатньо і потребують особливої уваги.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження сучасного стану банківської системи України та проблем забезпечення її фінансової стійкості.

Вклад основного матеріалу дослідження. Банківська система України поступово відновлюється після кризи 2014–2015 рр., коли перед нею постала низка проблем, основними серед яких можна вважати: скорочення вкладів населення, погіршення якості кредитного портфелю, значну девальвацію гривні, високі темпи інфляції, збитковість значної кількості банківських установ тощо [5, с. 90].

Зростання банківських вкладів населення відбувається повільними темпами. Частка коштів фізичних осіб у структурі сукупних депозитів дорівнює 50,6%, а частка коштів приватних нефінансових корпорацій – лише 28,5%. У зв'язку із цим банківська система відчуває суттєву залежність від коштів вкладників – фізичних осіб, а отже, й від чинників, які впливають на їхню поведінку на фінансовому ринку.

За даними НБУ, обсяг гривневих депозитів фізичних осіб станом на 01.01.2019 становив 289,4 млрд грн, що перевищує на 31,6 млрд грн рівень початку 2014 р. (257,8 млрд грн на 01.01.2014). Ситуація щодо валютних депозитів виглядає гірше. На 01.01.2019 вони становили 8,7 млрд дол., що в 2,6 рази менше, ніж у 2014 р. (23,0 млрд дол.). Динаміка депозитів фізичних осіб протягом 2019 р. була позитивною. Обсяг гривневих вкладів населення становив 339,2 млрд грн на 01.01.2020, що перевищило на 49,8 млрд грн, або на

17%, рівень початку 2019 р. Валютні вклади фізичних осіб за 2019 р. зросли на 1,3 млрд дол., або на 15%, до 10,0 млрд дол. Протягом 2020 р. динаміка депозитів фізичних осіб також була позитивною. Гривневі вклади населення зросли на 94,2 млрд грн, із 339 168 млрд грн на 01.01.2020 до 433 417 на 01.01.2021 [6]. При цьому треба зауважити, що в реальному вимірі, тобто враховуючи індекс споживчих цін (ІСЦ), депозити населення в національній валюті значно зменшилися порівняно з докризовим періодом (рис. 1).

Аналіз банківських депозитів фізичних осіб за строками повернення показує, що вклади до одного року – найбільш популярний в Україні вид депозитів. Ця негативна тенденція зберігається протягом 2014–2019 рр., коли спостерігається збільшення частки вкладів до одного року і зменшення частки довгострокових депозитів (понад два роки). Вклади на вимогу – це гроші, які можуть бути зняті з рахунків вкладниками у будь-який момент без попередження. Вони є нестабільними залишками на рахунках і тому не можуть бути джерелом для довгострокового кредитування реального сектору економіки. Досліджуючи динаміку цих депозитів в останні роки, можна стверджувати, що відбувається стабільне зростання частки залишків на вимогу у загальній сумі вкладів [5, с. 92]. Частка депозитів на вимогу у 2020 р. становить 41,7%, на початок 2014 р. цей показник становив 20%, на початок 2015 р. – 24%, на початок 2016 р. – 27%, на початок 2017 р. – 29%, на початок 2018 р. – 34%, на середину 2018 р. – 38%. Таким чином, у цей період спостерігаються негативні зміни у структурі банківських вкладів населення, частка депозитів фізичних осіб після кризи 2014 р. стала значно більш волатильною та ризиковою з погляду фінансової стабільності.

На стан фінансової стійкості банківської системи негативно впливають також чинники, пов'язані з діяльністю Фонду гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО). Так, важливими чинниками є обмеженість ресурсів ФГВФО, а також відсутність інструментів прибуткового розміщення власних коштів, оскільки Фонд має право інвестувати власні кошти лише в облигації внутрішньої державної позики України (ОВДП), але не має вільних ресурсів для їх придбання. До того ж сума гарантованого відшкодування, яка не змінювалася з 2012 р., становить 200 тис грн (еквівалент близько 6 тис євро), тоді як у країнах ЄС сума гарантованого відшкодування становить 100 тис євро. У зв'язку із цим, на нашу думку, необхідно переглянути в бік збільшення суму гарантованого відшкодування вкладів.

Поступово відновлюється банківське кредитування. Обсяг кредитів, наданих українськими банками нефінансовим корпораціям, зменшився впродовж 2014–2015 рр. на 115,6 млрд грн і лише у 2019 р. досягнув рівня 2013 р. Упродовж 2019 р. відбулося погіршення ситуації у сфері корпоративного кредитування (табл. 1).

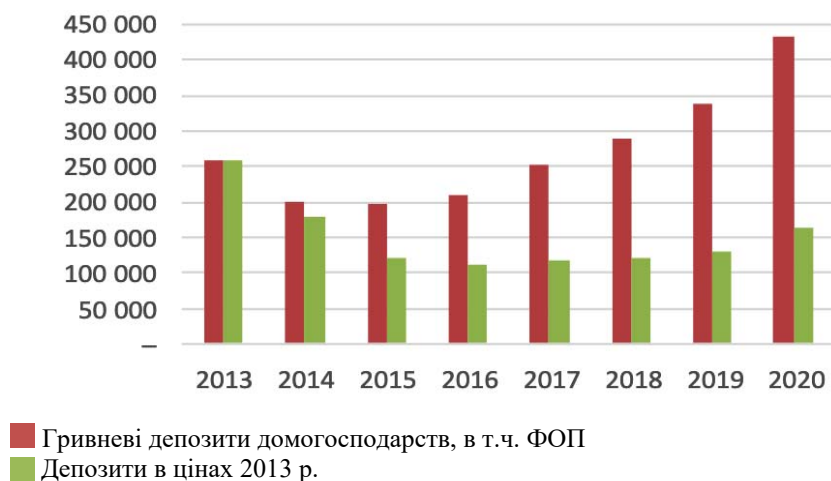


Рис. 1. Гривневі депозити домогосподарств, у т.ч. з урахуванням ІСЦ, млн грн

Джерело: сформовано за даними [6; 7]

Кредити нефінансовим корпораціям у національній валюті скоротилися з 464,0 до 426,5 млрд грн, або на 8%, кредити в іноземній валюті зменшилися з 14,3 до 13,4 млрд дол. США, або на 6%. У 2020 р. ці негативні тенденції залишилися без змін, що позначилося на скороченні як гривневих корпоративних кредитів (на 11,0 млрд грн), так і валютних (на 1,9 млрд дол. США).

За строками кредитування спостерігається тенденція до скорочення довгострокових кредитів. На 01.01.2020 частка довгострокових кредитів (зі строком погашення понад п'ять років) становила лише 18% кредитів, наданих нефінансовим корпораціям, а на 01.10.2020 вона скоротилася до позначки 16,9%. При цьому спостерігаються диспропорції у строковій структурі банківських депозитів і кредитів, що виявляється у значному перевищенні частки довгострокових кредитів порівняно з часткою довгострокових депозитів, яка становила у 2019 р. лише 2,3%.

Ресурси банків України активно інвестуються в облігації внутрішньої державної позики та депозитні сертифікати НБУ (табл. 2). Державні цінні папери вважаються найбільш надійними та ліквідними, що зумовлює зростання інвестицій у ОВДП як інструмент для довгострокових вкладень.

Негативні обставини (тимчасова окупація Криму, збройний конфлікт на Сході України, скорочення

промислового виробництва, зайнятості, девальвація гривні) викликали збитковість банківського сектору України протягом 2014–2017 рр. Із 2018 р. почалося відновлення прибуткової діяльності банків. Показники капіталізації банківської системи є недостатніми для вирішення завдань, які стоять перед нею, і в першу чергу – відновлення кредитування реального сектору економіки.

Нарощування кредитування є головною метою банківського бізнесу, досягнення якої у сучасних умовах ускладнено наявністю великих портфелів проблемних кредитів. У зв'язку із цим постає низка завдань щодо підвищення ефективності кредитного портфеля, що має забезпечити компроміс дохідності, ліквідності та кредитного ризику, прийнятеного для банку.

Висновки. Отже, важливою передумовою забезпечення фінансової стійкості банківської системи є активізація кредитування. У зв'язку із цим основними завданнями грошово-кредитної політики НБУ мають стати:

- оздоровлення проблемного кредитного портфеля банків та подальше зростання його обсягу;
- зміна пріоритетів банківського інвестування із вкладень у державні цінні папери на кредитування реального сектору економіки;
- відновлення та подальше зростання обсягу банківських депозитів;

Таблиця 1

Динаміка кредитів українських банків нефінансовим корпораціям у 2019–2020 рр.

	01.01.2019	01.04.2019	01.07.2019	01.10.2019	01.01.2020	01.04.2020	01.07.2020	01.10.2020
Кредити нефінансовим корпораціям в національній валюті, млн грн	464 023	453 347	444 295	441 773	426 514	433 682	419 841	415 548
Кредити нефінансовим корпораціям в іноземній валюті, млн дол. США	14 292	14 064	13 768	13 395	13 431	13 172	12 809	11 575
Разом, екв. млн грн	859 740	836 014	804 711	765 907	744 648	797 637	761 426	743 246

Джерело: сформовано за даними [6; 7]

Таблиця 2

Інвестиції банківської системи України у державні цінні папери

	01.01.2019	01.04.2019	01.07.2019	01.10.2019	01.01.2020	01.04.2020	01.07.2020	01.10.2020
ОВДП у портфелі банків, млн грн	410 828	402 366	382 419	380 775	366 603	388 347	483 901	509 326
Сертифікати, НБУ у портфелі банків, млн грн	62 112	58 042	45 465	60 052	152 221	116 162	105 322	122 767
Державні цінні папери у портфелі банків, разом, млн грн	472 940	460 408	427 884	440 827	518 824	504 509	589 223	632 093
ОВДП у портфелі НБУ, млн грн	362 319	354 427	350 332	350 377	345 440	334 129	332 888	334 231
ОВДП, придбані банківською системою, разом	773 147	756 793	732 751	731 152	712 043	722 476	816 789	843 557

Джерело: сформовано за даними [6; 7]

– проведення стимулюючої монетарної політики та надання банкам більшої гнучкості в управлінні власною ліквідністю;

– посилення ролі облікової ставки як орієнтира для здешевлення кредитних ресурсів для реального сектору економіки;

– залучення державних банків до кредитування реалізації пріоритетних цілей розвитку;

– наближення банківського законодавства щодо гарантування вкладів до вимог ЄС.

Подальші дослідження будуть спрямовані на попередження кредитних ризиків банківської системи.

Список використаних джерел:

1. Врублевський О.С. Громадянин і банк: депозитні операції. Київ : Леста, 2005. 44 с.
2. Кожель Н.О. Оцінка факторів впливу на процес формування та реалізації депозитної політики банку. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2005. № 12. С. 223–234.
3. Лагутін В.Д. Кредитування: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : Знання КОО, 2002. 215 с.
4. Орлюк О.П. Фінансове право : навчальний посібник. Київ : Юрінком Інтер, 2003. 528 с.
5. Тарасова О.В. Проблеми формування депозитної бази комерційних банків України. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Том 11. Вип. 2. С. 89–94.
6. Офіційне Інтернет-представництво Національного Банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-za-2020-rik-10-faktiv-pro-te-yak-zminilisy-ekonomika-ta-finansova-sistema-uprodovj-pershogo-roku-pandemiyi> (дата звернення: 17.05.2021).
7. Проблеми та перспективи зміцнення стійкості фінансової системи України : аналітична доповідь / Л.Г. Шемяєва та ін. ; за наук. ред. Я.А. Жаліла. Київ : НІСД, 2021. 104 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-02/e_book_zhalilo_2-sait-2_0.pdf (дата звернення: 17.05.2021).

References:

1. Vrublevskiy O.S. (2005) Hromadianyn i bank: depozytni operatsii [Citizen and bank: deposit transactions]. Kyiv: TOV «IKTs Lesta». (in Ukrainian)
2. Kozhel N.O. (2005) Otsinka faktoriv vplyvu na protses formuvannia ta realizatsii depozytnoi polityky banku [Assessment of factors of influence on the process of formation and implementation of the bank's deposit policy]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*, no. 12, pp. 223–234.
3. Lahutin V.D. (2002) Kredytuvannia: teoriia i praktyka [Lending: theory and practice]. Kyiv: Tov-vo «Znannia», KOO (in Ukrainian)
4. Orliuk O.P. (2003) Finansove pravo [Financial law]. Kyiv: Yurinkom Inter. (in Ukrainian)
5. Tarasova O.V. (2019) Problemy formuvannia depozytnoi bazy komertsiiynykh bankiv Ukrainy [Problems of formation of the deposit base of commercial banks of Ukraine]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 11, no. 2, pp. 89–94.
6. *Ofitsiine internet-predstavnytstvo Natsionalnogo Banku Ukrainy*. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-za-2020-rik-10-faktiv-pro-te-yak-zminilisy-ekonomika-ta-finansova-sistema-uprodovj-pershogo-roku-pandemiyi> (accessed 17 May 2021).
7. Zhalilo Ya.A. (ed.) (2021) Problemy ta perspektyvy zmitsnennia stiikosti finansovoi systemy Ukrainy [Problems and prospects of strengthening the stability of the financial system of Ukraine]. Kyiv: NISD. Available at: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-02/e_book_zhalilo_2-sait-2_0.pdf (accessed 17 May 2021).

Ткачик Ф.П.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри податків та фіскальної політики
Західноукраїнський національний університет

Tkachyk Fedir

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Doctoral Student of the Department of Taxes and Fiscal Policy
West Ukrainian National University

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ НА ДЕРЖАВНОМУ І ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ РІВНЯХ

Ткачик Ф.П. Інформаційне забезпечення діяльності податкових органів на державному і територіальному рівнях. У статті висвітлено актуальність інформаційного-аналітичного забезпечення функціонування податкових органів в Україні на різних рівнях управління. Значну увагу приділено процесам діджиталізації податкових сервісів та обґрунтовано перспективність їхнього моніторингу. Досліджено роль та специфічні риси інформаційного потенціалу податкових адміністрацій зарубіжних країн. Визначено сутнісні детермінанти інформаційного забезпечення діяльності податкових органів в Україні на державному й територіальному рівнях. Проведено діагностику можливостей електронного кабінету платника податків у розрізі модульних компонент. Досліджено особливості електронного податкового інформування органів місцевого самоврядування. Згруповано соціально-економічні та фіскальні ефекти від нарощування (інновації) інформаційного потенціалу органів ДПС України.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, діджиталізація, електронні сервіси, фіскальна політика, податкові інституції, місцеві фінанси.

Ткачик Ф.П. Информационное обеспечение деятельности налоговых органов на государственном и территориальном уровнях. В статье освещена актуальность информационного-аналитического обеспечения функционирования налоговых органов в Украине на разных уровнях управления. Значительное внимание уделено процессам диджитализации налоговых сервисов и обоснована перспективность их мониторинга. Исследованы роль и специфические черты информационного потенциала налоговых администраций зарубежных стран. Определены существенные детерминанты информационного обеспечения деятельности налоговых органов в Украине на государственном и территориальном уровнях. Проведена диагностика возможностей электронного кабинета налогоплательщика в разрезе модульных компонентов. Исследованы особенности электронного налогового информирования органов местного самоуправления. Сгруппированы социально-экономические и фискальные эффекты от наращивания (инноватизации) информационного потенциала органов ГНС Украины.

Ключевые слова: информационное обеспечение, диджитализация, электронные сервисы, фискальная политика, налоговые институции, местные финансы.

Tkachyk Fedir. The information support of tax authorities at the state and territorial levels. The urgency of this problem is that in Ukraine the issue of digitalization of information support of the fiscal space becomes widespread when the country is faced with the problem of lack of funds in the budget to perform its functions. The article highlights the relevance of information and analytical support for the functioning of tax authorities in Ukraine at different levels of government. Considerable attention is paid to the processes of digitalization of tax services and the prospects of their monitoring are substantiated. The role and specific features of the information potential of tax administrations of foreign countries are studied. The essential and institutional determinants of information support of the activity of tax bodies at the state and territorial levels are determined. The main sources of information support of tax authorities at the state and regional levels are grouped. It has been established that the practice of collecting financial information from the resources of information portals and social networks has recently become popular, but this aspect requires thorough monitoring and verification, as well as anticipation of probable risks. It is proved that an important element for the study is electronic document management as an object of activity of the State Tax Service of Ukraine. In modern conditions, the interests of stakeholders are growing in terms of efficiency, convenience and clarity of the information received, and on the part of the state and its tax authorities – timely and comprehensive information to taxpayers. The main sources of information support of tax authorities in Ukraine and Germany are systematized. Emphasis is placed on the need to develop electronic document management at all stages of the budget and tax process. Diagnosis of the possibilities of the electronic office of the taxpayer in terms of modular components (general information, personal information

and information monitoring modular blocks) is conducted. The features of electronic tax information of local governments. The socio-economic and fiscal effects of increasing (innovation) of information State Tax Service of Ukraine are determinate.

Key words: information support, digitalization, electronic services, fiscal policy, tax institutions, local finances.

Постановка проблеми. Актуальність поставленої проблеми полягає в тому, що в Україні питання цифровізації інформаційного забезпечення фіскального простору набуває великого поширення тоді, коли країна зіткнулась із проблемою нестачі коштів в бюджеті для виконання державою своїх функцій. Впроваджуючи дієві інструменти державного регулювання за допомогою організації ефективної діяльності митно-податкових інститутів, держава повинна створювати оптимальний фіскальний простір, а також впливати на відповідні процеси в суспільстві й забезпечувати найкращі умови щодо його інформатизації та самовдосконалення. Загалом цей процес є надто трудомістким і ресурсозатратним, отже, використання цифрових технологічних комунікацій має забезпечити якісні трансформації фіскального простору й гармонійного поєднання його складових частин в умовах посилення інформатизації державного та регіонального управління.

Водночас не менш важливим питанням сьогодні виступає ефективний розвиток електронної звітності органів Державної податкової служби України (ДПС України) на всіх рівнях її функціонування. Парадоксально, що із зростанням кількості суб'єктів господарювання, тобто платників податків, та динамізмом обов'язкових податкових платежів до бюджету значно збільшився потік інформації, що надходить на адресу податківців, зростає кількість документів, що потребують оперативного та адекватного реагування. Це привело також до того, що обсяг інформації перетнув межу, коли прості засоби обробки дають змогу швидко та якісно її обробляти. Це можливо комплексно здійснити за умови ефективного функціонування інформаційних систем у податкових органах, адекватних глобальному інноваційному розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий науковий доробок щодо дослідження проблематики ефективних відносин між фіскальними органами та суб'єктами господарської діяльності в умовах цифровізації фінансової системи здійснили такі відомі вчені, як В. Андрущенко, З. Варналій, В. Вишневський, О. Десятнюк, Ю. Іванов, А. Крисоватий, І. Лютий, С. Онишко, Л. Сідельникова, А. Соколовська, В. Федосов, К. Швабій. Сучасні тенденції та перспективні тренди інформаційного забезпечення функціонування органів Державної податкової служби України на національному й регіональному рівнях висвітлювали такі науковці та фахівці, як Є. Бамбізов [3], Н. Борейко [6], Н. Каленіченко [11], Н. Литвин [5], Ю. Мороз [10], Н. Рудик [1], Н. Синютка [8], Ю. Цаль-Цалко [10], М. Шевчук [2].

Однак модернізація інформаційних систем і технологій у податковій сфері потребує постійного моніторингу. В умовах сьогодення важливою є імплементація у фіскальні реформи перспективного зарубіжного досвіду. Водночас малодослідженими залишаються питання ефективного інформаційного забезпечення

діяльності податкових органів у контексті активних децентралізаційних процесів. У найближчій перспективі функціонування органів ДПС України на державному та територіальному рівнях потребує цифровізації їх функціонального потенціалу.

Формулювання завдання дослідження. Метою роботи є дослідження теоретико-інституційних аспектів інформаційного забезпечення діяльності податкових органів на державному й територіальному рівнях в умовах діджиталізації фіскального простору України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасним аспектом розвитку соціальних, фінансових та фіскальних процесів у глобальному економічному середовищі є механізм прийняття рішень, що базується на принципах Industry 4.0 (провідного тренду «Четвертої промислової революції»). Однак в українській практиці фіскального регулювання домінуючими залишаються принципи, притаманні третьому етапу цифрової революції; вони ідентифікуються (здебільшого декларативно) через розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизацію та роботизацію виробничих процесів. Проте ключовою парадигмою Industry 4.0 виступає діджиталізація.

Ідеї діджиталізації в публічних фінансах загалом та податковій сфері зокрема не є новими, але потреба безупинного оновлення та підтримка їх відповідно до темпів змін у технологіях, виникнення нових засобів та інструментів їх імплементації, а іноді – цифровізації, має відбуватись на постійній основі. У податковому аспекті актуальним і доступним для кожного платника податків інструментом є платформа електронного кабінету платника податків. Водночас реформування, розрізненість бази моніторингу умов партнерства створюють нові виклики як для платників податків, так і для податкової системи загалом [1, с. 317].

Варто констатувати, що прагматизм більшості країн Європейського Союзу щодо отримання податкової інформації характеризується досить широким масивом та виходить за межі усталеної української практики. Зокрема, в багатьох європейських країнах, а також у Канаді та США існує Єдиний державний інформаційний ресурс щодо даних про громадян, нерезидентів, платників податків, об'єкти оподаткування з доступом до нього органів державної влади, податкових адміністрацій, органів прокуратури, місцевого самоврядування, правоохоронних органів, фізичних і юридичних осіб тощо. Це має низку переваг як для органів державної влади (можливість швидко отримувати необхідну та достовірну інформацію, не вимагаючи від громадян різних довідок), так і для громадян (фінансові та часові ефекти). При цьому останній формується навіть із даних, отриманих від третіх осіб (наприклад, у Швеції) [2, с. 145].

Вагомим напрямом реалізації інформаційно-консультативної функції органів ДПС України виступає інформаційне забезпечення, що компонується за раху-

нок сукупності форм документів, нормативно-правової бази та реалізованих рішень щодо обсягу, розміщення, типів організації інформації, яка поширюється в інформаційному просторі суб'єктів податкової політики. Здійснення інформаційної функції податкових органів виступає одним із домінуючих напрямів роботи ДПС України в контексті накопичення та відповідної обробки спектру обліково-податкових даних [3, с. 157], що є важливим під час відпрацювання податкових ризиків, протидії фіскальним правопорушенням, а також для підвищення рівня добровільності сплати податкових платежів до бюджетів усіх рівнів (консультативний аспект).

Згідно з Податковим кодексом України інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності контролюючих органів розглядається як комплекс заходів, що координуються центральним органом виконавчої влади, котрий забезпечує формування та реалізацію державної фінансової політики, щодо збирання, опрацювання та використання інформації, необхідної для виконання покладених на контролюючі органи функцій [4]. Також зазначимо, що податкова інформація, яка отримана відповідно до податкового законодавства, зберігається в базах даних інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем центрального органу виконавчої влади, що здійснює державну податкову політику. Значну інституційну роль у цьому ракурсі відіграє Інформаційно-довідковий департамент (територіальні органи) та Департамент електронних сервісів (центральний апарат).

Таким чином, інформаційне забезпечення діяльності податкових органів на державному й територіальному рівнях можна розглядати як комплекс заходів, яких вживають суб'єкти податкової роботи на всіх рівнях щодо акумуляції, опрацювання, обліку, використання інформаційних масивів, необхідних для виконання покладених на них завдань і функцій.

Комплексність цього визначення матиме синергійний ефект за рахунок ефективної консультативно-роз'яснювальної роботи та імплементації цифрових технологій.

Органи ДПС України у своїй діяльності використовують значний обсяг різноманітної інформації, яка пов'язана із змістом та результатами діяльності суб'єктів господарювання, звітними даними, характером взаємовідносин з іншими суб'єктами фінансово-господарської діяльності, даними, які описують наявність ліцензій та дозволів на здійснення тих чи інших видів підприємницької діяльності [5, с. 149].

Основні джерела інформаційної підтримки податкових органів на державному та територіальному рівнях систематизовано на рис. 1. Цікаво, що останнім часом популяризується практика збору інформації з ресурсів соціальних мереж, однак такий аспект потребує ґрунтовної перевірки.

В цьому контексті варто звернутися до досвіду Німеччини, за якого під час перевірки інформації про платника податків в мережі Інтернет контролюючі органи звертають увагу на інтернет-сторінку підприємства, а також на той нюанс, у яких соціальних мережах цей суб'єкт зареєстрований (Facebook, Twitter, Instagram, Xing тощо), водночас перевіряють історію інтернет-сторінок (archive.org) і з'ясовують власника домену. Здебільшого основну увагу приділяють інформації, що міститься у таких базах даних, як Amadeus та Markus. Зокрема, у базі даних Amadeus міститься деталізована інформація щодо підприємств у Європі, а також рейтинг та індикатори надійності членів правління (директорів), звіти про діяльність підприємства (галузеві звіти).

Щодо інформаційної бази даних Markus, то вона дає змогу отримати більш детальну інформацію стосовно підприємств у Німеччині, Австрії, Люксембурзі, внесення до торгового реєстру, опису видів діяльності (базових фінансових даних), членів правління

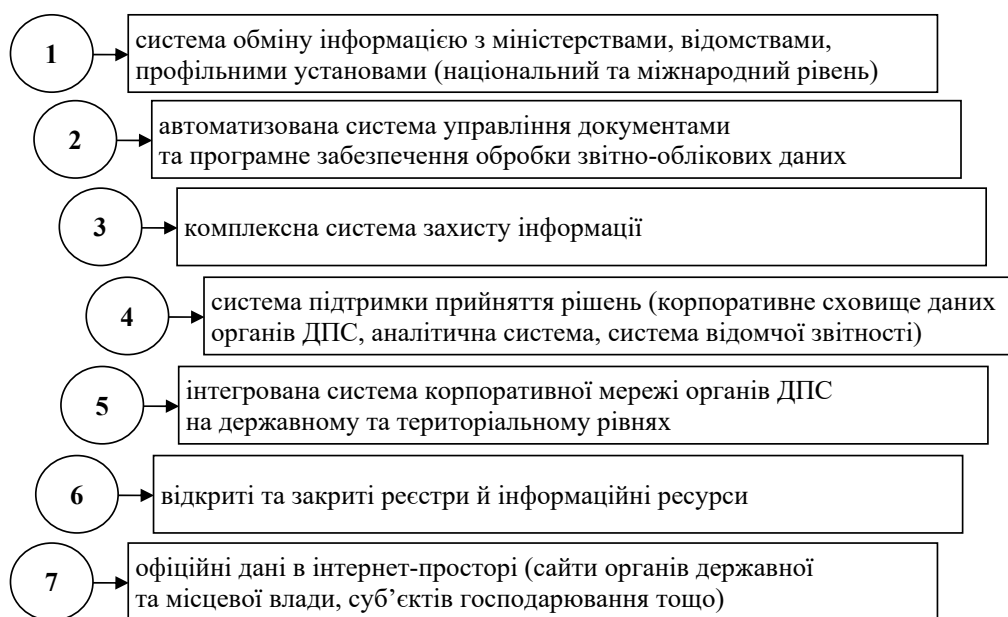


Рис. 1. Основні джерела інформаційного потенціалу податкових органів

Джерело: складено автором на основі джерел [4; 5]

(директорів), повідомлень засобів масової інформації [6, с. 17]. В українській практиці популяризуються інформаційні портали на кшталт YouControl, Liga Contr Agent, Опендатабот.

Важливим елементом для дослідження виступає електронний документообіг як об'єкт діяльності органів ДПС України, який тлумачиться як системна взаємодія процесів створення, оброблення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, що виконуються з використанням перевірки їх цілісності, а за необхідності з підтвердженням факту одержання таких документів. Відповідно до перспективних цілей функціонування органів ДПС України на державному та територіальному рівнях планується цифрова трансформація адміністративних послуг у таких ключових сферах, як е-податки, е-РРО, е-Акциз.

Здійснити моніторинг тактичних і стратегічних проєктів цифровізації сервісів ДПС можна на порталі «Дія». Там міститься необхідна інформація про проєкти, зокрема чіткі «дедлайни», пов'язані проєкти та відповідальні інституції (особи) за процеси реалізації. Нині йдеться про такі заходи:

- створення інформаційної системи електронного адміністрування акцизного податку;
- розвиток інформаційної системи для збирання, зберігання, використання даних РРО/ПРРО;
- оновлення електронних послуг кабінету платника податків [7].

В сучасних умовах наростають інтереси стейкхолдерів щодо оперативності, зручності та зрозумілості отриманої інформації, а з боку держави та її органів управління на різних рівнях вона має трактуватися якомога зрозуміліше для суб'єктів господарської діяльності. Успішним кроком з боку держави стала імплементація проєкту функціонування електронного кабінету платника податків, що, без сумніву, систематизує і скорочує обсяг затраченого часу на відвідування органів податкової служби (переважно в регіонах). Він виступає важливим та незамінним інструментом партнерства держави, територіальних органів та суб'єктів бізнесу в умовах фіскальної діджиталізації [8, с. 102].

Після отримання цифрового підпису (на платній та безоплатній основі) відкривається доступ до спектру електронних (інформаційних) сервісів органів ДПС України, зокрема до кабінету платника податків. Нині діапазон можливостей електронного кабінету платника податків дає змогу отримати базову інформацію щодо власного статусу суб'єкта господарювання. Внутрішній інтерфейс зазначеного сервісу інтерпретується через призму трьох таких модульних компонент:

- загальноінформаційний блок (зміни в законодавстві, актуальні нормативно-правові акти, типи документів, форми звітності тощо);
- персонально-інформаційний блок (комплексна інформація щодо облікових даних платника податків (виключно суб'єкта підприємницької діяльності), функціональна можливість подання звітних документів, податкове партнерство (зокрема, листування));
- інформаційно-моніторинговий блок (відстеження стану розрахунків за податками та платежами, доступна інформація щодо попередніх, поточних та майбутніх податкових зобов'язань платника податків) [9].

Функціональний потенціал цього сервісу має розгалужену інформаційно-довідкову та обслуговуючу систему функцій, однак перспективним напрямом його розбудови є діджиталізація (створення відповідних «гаджетів», мобільних додатків, диверсифікація можливостей в інформаційному порталі «Дія») та розширення комунікативних послуг («меседжери», сповіщення на смартфон, консультації в режимі реального часу через впливаючі вікна тощо).

Регіональний моніторинг свідчить про те, що внаслідок тяжіння до інноваційних принципів управління територіальними громадами з'являються нові пріоритети та завдання, які мають вирішуватися на рівні окремих територій. Для результативної роботи з інформаційними ресурсами фінансової звітності і статистичних спостережень на рівні територіальних органів, зокрема новоутворених районів та громад, доцільними шляхами виступають такі:

- удосконалення спостережень за господарською діяльністю територіальних громад щодо повноти, вірогідності й актуальності бюджетно-податкової інформації [10, с. 390];

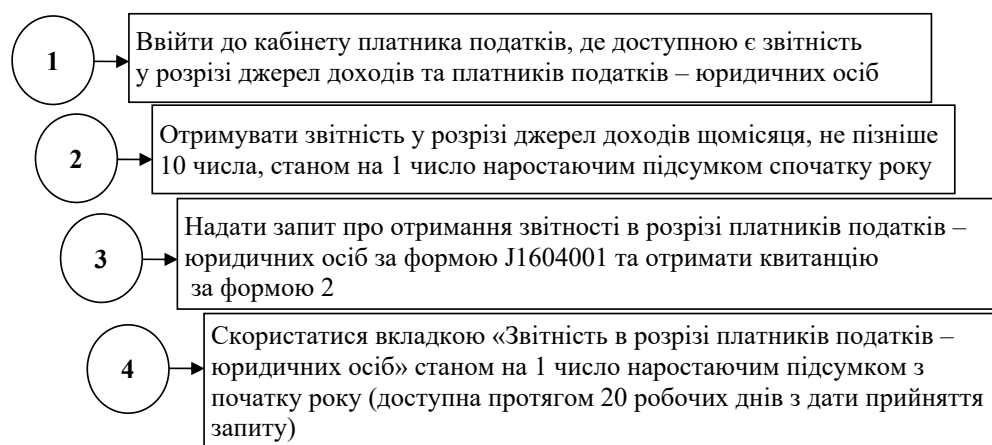


Рис. 2. Послідовність дій щодо отримання податкової інформації органами місцевого самоврядування (територіальними громадами)

Джерело: складено автором на основі джерела [11]

– забезпечення взаємодії всіх потоків інформації, які формуються в системі фінансової звітності та статистики суб'єктів господарювання у регіоні;

– підвищення оперативності інформації фінансового характеру тощо.

Продуктивним аспектом виступає запровадження ДПС України у 2021 році сервісу електронного інформування органів місцевого самоврядування. Внаслідок цього вже у першому кварталі 2021 року понад 1 400 територіальних громад отримали звітні інформаційні дані в розрізі джерел доходів та звітність у розрізі 425 000 платників податків – юридичних осіб про суми нарахованих та сплачених податків, сум податкового боргу й надмірно сплачених сум на відповідних територіях [11]. Зокрема, слід зазначити, що для отримання звітності посадовій (уповноваженій) особі певної територіальної громади потрібно зробити чотири кроки (рис. 2).

Висновки. Таким чином, ефективне інформаційне забезпечення взаємодії (співпраці) податкових органів на державному й територіальному рівнях з органами місцевого самоврядування, платниками податків (фізичними та юридичними особами) та іншими суб'єктами податкової політики продукуватиме низку ефектів. Зокрема, серед найбільш пріоритетних варто виокремити цифровізацію фіскального простору, мінімізацію податкових ризиків, гармонізацію податкової системи з розвиненими країнами світу, підвищення прозорості бюджетних процесів, інтенсифікацію фіскальної децентралізації, зростання рівня фінансової грамотності населення та податкової культури платників податків, наслідком чого є зменшення кількості фіскальних правопорушень та збільшення обсягів податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Список використаних джерел:

1. Рудик Н. Фіскальна діджиталізація – інструмент партнерства держави та малого і середнього бізнесу. *Бізнес-Інформ*. 2019. №11. С. 316–322.
2. Шевчук М. Інформаційне забезпечення органів фіскальної служби України як елемент стратегічного плану розвитку країни. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 6. С. 144–147.
3. Бамбізов Є. Інформаційна функція Державної фіскальної служби України: напрями реалізації. *Юридичний вісник*. 2017. № 1. С. 156–160.
4. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-IV. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
5. Литвин Н. Окремі проблемні питання інформаційного забезпечення органів Державної фіскальної служби України. *АУСПИЦІЯ*: міжнародне чесько-українське науково-теоретичне видання. Прага, 2016. С. 144–152.
6. Борейко Н. Джерела отримання інформації про діяльність платників податків з ознаками ризику: досвід Німеччини. *Протидія мінімізації сплати податків: світовий досвід та практика України*: збірник матеріалів науково-практичного круглого столу до Дня науки (м. Ірпін'), 17–18 травня 2018 року. Київ, 2018. С. 16–19.
7. Плани ДПС амбітні: запускаємо е-податки, е-РРО, е-Акциз / Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentri/novini/453824.html>.
8. Synyutka N. Transformation of Taxation and Tax Procedures in the Information Society: Theoretical Concept. *Облік і фінанси*. 2019. № 3. С. 100–106.
9. Електронний кабінет платника податків / Державна податкова служба України. URL: <https://cabinet.tax.gov.ua>.
10. Цаль-Цалко Ю., Мороз Ю. Інформаційне забезпечення управління територіальними громадами: аспекти статистики і фінансової звітності. *Проблеми економіки*. 2018. № 2 (36). С. 389–395.
11. Каленіченко Н. Майже 1,5 тис. територіальних громад мають доступ до податкової інформації. Державна податкова служба України. 2021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/nataliya-kalyenichenko-majzhe-15-tis-teritorialnih-gromad-mayut-dostup-do-podatkovoyi-informaciyi>.

References:

1. Rudyk N. (2019) Fiskalna didzhytalizatsiia – instrument partnerstva derzhavy ta maloho i serednoho biznesu [Fiscal digitalization is an instrument of partnership between the state and small and medium-sized businesses]. *Biznes Inform*, vol. 11, pp. 316–322.
2. Shevchuk M. (2017) Informatsiine zabezpechennia orhaniv fiskalnoi sluzhby Ukrainy yak element stratehichnoho planu rozvytku krainy [Information support of the fiscal service of Ukraine as an element of the strategic development plan of the country]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*, vol. 6, pp. 144–147.
3. Bambizov Ye. (2017) Informatsiina funksiia Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy: napriamy realizatsii [Information function of the state fiscal service of Ukraine: directions of realization]. *Yurydychnyi visnyk*, vol. 1, pp. 156–160.
4. Podatkovi kodeks Ukrainy (2010) [Tax Code of Ukraine]. Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
5. Lytvyn N. (2016) Okremi problemni pytannia informatsiinoho zabezpechennia orhaniv Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy [Some problematic issues of information support of the bodies of the State Fiscal Service of Ukraine]. *AUSPITSiia: mizhnarodne chesko-ukrainske naukovo-teoretychne vydannia*. Praha, pp. 144–152.
6. Boreiko N. (2018) Dzherela otrymannia informatsii pro diialnist platnykiv podatkiv z oznakamy ryzyku: dosvid Nimechchyny [Sources of information on the activities of taxpayers with signs of risk: the experience of Germany]. *Protydiiia minimizatsii splaty podatkiv: svitovyi dosvid ta praktyka Ukrainy: zb. mater. nauk.-prakt. kruhloho stolu do Dnia nauky (m. Irpin)*. Kyiv, pp. 16–19.
7. Plany DPS ambitni: zapuskaiemo e-podatky, e-RRO, e-Aktsyz [The traffic police plans are ambitious: we are launching e-taxes, e-RRO, e-excise]. Derzhavna podatkova sluzhba Ukrainy. Available at: <https://tax.gov.ua/media-tsentri/novini/453824.html>.
8. Synyutka N. (2019) Transformation of Taxation and Tax Procedures in the Information Society: Theoretical Concept. *Oblik i finansy*, vol. 3, pp. 100–106.

9. Elektronnyi kabinet platnyka podatkov [Electronic cabinet of the taxpayer]. Derzhavna podatкова sluzhba Ukrainy. Available at: <https://cabinet.tax.gov.ua>.

10. Tsal-Tsalko Yu., Moroz Yu. (2018) Informatsiine zabezpechennia upravlinnia terytorialnymy hromadamy: aspekty statystyky i finansovoi zvitnosti [Information support of territorial community management: aspects of statistics and financial reporting]. *Problemy ekonomiky*, vol. 2 (36), pp. 389–395.

11. Kaliyenko N. (2021) Maizhe 1,5 tys. terytorialnykh hromad maiut dostup do podatkovoi informatsii [Almost 1.5 thousand territorial communities have access to tax information]. Derzhavna podatкова sluzhba Ukrainy. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/news/nataliya-kalyenichenko-majzhe-15-tis-teritorialnih-gromad-mayut-dostup-do-podatkovoyi-informaciyi>.

Науково-виробничий журнал

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Випуск 4 (65) 2021

Коректура • *Вікторія Бабич*

Комп'ютерна верстка • *Юлія Войтюк*

Засновник і видавець:

Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права».
Адреса редакції: вул. 49 Гвардійської Дивізії, б. 37-А, м. Херсон, 73039
E-mail редакції: editor@business-navigator.ks.ua
Електронна сторінка видання: www.business-navigator.ks.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 14,88
Підписано до друку: 28.07.2021 р. Замов. № 0821/306. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а
Телефон +38 (0552) 39 95 80, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.