

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 1(81)



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

Головний редактор: Смерічевський Сергій Францович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Заступник головного редактора: Засанський Володимир В'ячеславович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Національного авіаційного університету.

Відповідальний секретар: Радченко Ганна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Національного авіаційного університету.

Редакційна колегія:

Ареф'єва Олена Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою Економіки повітряного транспорту Національного авіаційного університету.

Дергачова Вікторія Вікторівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Іващенко Алла Іванівна, кандидат економічних наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана.

Кривов'язюк Ігор Володимирович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету.

Окландер Михайло Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету.

Паливода Олена Михайлівна, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри управління та економіки водного транспорту Державного університету інфраструктури та технологій.

Петровська Світлана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки та бізнес-адміністрування Національного авіаційного університету.

Прохорова Вікторія Володимирівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії.

Сохацька Олена Миколаївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу Тернопільського національного економічного університету.

Хлобистов Євген Володимирович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри екології Національного університету «Кієво-Могилянська академія».

Igor Britchenko, Doctor Habil., Professor of State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski, Poland.

Vladimir Glonti, Doctor of Economic Sciences, Professor, Dean of Faculty of Economics and Business, Batumi Shota Rustaveli State University, Georgia.

Електронна сторінка видання: www.psae-jrnl.nau.in.ua

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу:
<https://doi.org/10.32782/2520-2200>

Збірник наукових праць «**Проблеми системного підходу в економіці**» включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 18 грудня 2018 року № 1412.

Наукове видання включено до міжнародних, закордонних, національних реферативних та наукометричних баз даних: НБУ ім. В.І. Вернадського, Index Copernicus, Google Scholar, CiteFactor, OAJSE, Eurasian Scientific Journal Index.

Затверджено до друку та поширення через мережу Internet відповідно до рішення Вченої ради Національного авіаційного університету (від 17 лютого 2021 року протокол № 2)

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія KB № 8776, видане Державною реєстраційною службою України 24.05.2004 р.

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

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ**Павлюк В.І., Муленко В.М.**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «ПОСЛУГА»: СУЧАСНІ ПІДХОДИ
ДО ТРАКТУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ.....7**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО****І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ****Калюжна Н.Г., Ковтун Т.К.**ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ДЕРЖАВ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ РЕЦЕСІЇ14**Ороховська Л.А., Кошетар У.П.**

ЕКОЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТНК В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ..... 22

Титаренко Л.М., Сакало Т.Б.

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ З УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ВИМІРИ В СИСТЕМІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....29

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ**НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ****Панченко Н.Г., Токмакова Є.В.**

ДЕСТРУКТИВИ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ.....36

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**Garmider Larisa, Dubnitskyi Volodymyr, Likhopek Denis**INTELLECTUAL SERVICES SECTOR: FEATURES OF ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT
OF ENGINEERING..... 42**Добровольська О.В., Дуброва Н.П.**MDA-АНАЛІЗ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ АВ ТОВ «АГРОЦЕНТР К»)..... 53**Олійник Н.Ю.**ДЕЛЕГУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ..... 60**РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ****І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА****Олешко Т.І., Попик Н.В., Юровицька О.М.**

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АВІАКОМПАНІЇ «МІЖНАРОДНІ АВІАЛІНІЇ УКРАЇНИ»..... 65

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА****Качановський О.І.**ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ, СПРИЧИНЕНИХ НЕПРОВЕДЕННЯМ
РЕКУЛЬТИВАЦІЇ ЗЕМЕЛЬ..... 71**ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ****Малишко В.В.**

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ77

МАРКЕТИНГ**Князєва Т.В., Алексеєнко І.М.**

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....86

Кушнір Т.М.

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО РИНКУ.....93

Нагієва Айсель

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ....98

Шевченко А.В., Савченко А.Ю., Квітко Д.

ІНТЕГРОВАНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ДОСВІДУ СПОЖИВАЧІВ.....105

Шупрудько Н.В.

ПРИНЦИПИ БЕЗПЕКИ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ.....112

Іванчов П.В.

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....119

Зрибнєва І.П.

ВИБІР МЕТОДИКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА З УРАХУВАННЯМ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....126

CONTENTS

ECONOMICS AND HISTORY OF ECONOMIC IDEA

Pavliuk Vasyl, Mulenko Volodymyr THEORETICAL ASPECTS OF THE ECONOMIC CATEGORY "SERVICE": MODERN APPROACHES TO THE INTERPRETATION AND PECULIARITIES OF THE CONCEPTUAL APPARATUS DEVELOPMENT.....	7
---	---

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Kalyuzhna Nataliya, Kovtun Taras TRADE AND ECONOMIC INTERSTATE COOPERATION IN THE CONDITIONS OF GLOBAL RECESSION.....	14
Orokhovska Liudmyla, Koshetar Uliana ENVIRONMENTAL STRATEGIES OF TNCs IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	22
Tytarenko Lyubov, Sacalo Tatiana LABOR MIGRATION FROM UKRAINE: PROBLEMS AND MEASURING IN SYSTEM OF EUROINTEGRATION.....	29

ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

Panchenko Natalia, Tokmakova Yelyzaveta DESTRUCTIVES OF THE DEVELOPMENT OF THE LABOR POTENTIAL OF RAILWAY TRANSPORT.....	36
--	----

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Garmider Larisa, Dubnitskyi Volodymyr, Likhopek Denis INTELLECTUAL SERVICES SECTOR: FEATURES OF ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF ENGINEERING.....	42
Dobrovolska Olena, Dubrova Natalia MDA-ANALYSIS FOR ASSESSING THE PROBABILITY OF BANKRUPTCY OF THE ENTERPRISE (FOR EXAMPLE OF AB LLC «AGROCENTER K»).....	53
Oliynuk Nadiya DELEGATION OF POWERS AS A PREREQUISITE FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF PERSONNEL WORK.....	60

**PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT
AND REGIONAL ECONOMY**

Tamara Oleshko, Nataliia Popyk, Oleksandra Yurovytska STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF PASSENGER TRANSPORTATION OF UIA AIRLINE.....	65
---	----

**ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT
AND ENVIRONMENT PROTECTION**

Kachanovskyi Oleh ECONOMIC RATIONALE FOR RECOVERY OF DAMAGES CAUSED BY THE FAILURE TO RECULTIVATE LANDS.....	71
---	----

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Malyshko Vitalina PUBLIC DEBT OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS OF MANAGEMENT.....	77
---	----

MARKETING**Kniazieva Tetiana, Alekseienko Iryna**

MARKETING STRATEGY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT.....86

Kushnir Taras

MARKETING APPROACH TO POLITICAL MARKET RESEARCH.....93

Naghiyeva Aysel

FORMATION OF THE MARKET OF ECOLOGICAL SERVICES: ESSENCE, FEATURES, TOOLS.....98

Shevchenko Anna, Savchenko Anna, Kvitko Diana

AN INTEGRATED APPROACH TO STUDYING THE CONSUMER EXPERIENCE.....105

Ivanchoy Pavlo

ANALYSIS OF INNOVATION AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT

OF THE MEDICAL INDUSTRY IN UKRAINE.....119

Zrybnieva Iryna

THE CHOICE OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF INNOVATIVE

ENTREPRENEURSHIP, WITH CONSIDERATION TO THE EXTERNAL ENVIRONMENT.....126

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 338.46

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-1>**Павлюк В.І.**кандидат економічних наук, доцент,
Національний транспортний університет, м. Київ**Муленко В.М.**аспірант
Національного транспортного університету, м. Київ**Pavliuk Vasyl, Mulenko Volodymyr**

National Transport University, Kyiv

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «ПОСЛУГА»:
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ
ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ****THEORETICAL ASPECTS OF THE ECONOMIC CATEGORY "SERVICE":
MODERN APPROACHES TO THE INTERPRETATION AND PECULIARITIES
OF THE CONCEPTUAL APPARATUS DEVELOPMENT**

Статтю присвячено вдосконаленню теоретичних аспектів економічної категорії «послуга» шляхом дослідження та аналізу існуючих теоретико-методологічних підходів, формулювання уточненого визначення економічної категорії «послуга». Дослідження здійснювалося з використанням теоретичних методів аналізу, порівняння, узагальнення та систематизації. Установлено, що у зв'язку зі специфікою послуг та з їхніми унікальними ознаками як предмету торгівлі сьогодні в економічній літературі не вироблено однозначного та всеохоплюючого визначення поняття «послуга». Проаналізовано чотири основні підходи до визначення послуги: як товару, як результату діяльності, як діяльності та як товару, блага та процесу одночасно. На основі дослідження існуючих підходів сформульовано авторське інтегральне визначення поняття «послуга», а також удосконалено понятійний апарат економічної категорії «послуга». Для поглиблення розуміння сутності послуг, здійснено порівняльний аналіз послуги та робочої сили як товарів. Представлені результати можуть слугувати основою для подальших досліджень економічної діяльності у сфері послуг та розроблення практичних засад управління цим сектором економіки.

Ключові слова: послуга, сфера послуг, предмет торгівлі, теоретичні основи, наукові підходи.

Статья посвящена совершенствованию теоретических аспектов экономической категории «услуга» путем исследования и анализа существующих теоретико-методических подходов, формулировки уточненного определения экономической категории «услуга». Исследование осуществлялось с использованием теоретических методов анализа, сравнения, обобщения и систематизации. Установлено, что в связи со спецификой услуг и их уникальными особенностями как предмета торговли сегодня в экономической литературе не выработано однозначного и всеобъемлющего определения понятия «услуга». Проанализированы четыре основных подхода к определению услуги: как товара, как результата деятельности, как деятельности и как товара, блага и процесса одновременно. На основе исследования существующих подходов сформулировано авторское интегральное определение понятия «услуга», а также усовершенствован понятийный аппарат экономической категории «услуга». Для углубления понимания сущности услуг осуществлен сравнительный анализ услуги и рабочей силы как товаров. Представленные результаты могут служить основой для дальнейших исследований экономической деятельности в сфере услуг и разработки практических основ управления этим сектором экономики.

Ключевые слова: услуга, сфера услуг, предмет торговли, теоретические основы, научные подходы.

The article is focused on the improvement of theoretical aspects of the economic category of "service" through research and in-depth analysis of existing theoretical and methodological approaches; formulation of a revised definition of the economic category "service". The research was carried out

using theoretical methods of analysis, comparison, generalization and systematization. It was defined that due to the specifics of services and their unique features as a subject of trade, today in the economic literature there is no unambiguous and comprehensive definition of the term "service". It was determined that the main peculiarities of services that distinguish services from goods are the intangible nature of services, a high degree of services individualization, the dependence of service quality on the services' provider personality and the labor process quality. Four main approaches to the definition of "services" are identified: as a commodity, as a result of activity, as an activity, and as a commodity, good and process at the same time. Alternative definitions of the essence of services that cannot be attributed to any of the proposed four approaches are identified. Based on the study of existing approaches, the author's integrated definition of the concept of "service" was formulated. The proposed definition does not contradict with any of the existing approaches. The author's definition emphasizes that a service is a specific commodity, which in its essence is a certain process or useful effect, and not a material thing. Thus, it is emphasized that the service is simultaneously a commodity, activity and result of activity, so the proposed definition is integral and close in essence to the fourth approach. A comparative analysis of services and labor as commodities was conducted in order to deepen the understanding of the services' essence. The results of this study improve the conceptual apparatus of the economic category of "service" and can also be used as the basis for further research of economic activities related to services and the development of service management practical principles.

Key words: service, services sector, subject of trade, theoretical bases, scientific approaches.

Постановка проблеми. На сучасному постіндустріальному етапі розвитку світової економіки спостерігається динамічний розвиток сфери послуг та невпинне зростання її ролі в економіці країн. Сьогодні на сферу послуг припадає понад 50% у структурі ВВП найрозвинутіших країн світу та низки успішних країн, що розвиваються; у сфері послуг задіяно значну частку працездатного населення цих країн. Таким чином, сфера послуг є одним із вирішальних чинників, який безпосередньо впливає на конкурентні позиції країн на світових ринках, а забезпечення її сталого розвитку стає необхідною умовою для забезпечення економічного розвитку країни та одним із вирішальних критеріїв посилення її позицій у світовому економічному просторі.

Зростання ролі послуг в економіці країн світу створює необхідність більш глибокого дослідження економістами основних теоретико-методологічних засад та суті даної економічної категорії для розроблення нових та вдосконалення вже існуючих моделей економічної діяльності у сфері послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато зарубіжних та вітчизняних економістів та спеціалістів в галузі маркетингу досліджували теоретичні аспекти економічної категорії «послуга». Дослідженням економічної сутності послуг займалися: К. Маркс, Ф. Котлер, К. Гренроос, К. Лавлок, Р. Малері, Д. Коул, Р. Норманн, Т. Хілл, О. Ланге, Ч. Невадзе, В.М. Семенов, В.І. Золотарьова, І.В. Калачова, Е.М. Агабабян, В.Н. Стаханов, Л.І. Тикоцький, Л.В. Ткаченко, М.Б. Росинский, Л.С. Співак, В.О. Коюда, Т.І. Данилюк, С.В. Мочерний, А.Ф. Павленко, Е.Г. Решетнікова, Н. Панкратьєва, Л.С. Глязер, К. Полярчик, Л.П. Хмелевська, В.В. Апопій, Н.В. Миронова, О.Б. Моргулець, Ш.Я. Турець-

кий та ін. Дослідженням теоретичних аспектів послуги та торгівлі ними також займалися міжнародні організації, такі як Світова організація торгівлі, Конференція ООН з торгівлі та розвитку та Світовий банк. Усі зазначені вище науковці та економісти намагалися сформулювати однозначне, об'єктивне та вичерпне визначення поняття «послуга». Однак особливості послуг суттєво ускладнили формулювання однозначної дефініції та породили різноманітні підходи та погляди на сутність даної економічної категорії, тому виникає необхідність детального теоретичного аналізу для забезпечення удосконалення теоретичних основ економічної діяльності у сфері послуг і формування уточненого визначення поняття «послуга».

Метою дослідження є вдосконалення теоретичних аспектів економічної категорії «послуга» шляхом дослідження та аналізу існуючих теоретико-методичних підходів; формулювання авторського визначення економічної категорії «послуга».

Виклад основного матеріалу дослідження. Послуга є особливою економічною категорією, однозначного, всеохоплюючого та загальноприйнятого визначення якої досі не існує. Відсутність єдиного трактування не в останню чергу пов'язана з особливостями послуг як предмету торгівлі. Для кращого розуміння причин виникнення різних підходів до трактування поняття послуги та проблеми формування однозначного визначення даної економічної категорії доцільно проаналізувати основні особливості послуг як предмету торгівлі.

Основними специфічними рисами послуг як предмета торгівлі є: нематеріальний характер послуг (послуги невидимі та невідчутні на дотик); нерозривність процесів виробництва та реалізації послуг; неможливість накопичувати,

зберігати та транспортувати послуги; висока ступінь індивідуалізації послуг залежно від надавача та вимог споживача. Найсуттєвішою особливістю послуг, яка відрізняє їх від товарів, є їх нематеріальний характер. Оскільки послуги не мають речової форми, вони не підлягають збереженню й є невіддільними від їх виробника, а цінність послуг визначається корисним ефектом або вигодою, що отримується в процесі їх надання. Тобто споживання послуги здійснюється безпосередньо в момент її надання й у місці її надання. Однак для деяких видів послуг дані особливості не характерні: певні послуги можна побачити (такі як звіти консультанта на електронних носіях), а інші можуть зберігатися (наприклад, система телефонного автовідповідача та ін.) [1, с. 111].

Послугі як предмету торгівлі, крім нематеріального характеру, також притаманна така характерна особливість: реалізація послуг є фактично продажем процесу праці, тому якість послуг здебільшого визначається якістю процесу праці. У результаті надання послуги виникає певна вигода, нематеріальний «товар», тому якість послуг безпосередньо залежить від кваліфікації осіб, що їх надають. Ця специфічна риса суттєво відрізняє продаж послуг від реалізації товарів, де покупці можуть ознайомитися з товаром, якістю його виготовлення та прийняти рішення про здійснення покупки, яке здебільшого не залежить від особистості продавця.

К. Лавлок та Дж. Віртз у книзі «Маркетинг послуг: персонал, технології, стратегії» виокремили вісім загальних відмінностей між послугами та товарами з маркетингового погляду [2, с. 36–39]:

- більшість послуг не може бути інвентаризовано (накопичені в запасах);
- невідчутний елемент зазвичай переважає створення вартості;
- послуги досить часто складно уявити чи досягнути;
- споживачі можуть бути залучені в процес виробництва послуги;
- люди можуть бути частиною досвіду надання послуги;
- операційні входи та виходи мають тенденцію варіюватися більш ширше;
- часовий фактор часто набирає високої важливості;
- дистрибуція може мати місце через нефізичні канали розподілу.

Указані вище специфічні особливості послуг як предмету торгівлі зумовили існування десятків трактувань даної економічної категорії. Більшість існуючих визначень, запропонованих різними дослідниками, економістами та міжнародними організаціями, можна умовно розпо-

ділити на чотири підходи: визначення послуг як особливого товару; визначення послуг як економічного блага; визначення послуг як виду діяльності; визначення послуг як усіх зазначених вище категорій одночасно. Також в економічній літературі представлено значну кількість альтернативних визначень, які не можна віднести до жодного з наведених вище підходів.

Представники першого підходу визначають послуги як специфічний нематеріальний товар. Дане визначення ґрунтується на наявності в послуг основних властивостей, які притаманні товарам: здатності задовольняти певну потребу споживача та придатності для збуту чи обміну. Наприклад, Д. Коул визначає послуги як специфічний вид товару, у структурі якого переважають невідчутні якості [3]. В.М. Семенов визначає послугу як специфічний товар, який являє собою послідовність процесів взаємодії систем виробника і систем споживача в задоволенні фундаментальної користі, яка існує і має споживчу вартість тільки за нерозривного зв'язку цих систем [4]. В.І. Золотарьова наводить таке визначення: послуга – це специфічний товар, який утворюється внаслідок економічної діяльності у вигляді певних вигід, благ та іншої користі, що їх отримує споживач [5, с. 107].

Даний підхід до визначення сутності послуг набув суттєвого поширення. Однак багатогранність та особливість послуг як предмету торгівлі змусили здійснювати більш глибокі, ґрунтовні дослідження економічної сутності послуг та породили альтернативні підходи до визначення даної економічної категорії.

Відповідно до другого підходу, послуги трактуються як результат економічної діяльності, корисний ефект, який отримується в процесі цілеспрямованої діяльності та задовольняє певні потреби споживачів. Одним із перших представників даного підходу був К. Маркс. Маркс розумів послугу як особливу споживчу вартість, отриману певною працею, так, як і будь-який інший товар; але особливість споживчої вартості послуги полягає у тому, що праця визначає послуги не як річ, а як діяльність [6, с. 37]. Представником даного підходу також був видатний американський економіст Ф. Котлер, який розумів під послугою будь-який захід або вигоду, що одна сторона може запропонувати іншій і які переважно не відчутні і не призводять до оволодіння будь-чим [7].

Багато сучасних вітчизняних та зарубіжних економістів та дослідників підтримують даний підхід до трактування послуги. Дослідник школи менеджменту Університету королеви Вікторії Річард Норман наводить таке визначення послуг: це користь, запропонована клієнту організацією сфери послуг [8]. С.В. Мочер-

ний визначає послугу як особливу споживчу вартість процесу праці, виражену в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу, суспільства [9, с. 568]. І.В. Калачова стверджує, що послуга – це результати економічної діяльності, які не набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби: особисті, колективні, суспільні [10, с. 24]. В.О. Коюда визначає послугу як результат діяльності (певної праці, сукупність робіт) для задоволення потреб (користі, вигоди) споживача через особливу споживчу вартість послуги у конкретному місці й у конкретний час [11, с. 474–475].

До визначення послуги як результату діяльності схиляються також такі науковці та економісти, як Е.М. Агабаб'ян, В.Н. Стаханов, Л.І. Тикоцький, Л.В. Ткаченко, М.Б. Росинский, Л.С. Співак, А.Ф. Павленко та ін. [12].

Досить відмінним від перших двох підходів є третій, представники якого визначали послугу як діяльність, спрямовану на задоволення потреб споживача, результат якої зазвичай не має матеріальної форми. Даний підхід до трактування здобув особливого поширення серед спеціалістів у галузі маркетингу послуг. Зокрема, його дотримувалися відомі спеціалісти з маркетингу й одні з перших фахівців у сфері маркетингу послуг Крістофер Лавлок та Крістіан Гренроос. К. Лавлок визначав послугу як вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, спрямованих на отримання послуги чи товару [13]. К. Гренроос наводив таке визначення послуг: послуга – це процес, що складається із серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг [14].

Даний підхід сьогодні набув широкого поширення серед економістів та спеціалістів у галузі маркетингу. Н. Панкрат'єва визначає послугу як економічну діяльність яка безпосередньо задовольняє потреби членів суспільства, домашніх господарств, потреби різного роду підприємств різних форм власності, об'єднань, організацій і суспільні потреби або потреби суспільства у цілому, не втілені в матеріально-речовій формі [15, с. 16]. Схоже визначення послуги наводить Л.С. Глязер: послуга – це діяльність, результат якої, як правило, не фіксується у речовій формі [15, с. 36]. Т.І. Данилюк трактує послугу як діяльність, яка здійснюється для задоволення певних потреб або інших зручностей, наданих будь-кому [12]. Т. Хілл визначає, що послуги – це зміна стану особи або товару, що належать певній еконо-

мічній одиниці, яка виникає в результаті діяльності іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої. Іншими словами, це сукупність робіт, що виконуються для задоволення потреб клієнта і мають певну вартість [6, с. 36].

Підхід до трактування послуги як виду економічної діяльності також підтримують науковці та економісти Е.Г. Решетнікова, О. Ланге, Ч. Невадзе, К. Полярчик, Т.І. Данилюк, В. Крижановський, Й. Залурський, Т. Котабинський [12].

Більш глибокі дослідження економічної сутності послуги привели деяких економістів до висновку, що підходи до визначення послуги як товару, результату діяльності та виду діяльності не дають всеохоплюючого визначення послуги, оскільки кожен із цих підходів зосереджувався лише на певних аспектах даної економічної категорії. Подібна обмеженість указаних вище підходів призвела до появи четвертого, інтегрального підходу, прихильники якого визначали послугу як товар, результат діяльності та вид діяльності одночасно. Даний підхід набув особливого поширення серед вітчизняних економістів. Н.В. Миронова визначає послугу як економічне благо у формі діяльності; дію (або послідовність дій), мета якої – підвищення споживчої корисності об'єкта, на який спрямована ця дія [16]. В.В. Апопій стверджує, що послуга – товар особливого виду, діяльність, благо, що задовольняє потреби індивіда, виробництва і суспільства, має споживчу вартість і вартість, результат якої може мати матеріальну і нематеріальну форми [17]. Л.П. Хмелевська пропонує два визначення послуг. Відповідно до першого, послуга – це діяльність, яка виконана для задоволення чийось потреб, господарчих або інших зручностей, що надаються будь-кому [18, с. 32]. Вона також наводить визначення послуги як товару, специфіка якого виявляється у фізичній неосяжності, невіддільності від свого джерела, у неможливості накопичення та зберігання, в індивідуальності та плінності якісних характеристик, у відсутності речового змісту (тобто як діяльність, а не продукт) [18, с. 57]. Інтегрального підходу до визначення послуги також дотримується О.Б. Моргулець, яка визначає послугу як економічну діяльність, у результаті якої утворюються додаткові матеріальні чи нематеріальні блага або ж їх поєднання, які продаються і купуються на ринку, а отже, є товаром, котрий організація надає споживачеві в обмін на гроші [6, с. 38].

Окрім зазначених вище найбільш поширених підходів до визначення послуг, існують також альтернативні трактування сутності послуг, які не можна віднести до жодного із запропонованих вище чотирьох підходів.

У довіднику «Лібералізація міжнародних операцій із послугами», розробленому у середині 90-х років ЮНКТАД та Світовим банком, наводиться таке визначення послуг: послуга – це зміна в положенні інституціональної одиниці, що сталася внаслідок дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею [19]. Відомий американський економіст М. Портер стверджував, що послуга як економічна категорія охоплює широке коло галузей, які виконують різні функції для їх покупців, тобто ототожнював поняття послуги зі сферою послуг [20, с. 12]. Ш.Я. Турецький трактує послуги як виробництво, яке пов'язане із забезпеченням нормального користування населенням раніше придбаних промислових товарів [15, с. 17].

Таким чином, сьогодні в економічній літературі існує значна кількість підходів до трактування сутності послуг, проте досі не вироблено однозначного визначення. Узагальнюючи приведені вище визначення науковців та економістів, а також урахувавши особливості послуги як предмету торгівлі, можна привести таке авторське визначення послуг: послуга – це унікальний нематеріальний товар, який являє собою як дію, так і результат специфічної діяльності, котра здійснюється для задоволення певних потреб споживача, створюється для подальшої

реалізації чи обміну, має певну вартість та утворює нематеріальну вигоду.

Запропоноване авторське визначення є інтегральним, значною мірою охоплює найбільш поширенні підходи до трактування поняття «послуга» та не суперечить жодному з них. Запропоноване визначення акцентує увагу на тому, що послуга є товаром, адже вона створюється для подальшої реалізації та здатна задовольняти потреби споживачів, як і будь-який товар. Окрім того, у дефініції підкреслено, що за своєю сутністю послуга є певною економічною діяльністю або нематеріальною вигодою, тобто робиться наголос на специфічній нематеріальній природі послуг та здебільшого неможливості її побачити чи відчутти.

Кваліфікаційно за своєю економічною сутністю послуга з притаманними їй особливостями та характерними ознаками досить близька до такої економічної категорії, як «робоча сила», що є також специфічним та унікальним товаром на ринку. Для поглиблення розуміння сутності послуг доцільно буде порівняти специфічні характеристики послуги та робочої сили як унікальних товарів (табл. 1).

Робоча сила, як і послуга, є нематеріальним товаром із високим ступенем індивідуалізації, який не можна відчужити від її виробника та

Таблиця 1

Порівняльний аналіз послуги та робочої сили як товару

Послуга	Робоча сила
Нематеріальний характер, деякі послуги можуть бути уречевлені	Нематеріальний характер, не може існувати в натуральному вигляді, невіддільна від власника
Неможливо зберігати за винятком уречевлених послуг	Неможливість зберігання
Високий ступінь індивідуалізації залежно від особи надавача послуг, проте послуги надаються за певними стандартами та технологіями	Високий рівень диференційованості через відсутність абсолютно ідентичних рівнів умінь та навичок у різних носіїв найманої праці
Може надаватися безпосередньому споживачу або мати виробниче призначення (послуги аутсорсингу)	Виробниче призначення
Реалізується одноразово або на передбачений в угоді термін, споживається безпосередньо в момент виробництва	Реалізується на певний термін, зазначений у договорі найму
Якість послуги залежить від технологій, матеріалів, особистості і кваліфікації надавача; якість послуги не підвищується в процесі її надання; якість послуги може підвищуватися внаслідок навчання та тривалої практичної діяльності постачальника або використання нових методів	Якість робочої сили підвищується під час прямого її використання у зв'язку з отриманням найманим працівником нових практичних навичок та вмінь
Вартість визначається витратами на матеріали, амортизацію основних засобів та працю	Вартість визначається вартістю життєвих засобів, необхідних для задоволення потреб робітника та членів його родини
Оплачується авансом, у момент надання або після надання послуги	Купується «в кредит», тобто оплачується через певний термін (день, тиждень, місяць)

Джерело: розроблено авторами на основі [1, с. 111; 9, с. 271]

неможливо зберігати. Проте робоча сила як товар має виробниче призначення; їй притаманний високий рівень диференційованості; продається на певний термін, зазначений у договорі найму, а її вартість визначається вартістю життєвих засобів, необхідних для задоволення потреб робітника та членів його родини. Послуга може створюватися як безпосередньо для кінцевого споживача, так і для використання у виробництві; надається за певними стандартами та технологіями; споживається безпосередньо в момент її виробництва, а її вартість визначається витратами на сировину, матеріали, амортизацію основних засобів та працю. Окрім того, вартість робочої сили визначається вартістю благ, необхідних для забезпечення життєдіяльності робітника та його родини; тоді як вартість послуг визначається витратами на матеріали, працю та іншими витратами, необхідними для створення послуги.

Висновки з проведеного дослідження. Активний розвиток сфери послуг в умовах постіндустріального суспільства породив значний інтерес науковців і економістів до даної економічної категорії та спонукав до створення численних наукових праць. Специфіка економічної категорії «послуга» і неоднозначність її розуміння призвели до появи різних підходів до визначення та відсутності єдиного узагальненого трактування. Це створило необхідність уточнення теоретичних аспектів поняття «послуга».

На основі аналізу теоретико-методологічних основ економічної категорії «послуга» авторами було запропоноване визначення, яке не суперечить жодному з підходів та певною мірою об'єднує існуючі дефініції. Сформульоване визначення наголошує, що послуга є специфічним товаром, який за своєю сутністю є певним процесом або корисним ефектом, а не матеріальною річчю. Таким чином, підкреслюється, що послуга є одночасно товаром, діяльністю та результатом діяльності, тому запропонована дефініція є інтегральною та близькою за своєю сутністю до четвертого підходу.

Результати дослідження дають змогу актуалізувати теоретичне розуміння сутності категорії «послуга» згідно зі значним, без перебільшення можна стверджувати – провідним місцем та роллю сфери послуг у сучасній світовій торгівлі, міжнародній міграції робочої сили та капіталу, науково-технічній сфері, інформаційному просторі, що, своєю чергою, демонструє суттєві структурні та причинно-наслідкові зміщення у глобальному поділі праці.

Представлені результати також можуть бути підґрунтям для подальших досліджень пов'язаної з послугами економічної діяльності та слугувати теоретико-методологічною основою для розроблення стратегій економічного розвитку, вдосконалення інструментарію та практичних засад управління сферою послуг на мікро- та макрорівні, як на національному так і міжнародному ринках.

Список використаних джерел:

1. Козак Ю.Г., Ковалевський В.В., Ржепішевський К.І. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях : навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака, В.В. Ковалевського, К.І. Ржепішевського. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 676 с.
2. Lovelock C.H., Wirtz J. Services Marketing: People, Technology, Strategy. NY : Prentice Hall, 2007. 648 p.
3. Cowel D.W. The marketing of Services. London : Heinemann, 1984. 340 p.
4. Семёнов В.М., Васильева О.Е. Сервис промышленных товаров. Москва : Центр экономики и маркетинга, 2001. 208 с.
5. Золотарьова В.І. Економічна сутність, класифікація та основні види продуктів сфери послуг. *Економіка та держава*. 2019. № 10. С. 103–107.
6. Моргулець О.Б. Розвиток сучасного понятійно-категоріального апарату теорії послуг. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5. С. 34–41.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. Е. Пеньковой. Москва : Прогресс, 2009. 205 с.
8. Norman R. Service management: strategy and leadership in service business. N.Y. : Wiley, 2010. 156 p.
9. Економічний енциклопедичний словник : у 2-х т. / за ред. С.В. Мочерного. Львів : Світ, 2005. Т. 2. 616 с.
10. Калачова І.В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування. *Статистика України*. 2001. № 4. С. 24–28.
11. Коюда В.О. Сутність та змістовна характеристика послуги як бази управління. *Економіка та суспільство*. 2017. № 9. С. 473–478. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/> (дата звернення: 15.02.2021).
12. Данилюк Т.І. Сутність поняття «послуга»: теоретичні аспекти. *Ефективна економіка*. 2014. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3247> (дата звернення: 15.02.2021).
13. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологи, стратеги / пер. Т. Безвенюк и др. ;. 4-е. изд. Москва : Вильямс, 2005. 1008 с.

14. Gronroos C. Service management and marketing: A Customer Relationship Management Approach. 2nd edition. West Sussex, UK : John Wiley & Sons Lt, 2000. 404 p.
15. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 705 с.
16. Миронова Н.В. Маркетинг различных типов услуг. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2003. № 4. URL: <http://www.dis.ru/library/523/21902/> (дата обращения: 15.02.2021).
17. Організація і технологія надання послуг : навчальний посібник / В.В. Апопій та ін. ; за ред. В.В. Апопій. Київ : Академія, 2006. 312 с.
18. Хмелевська Л.П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України : дис. ... канд. екон. наук : 08.01.01. Київ, 2002. 230 с.
19. Лібералізація міжнародних операцій із послугами. Довідник. ЮНКТАД, Світовий банк, 1994.
20. Сидорова А.В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг. Донецк : ДонНУ, 2002. 240 с.

References:

1. Kozak Yu. H., Kovalevsky V. V. & Rzhepishevsky K. I. (2004). Mizhnarodna ekonomika: v pytannyakh ta vidpovidyakh: Navchalnyy posibnyk [International Economics: Questions and Answers: Textbook]. Kyiv: "Tsentr navchalnoyi literatury". 676 p. [in Ukrainian].
2. Lovelock C. H. & Wirtz J. (2007). Services Marketing: People, Technology, Strategy. NY: Prentice Hall. 648 p.
3. Cowel D. W. (1984). The marketing of Services. London: Heinemann. 340 p.
4. Semonov V. M. & Vasilyeva O. Ye. (2001). Servis promyshlennykh tovarov [Service of industrial goods]. Moscow: Tsentr ekonomiki i marketinga. 208 p. [in Russian].
5. Zolotarova V. I. (2019). Ekonomichna sutnist, klasyfikatsiya ta osnovni vydy produktiv sfery posluh [Economic essence, classification and main types of products in the service sector]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and state], № 10, pp. 103–107 [in Ukrainian].
6. Morhulets O. B. (2013). Rozvytok suchasnoho ponyatiyno-katehorialnoho aparatu teoriiy posluh [The development of modern conceptual and categorical apparatus of services' theory]. *Stalyy rozvytok ekonomiky* [Sustainable economic development], № 5, pp. 34-41 [in Ukrainian].
7. Kotler F. (2009). Osnovy marketinga [Fundamentals of marketing]. (Ye. Penkovaia, Trans.). Moscow: Progress. 205 p. [in Russian].
8. Norman R. (2010) Service management: strategy and leadership in service business. N.Y.: Wiley. 156 p.
9. Mochernyy S. V. (Eds.). (2005). Ekonomichnyy entsyklopedychnyy slovnyk [Economic encyclopedic dictionary]. (Vols. 1-2). Lviv: Svit. Vol.2. 616 p. [in Ukrainian].
10. Kalachova I. V. (2001). Statystyka posluh: kontseptual'ni osnovy reformuvannya [Statistics of services: conceptual foundations of reform]. *Statystyka Ukrayiny* [Statistics of Ukraine], № 4, pp. 24-28 [in Ukrainian].
11. Koyuda V. O. (2017). Sutnist ta zmistovna kharakterystyka posluhy yak bazy upravlinnya [The essence and content characteristics of the service as a management base]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society], № 9, pp. 473-478. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/> (accessed 15 February 2021) [in Ukrainian].
12. Danylyuk T. I. (2014). Sutnist ponyattya "posluha": teoretychni aspekty [The essence of the concept of "service": theoretical aspects]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], № 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3247> (accessed 15 February 2021) [in Ukrainian].
13. Lavlok K. (2005). Marketing uslug: personal, tekhnologi, strategii. 4-ye. izd. [Services Marketing: People, Technology, Strategy: 4th edition]. (T. Bezvenyuk, O. Medved, N. Metol, A. Moroz, K. Safonov, N. Shulpina, Trans.). Moscow.: Williams. 1008 p. [in Russian].
14. Gronroos C. (2000). Service management and marketing: A Customer Relationship Management Approach. 2nd edition. West Sussex, UK: John Wiley & Sons Lt. 404 p.
15. Garkavenko S. S. (2002). Marketing. Pidruchnik [Marketing. Textbook]. Kyiv: Libra. 705 p. [in Ukrainian].
16. Mironova N.V. (2003). Marketing razlichnykh tipov uslug [Marketing of various types of services]. *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and abroad], № 4. Available at: <http://www.dis.ru/library/523/21902/> (accessed 15 February 2021) [in Russian].
17. Apopiy V. V., Oleksyn I. I., Shutovska N. O. & Futalo T. V. (2006). Orhanizatsiya i tekhnolohiya nadannya posluh: navch. Posib [Organization and technology of services: textbook]. Kyiv: Publishing Center "Academy". 312 c. [in Ukrainian].
18. Khmelevska L. P. (2002). Osoblyvosti rozvytku maloho pidpryyemnytstva u sferi pobutovoho obsluhovuvannya naselennya Ukrayiny [Features of small business development in the field of consumer services in Ukraine]. *Candidate's thesis*. Kyiv. 230 p. [in Ukrainian].
19. UNCTAD & World Bank (1994) Liberalization of international operations with services. Directory.
20. Sidorova A. V. (2002). Ekonomiko-statisticheskiye metody v upravlenii sferoy uslug [Economic and statistical methods in the management of the service sector]. Donetsk: DonNU. 240 p. [in Russian].

УДК 338.124:339.97

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-2>**Калюжна Н.Г.**доктор економічних наук, професор,
професор кафедри світової економіки
Київського національного торговельно-економічного університету**Ковтун Т.К.**студент
Київського національного торговельно-економічного університету**Kalyuzhna Nataliya, Kovtun Taras**

Kyiv National University of Trade and Economics

**ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ДЕРЖАВ
В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ РЕЦЕСІЇ****TRADE AND ECONOMIC INTERSTATE COOPERATION
IN THE CONDITIONS OF GLOBAL RECESSION**

Обґрунтовано високу ймовірність настання довгострокових негативних наслідків сучасної глобальної рецесії для світової економіки, що зумовлює необхідність винайдення шляхів швидкого відновлення та оптимізації торговельно-економічної співпраці держав за кризових умов. Запропоновано методичний підхід до визначення пріоритетів торговельно-економічного співробітництва, який базується на аналізі динаміки абсолютних та відносних показників результативності зовнішньої торгівлі держави з певною країною (групою країн). Досліджено актуальні ризики розвитку економіки України та обґрунтовано, що у середньостроковій перспективі слід очікувати скорочення обсягів зовнішньої торгівлі держави через негативний вплив загроз як епідеміологічного, так і геополітичного характеру. На підставі аналізу динаміки зовнішньої торгівлі України з окремими групами країн визначено пріоритети зовнішньоторговельного співробітництва держави, до яких віднесено розвиток торговельних відносин із країнами Європи, Азії, Америки на підставі укладання/імплементції преференційних угод та спрощення нормативної бази у сфері двостороннього торговельно-економічного співробітництва.

Ключові слова: глобальна рецесія, світова економіка, COVID-19, торговельно-економічне співробітництво, тенденція, структура, динаміка, зовнішня торгівля, пріоритет.

Обоснована высокая вероятность наступления долгосрочных негативных последствий современной глобальной рецессии для мировой экономики, что вызывает необходимость определения путей быстрого восстановления и оптимизации торгово-экономического сотрудничества государств в кризисных условиях. Предложен методический подход к определению приоритетов торгово-экономического сотрудничества, основанный на анализе динамики абсолютных и относительных показателей результативности внешней торговли государства с определенной страной (группой стран). Исследованы актуальные риски развития экономики Украины и обосновано, что в среднесрочной перспективе следует ожидать сокращения объемов внешней торговли страны за счет негативного влияния угроз как эпидемиологического, так и геополитического характера. На основании анализа динамики внешней торговли Украины с отдельными группами стран определены приоритеты внешне-торгового сотрудничества государства, к которым отнесено развитие торговых отношений со странами Европы, Азии, Америки на основании заключения/имплементации преференциальных соглашений и упрощения нормативной базы в сфере двустороннего торгово-экономического сотрудничества.

Ключевые слова: глобальная рецессия, мировая экономика, COVID-19, торгово-экономическое сотрудничество, тенденция, структура, динамика, внешняя торговля, приоритет.

The high probability of long-term negative consequences of the global economic recession COVID-19 makes necessary to find the ways of quick restoration of trade and economic cooperation. The substantiation of the priorities of foreign trade cooperation in the conditions of the global crisis acquires special significance for Ukraine due to the negative impact on the structure and volume of foreign trade of the state of both epidemiological and geopolitical factors. The aim of the research is to deepen the theoretical and methodological foundations of sustainable development of trade and economic cooperation in the global recession COVID-19 and provide recommendations for determining the priorities of Ukraine's foreign trade with certain groups of countries. The article substantiates the high probability of long-term negative consequences of the current global recession for the world economy, which requires the invention of ways to quick restoration and optimization the merchandise trade and economic cooperation between countries in crisis. A methodical approach to determining the priorities of interstate trade and economic cooperation is proposed, which is based on the analysis of the dynamics of absolute and relative indicators of the effectiveness of foreign trade of the state with a particular country (group of countries). The current risks of Ukraine's economic development were studied and it is substantiated that in the medium term we should expect a decrease in foreign trade due to the negative impact of threats of both epidemiological and geopolitical aspects. Based on the analysis of the dynamics of Ukraine's foreign trade with certain groups of countries, the priorities of the country's foreign trade cooperation were determined, which include the development of trade relations with Europe, Asia and America. In the context of the global economic recession, which inevitably leads to a reduction in foreign trade in the medium term, compliance with the recommendations will focus efforts on developing relations with prioritized foreign trade partners, primarily by concluding preferential agreements and simplifying the regulatory framework for bilateral trade.

Key words: global recession, world economy, COVID-19, trade and economic cooperation, tendency, structure, dynamics, external trade, priority.

Постановка проблеми. Всеосяжний характер економічної рецесії, викликаній поширенням пандемії COVID-19, має безпосередній вплив на зовнішньоторговельне партнерство між країнами, зокрема ланцюги постачання були глобально порушені під час національних локдаунів, що мало суттєвий негативний вплив на обсяги міжнародної торгівлі товарами. Так, за оцінками Світової організації торгівлі, у 2020 р. відбулося зменшення обсягів міжнародної торгівлі товарами на 9,2%, тоді як у 2021 р. очікується зростання зовнішньоторговельного товарообігу на 7,2% [1]. Попри достатньо оптимістичний прогноз СОТ щодо перспектив відновлення світової економіки у 2021 р. існують очевидні ризики його несправдження. Вірогідність повторення нових хвиль пандемії та відповідної реакції урядів у виді національних локдаунів залишається дуже високою, тому слід зазначити, що падіння обсягів світової торгівлі у 2021 р. порівняно з докризовим трендом є неминучим. На додаток очікуваним ризиком постпандемічного періоду для світової економіки є можливий перехід більшості національних економік до політики протекціонізму з метою захисту внутрішнього виробництва та зменшення дефіциту торговельного балансу за рахунок експорту. Розуміння визначених закономірностей розвитку зовнішньоторговельного співробітництва держав у найближчій перспективі зумовлює необхідність винайдення шляхів швидкого відновлення та оптимізації торговельно-економічної співпраці між країнами в умовах глобальної рецесії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Беззаперечний руйнівний вплив пандемії на глобальну економіку зумовлює активізацію наукових розробок у напрямі визначення перспектив відновлення світової та національних економічних систем. Оцінюванню впливу COVID-19 на економіку та суспільство присвячено роботи як вітчизняних [2–5], так і закордонних [6; 7] науковців та аналітиків. Окремо слід зауважити на значущість у контексті дослідження робіт, які акцентують увагу на аналізуванні наслідків світової пандемії та зумовленої нею економічної рецесії для міжнародної торгівлі й зовнішньоторговельного співробітництва держав. На даному етапі дослідження у цій площині здебільшого представлені аналітичними публікаціями провідних міжнародних організацій, зокрема ЮНКТАД [8], Світової організації торгівлі [9], Світового банку [10] тощо. Необхідність обґрунтування раціональних векторів відновлення міжнародної торгівлі за кризових умов зумовлює актуальність досліджень у даному напрямі, які передусім мають базуватися на розумінні специфіки глобальної рецесії, викликаній поширенням COVID-19, та її наслідків для торговельно-економічного співробітництва держав. Особливої значущості обґрунтування пріоритетів відновлення торговельних відносин за умов глобальної кризи набуває для України через негативний вплив на структуру та обсяги зовнішньої торгівлі держави як епідеміологічних, так і геополітичних чинників.

Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних засад розвитку торговельно-

економічного співробітництва держав в умовах глобальної рецесії COVID-19 та надання рекомендацій щодо визначення пріоритетів зовнішньої торгівлі України з окремими групами країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зафіксоване у 2020 р. зменшення обсягів міжнародної торгівлі товарами на 9,2% [1] підтверджує входження світової економіки в стадію глобальної економічної рецесії, яка зумовлена пандемією COVID-19. В умовах суттєвого економічного спаду тенденція переходу багатьох національних економік до політики протекціонізму підсилюватиметься, оскільки головним пріоритетом для країн світу буде підтримка внутрішнього виробництва та регулювання небажаного імпорту. Також слід зазначити, що такі карантинні обмеження, як закриття кордонів та національні локдауни, зумовлюють глобальне порушення зовнішньоторговельних потоків, яке неминуче впливає на падіння обсягів світової торгівлі у цілому та для кожної національної економіки зокрема. Тому варто зауважити, що розраховувати на зростання абсолютних (кількісних, грошових) показників міжнародної торгівлі під час глобальної рецесії вкрай оптимістично, тобто в кращому разі можна очікувати позитивні структурні (якісні) зміни у світовій торгівлі. Іншими словами, раціональним у поточній ситуації буде вибір правильного підходу до визначення пріоритетів зовнішньоторговельної інтеграції економік країн світу, включаючи Україну, на базі хоча б позитивних структурних змін у торговельно-економічному співробітництві держав. Позитивні зміни у відносних показниках міжнародної торгівлі країни свідчать про те, що протягом досить довгого періоду часу зберігається чітка тенденція до зростання частки зовнішньоторговельних операцій з іншою конкретною країною або групою країн в загальному обсязі. Якщо ця тенденція спостерігається, то варто вважати цей напрям зовнішньоторговельної інтеграції перспективним, якщо, навпаки, наявна негативна тенденція, то даний напрям не є перспективним у середньо- та довгостроковому періоді. Із метою обґрунтування зовнішньоторговельних пріоритетів держав необхідним є використання чіткої методики вибору та класифікації кожного з напрямів торговельного партнерства за їх значущістю. Відповідне впорядкування напрямів торговельно-економічного співробітництва пропонується здійснювати шляхом привласнення пріоритетів, які відбивають важливість даного вектору у загальній структурі зовнішньої торгівлі держави, а саме:

перший (найвищий) пріоритет – позитивна тенденція у динаміці структурних та/або абсолютних показників зовнішньої торгівлі з певною країною (групою) країн;

другий (помірний) пріоритет – відсутність будь-якої чітко вираженої тенденції;

третій (найнижчий) пріоритет – негативна тенденція у динаміці структурних та/або абсолютних показників зовнішньої торгівлі з певною країною (групою) країн.

Ключовою з погляду визначення пріоритетів зовнішньої торгівлі держави, вочевидь, слід уважати динаміку таких показників, як обсяги експорту (E), імпорту (I) та зовнішньоторговельний обіг (ZO) як їх узагальнююча характеристика. Найкраща ситуація, що відповідатиме найвищому пріоритету зовнішньої торгівлі держави з певним торговельним партнером (країною або групою країн), має місце, якщо в динаміці всіх трьох показників наявна тенденція до зростання як в абсолютному, так і відносному вимірі:

$$T_{абс} = \{\Delta E_{\uparrow}; \Delta I_{\uparrow}; \Delta ZO_{\uparrow}\} \quad T_{відн} = \{\Delta E_{\uparrow}; \Delta I_{\uparrow}; \Delta ZO_{\uparrow}\}, \quad (1)$$

де $T_{абс}$, $T_{відн}$ – тенденція в динаміці показників зовнішньої торгівлі держави відповідно в абсолютному та відносному вимірах;

ΔE , ΔI , ΔZO – зміна показників зовнішньої торгівлі держави (відповідно експорту, імпорту та зовнішньоторговельного обігу) порівняно з попереднім періодом.

Найменш сприятливим (та, відповідно, найменш пріоритетним) слід уважати такий стан зовнішньої торгівлі держави з певним торговельним партнером (країною або групою країн), за якого динаміка зазначених показників є від'ємною в абсолютному та відносному вимірах:

$$T_{абс} = \{\Delta E_{\downarrow}; \Delta I_{\downarrow}; \Delta ZO_{\downarrow}\} \quad T_{відн} = \{\Delta E_{\downarrow}; \Delta I_{\downarrow}; \Delta ZO_{\downarrow}\} \quad (2)$$

Нарешті, ситуацію, коли динаміка абсолютних та відносних показників зовнішньої торгівлі з іншим партнером не має чітко вираженої тенденції до зростання/скорочення, можна розглядати одночасно як джерело можливостей і ризиків торговельно-економічного співробітництва держави та привласнити їй помірний пріоритет:

$$T_{абс} = \{\Delta E_{\leftrightarrow}; \Delta I_{\leftrightarrow}; \Delta ZO_{\leftrightarrow}\} \quad T_{відн} = \{\Delta E_{\leftrightarrow}; \Delta I_{\leftrightarrow}; \Delta ZO_{\leftrightarrow}\} \quad (3)$$

Результати визначення пріоритетів торговельно-економічного співробітництва держави може бути формалізовано у вигляді матриці, яку подано на рис. 1. Кожному сегменту матриці відповідає певна динаміка абсолютних та відносних показників результативності зовнішньої торгівлі держави з конкретною країною або групою країн (позитивна тенденція, відсутність тенденції, негативна тенденція). Найкраща ситуація відповідає верхньому правому сегменту матриці (наявність позитивної тенденції в

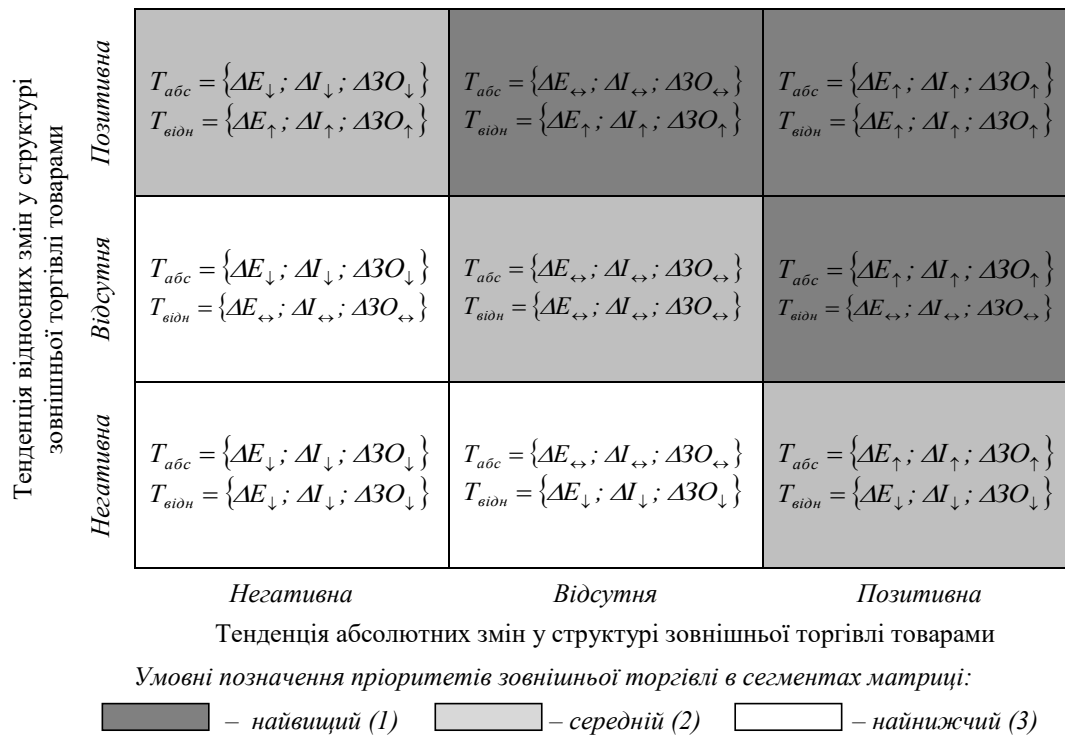


Рис. 1. Матриця визначення пріоритетів зовнішньої торгівлі держави з країною (групою країн)

Джерело: складено авторами

динаміці як абсолютних, так і відносних показників зовнішньої торгівлі), найгірша – нижньому лівому сегменту (наявність негативної тенденції в динаміці показників обох видів).

Оскільки наявність або відсутність тенденції в динаміці показників зовнішньої торгівлі держави може бути підтверджена на підставі аналізу їх динаміки протягом певного часового періоду, доцільним є використання алгоритму перевірки тенденції, викладеного, зокрема, у роботі [11]. Сутність алгоритму перевірки тенденції полягає у встановленні висхідних та низхідних серій у динаміці досліджуваного показника. Висновок про існування тенденції робиться за результатами аналізу системи нерівностей:

$$\begin{cases} v(n) > [(2n - 1) / 3 - 1,96\sqrt{(16n - 29) / 90}] \\ I_{\max}(n) \leq l(n) \end{cases}, \quad (4)$$

де n – кількість звітних періодів у динаміці досліджуваного показника;

$v(n)$ – кількість серій, тобто послідовностей розташованих поспіль однакових знаків у динаміці досліджуваного показника;

$I_{\max}(n)$ – найдовша протяжність серії (однакових знаків) у діапазоні дослідження;

$l(n)$ – табличне значення, залежне від кількості звітних періодів у діапазоні дослідження ($l(n) = 5$, якщо $n \leq 26$).

Якщо порушується система нерівностей (4), то гіпотеза про відсутність тренду відкидається з довірчою ймовірністю 0,95. Інакше кажучи, порушення одного або обох складників системи нерівностей дає змогу констатувати наявність тенденції в динаміці досліджуваного показника. Напрямок тенденції (позитивна або негативна) визначається знаком серії, яка має максимальну протяжність.

Із метою апробації запропонованого підходу до визначення пріоритетів торговельно-економічного співробітництва дослідимо поточний стан зовнішньої торгівлі України. Глобальна рецесія 2020 р. мала суттєвий негативний вплив на зовнішню торгівлю держави та спричинила порушення її зовнішньоторговельного співробітництва з багатьма країнами світу. Варто зауважити, що сповільнення економічної активності в Україні почалося ще до пандемії, оскільки в 2019 р. темпи зростання ВВП зменшилися на 0,2% порівняно з 2018 р. [12]. Тим не менше зовнішньоторговельний оборот товарів і послуг за підсумками 2019 р. зріс на 8,5% (+10,2 млрд дол.) порівняно з 2018 р. і становив 131,0 млрд дол. США. У період епідемії та впровадження так званих локдаунів обсяги зовнішньої торгівлі товарами України істотно зменшилися. При цьому слід зазначити, що за відсутності суттєвих коливань курсу національ-

ної валюти імпорт зазнав більших утрат, аніж експорт. Загалом у I півріччі 2020 р. експорт товарів та послуг України продемонстрував негативну динаміку, зменшившись у вартісному вимірі на 7,1% порівняно з аналогічним періодом 2019 р. Також продовжується скорочення експорту товарів та послуг до країн ЄС – на 15% (питома вага в загальному обсязі експорту – 36,6%). Вартісні обсяги імпорту товарів та послуг зменшилися на 15,5% порівняно із січнем-жовтнем 2019 р. При цьому вартісні обсяги імпорту товарів та послуг із країнами ЄС зменшилися на 13,9% (питома вага в загальному обсязі імпорту – 43,7%). Позитивне сальдо торгівлі товарами та послугами у I півріччі 2020 р. становило 163 млн дол.

Стосовно зовнішньої торгівлі товарами, то за статистичними даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, за I півріччя 2020 р. експорт товарів України скоротився на 17,1% порівняно з I півріччям 2019 р. На рис. 2 наведено темпи зростання (зниження) експорту товарів України протягом перших десяти місяців 2020 р. порівняно з 2019 р. Слід зазначити, що найбільше значення темпів зниження експорту товарів протягом десяти місяців 2020 р. було зафіксовано в період упровадження саме жорстоких карантинних обмежень та введення локдаунів, які призвели до значного зменшення обсягів експорту товарів України. Що стосується імпорту товарів Україною, то порівняно з відповідним періодом 2019 р. його обсяги скоротилися на 12,5% і становили у вартісному вимірі 26,5 млрд дол.

США. Темпи зміни імпорту товарів Україною протягом перших десяти місяців 2020 р. порівняно з 2019 р. відображено на рис. 3.

Вочевидь, негативні чинники, зумовлені глобальною рецесією COVID-19, мали набагато суттєвіший негативний вплив на динаміку імпорту товарів, аніж на експорт, оскільки Україна є дуже залежною від імпорту високотехнологічної продукції, ланцюги постачання якої були глобально порушені внаслідок скорочення зовнішньоторговельного співробітництва держави з головними економічними партнерами.

Скорочення обсягів зовнішньої торгівлі України протягом I півріччя 2020 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р. було передусім зумовлене розгортанням у світі пандемії COVID-19, що спричинило суттєві зміни у життєдіяльності багатьох держав (посилено роль державного управління у надзвичайних умовах; запроваджено санітарно-епідеміологічні заходи; встановлено обмеження пересування громадян та їхньої трудової діяльності; введено дистанційні форми освіти та праці). Також суттєвий вплив мали зниження ділової активності промислових підприємств та скорочення виробництва в усіх країнах, де вживаються заходи проти розповсюдження COVID-19, що призвело до глобального зменшення попиту та, як наслідок, падіння цін на світових товарних ринках.

Проте варто зазначити, що ризики скорочення зовнішньоторговельного співробітництва України не вичерпуються загрозами пандемічного характеру. Про існування важливих

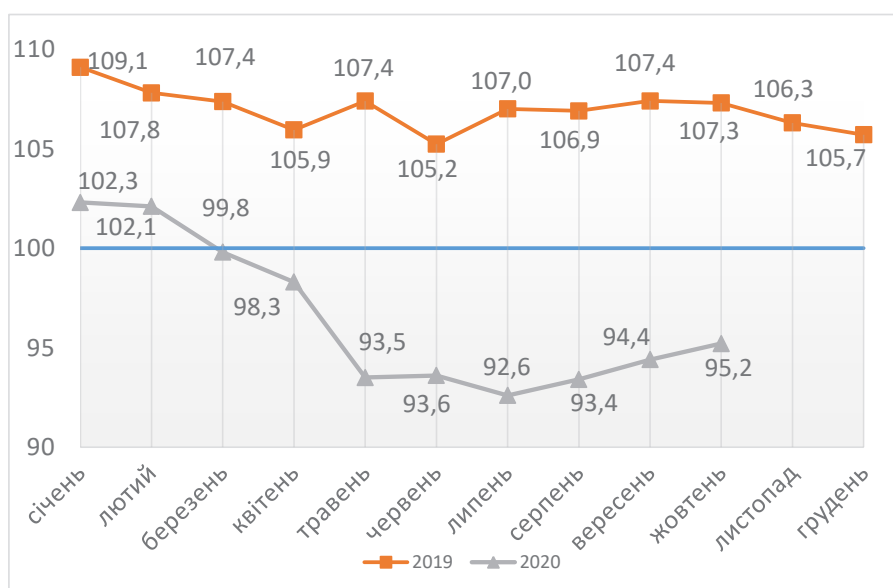


Рис. 2. Темпи зростання (зниження) експорту товарів України (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Джерело: складено на підставі [13]

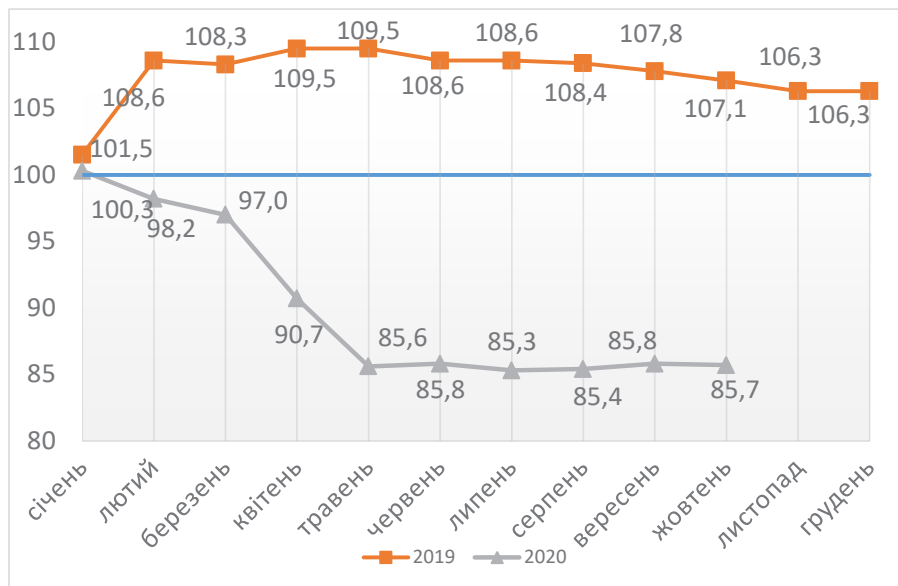


Рис. 3. Темпи зростання (зниження) імпорту товарів Україною (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Джерело: складено на підставі [13]

зовнішніх ризиків іншої природи свідчить, зокрема, консенсус-прогноз розвитку економіки України у 2020–2024 рр., підготовлений Мінекономіки у співпраці з UNICEF [5]. Так, за результатами оцінки експертів у середньостроковій перспективі варто очікувати зменшення вірогідності реалізації та сили впливу на розвиток економіки України епідеміологічних чинників, пов'язаних із наслідками пандемії COVID-19. Такий прогноз виглядає цілком логічно з огляду на високу ймовірність подолання руйнівного впливу коронакризи на світову економіку, та частково підтверджується поступовим відновленням темпів зростання зовнішньої торгівлі України наприкінці 2020 р. (див. рис. 2, 3). З іншого боку, на думку експертів, у найближчі роки варто очікувати зростання значущості таких зовнішніх ризиків, як посилення гібридних загроз національній безпеці України та впровадження нових торговельних бар'єрів для вітчизняного експорту з боку інших країн. Для зовнішньої торгівлі України довгостроковий характер впливу цих загроз означатиме високі ризики подальшого скорочення масштабів зовнішньоторговельного співробітництва, що потребуватиме визначення перспективних напрямів його відновлення навіть у разі завершення активної фази глобальної економічної рецесії.

Для визначення пріоритетних напрямів торговельно-економічного співробітництва України в умовах глобальної кризи проаналізуємо абсолютні та відносні показники результативності зовнішньої торгівлі держави з окре-

мими групами країн, а саме Європою, СНД, Азією, Африкою, Америкою, Австралією та Океанією. Динаміку географічної структури зовнішньої торгівлі України товарами протягом 2005–2020 рр. в абсолютному та відносному вимірах визначено на підставі даних Державної статистичної служби України [14]. Підсумкові дані за 2020 р. розраховано авторами за умови збереження тенденції I півріччя 2020 р.

Пріоритети торговельно-економічного співробітництва України, які визначено на підставі підтвердження або спростування наявності тенденції у зовнішній торгівлі товарами з певними групами країн відповідно до системи нерівностей (4), систематизовано у вигляді матриці на рис. 4.

Як видно з рис. 4, країни СНД не є перспективними зовнішньоторговельними партнерами для України з погляду динаміки обсягів двосторонньої торгівлі товарами, оскільки економічне співробітництво з даною групою країн зменшується як у відносному (частка у структурі експорту, імпорту та зовнішньоторговельного обороту), так і в абсолютному (обсяги експорту, імпорту та зовнішньоторговельного обігу) вимірах. Тенденція до зменшення обсягів торгівлі України з країнами СНД є цілком очікуваною в умовах інтенсифікації дискримінаційних заходів щодо української продукції з боку Росії як ключової держави Митного союзу. Запровадження та посилення торговельних обмежень негативно позначаються на обсягах зовнішньої торгівлі України з країнами СНД та утруднюють можливості ефектив-

Тенденція відносних змін у структурі зовнішньої торгівлі товарами	Позитивна	Азія (Е)	Європа (Е, 30)	<i>Америка (I)</i> Азія (30)
	Відсутня	Америка (Е) <i>Африка (I)</i>	Африка (Е) Австралія і Океанія (Е, I, 30)	<i>Європа (I)</i> <i>Азія (I)</i> Африка (30) Америка (30)
	Негативна	СНД (Е, I, 30)		
		<i>Негативна</i>	<i>Відсутня</i>	<i>Позитивна</i>

Тенденція абсолютних змін у структурі зовнішньої торгівлі товарами

Рис. 4. Матриця оцінки пріоритетів зовнішньої торгівлі товарами України за групами країн

Джерело: складено авторами

ного міжнародного співробітництва держави в європейському регіональному просторі. На відміну від зовнішньої торгівлі з країнами СНД спостерігається чітка позитивна тенденція в динаміці структури зовнішньої торгівлі товарами з країнами Європи. Слід зазначити, що торгівля товарами із цією групою країн займає найбільшу частку в загальному обсязі зовнішньої торгівлі України, а враховуючи стабільну негативну тенденцію до зменшення обсягів торгівлі товарами майже з усіма зовнішньоторговельними партнерами в період глобальної рецесії 2020 р., наявність позитивної тенденції в структурі двосторонньої торгівлі свідчить про доцільність визначення європейських країн як перспективного партнера України. Варто також звернути увагу на тенденції в динаміці зовнішньоторговельного співробітництва України з країнами Азії, у торгівлі з якими спостерігається позитивна тенденція як в абсолютному, так і у відносному вимірі. Вочевидь, позитивні тенденції зумовлені зростанням обсягів двосторонньої торгівлі України з Китаєм як з основним торговельним партнером держави. Китай займає друге місце в рейтингу найбільших торговельних партнерів України, причому протягом першого півріччя 2020 р. обсяг імпорту товарів Україною з Китаю зріс найбільше і становив 1 445,3 млн дол. Що стосується Америки, то з даною групою країн наявна позитивна тенденція в динаміці структури зовнішньої торгівлі. Аналізуючи останні зміни у розвитку світового господарства та сучасних міждер-

жавних зовнішньоторговельних зв'язків, розуміємо, що всі вони є закономірним результатом політичних і економічних перетворень сьогодення. Епідеміологічні та геополітичні трансформації призвели до вповільнення темпів зростання світової економіки, що, своєю чергою, зумовлює необхідність оновлення пріоритетів зовнішньоторговельного співробітництва держав. В умовах російської агресії, яка вимагає врахування зовнішніх загроз в економічній співпраці, Україна не стала винятком. У зв'язку із цим одним зі стратегічно важливих партнерів для нашої держави сьогодні є США, які, по-перше, є одним із найбільших імпортерів для України, а по-друге, співробітництво з даною державою може допомогти створити позитивний імідж для української економіки, який свідчитиме про надійність її як торговельного та економічного партнера для інших країн.

Також зауважимо, що не спостерігається чіткої позитивної тенденції в зовнішній торгівлі з такими групами країн, як Австралія і Океанія та Африка, тому важко стверджувати про доцільність їх визначення як перспективних зовнішньоторговельних партнерів.

Висновки з проведеного дослідження. З огляду на довготривалий характер глобальної економічної рецесії COVID-19 та високу ймовірність повторення жорстких національних локдаунів, очевидно є потреба у винайденні шляхів оптимізації зовнішньоторговельних потоків між державами та відновленні повної роботи

ланцюгів постачання продукції в умовах глобальної невизначеності, зумовленої коронакризою. Висока ймовірність подальшого скорочення (принаймні нестабільності) обсягів світової торгівлі зумовлює доцільність дотримання підходу до визначення пріоритетів торговельно-економічного співробітництва держав, який ґрунтується на аналізі динаміки абсолютних та відносних показників зовнішньої торгівлі держави з окремими групами країн. В умовах

глобальної економічної рецесії, яка неодмінно призводить до скорочення обсягів зовнішньої торгівлі у середньостроковому періоді, дотримання наданих рекомендацій дасть змогу сконцентрувати зусилля на розвитку відносин саме з пріоритетними зовнішньоторговельними партнерами, передусім за рахунок укладання преференційних угод та спрощення нормативної бази у сфері двостороннього торговельно-економічного співробітництва.

Список використаних джерел:

1. Statistics on Merchandise Trade. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/merch_trade_stat_e.htm.
2. Долбнева Д.В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Проблеми економіки*. 2020. № 1(43). С. 20–26.
3. Кулицький С. Проблеми розвитку економіки України, зумовлені пандемією коронавірусу COVID-19 у світі, та пошук шляхів їх розв'язання. *Україна: події, факти, коментарі*. 2020. № 9. С. 47–53.
4. Економічний вплив пандемії COVID-19 на Україну / Д. Заха та ін. 2020. URL: https://rpr.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/GET_UKR_PS_01_2020_ua.pdf.
5. Україна: вплив COVID-19 на економіку і суспільство. Консенсус-прогноз. 2020. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/documents/consensus-report>.
6. Balcilar M. COVID-19 Recession: The Global Economy in Crises. URL: https://www.researchgate.net/publication/346330005_COVID-19_Recession_The_Global_Economy_in_Crises.
7. Ozili P., Arun T. Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy. *SSRN Electronic Journal*. March 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/340236487_Spillover_of_COVID-19_impact_on_the_Global_Economy.
8. Impact of the COVID-19 pandemic on trade and development: transitioning to a new normal. URL: <https://unctad.org/webflyer/impact-covid-19-pandemic-trade-and-development-transitioning-new-normal>.
9. COVID-19 and World Trade. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/covid19_e.htm.
10. The Economy in the Time of COVID-19. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/33555/9781464815706.pdf?sequence=10&isAllowed=y>.
11. Калюжна Н.Г. Зовнішньоторговельна інтеграція України в умовах поглиблення міждержавних конфліктів. *Проблеми економіки*. 2020. № 1(43). С. 27–35.
12. Зовнішня торгівля України: три місяці пандемії. 2020. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=6414>.
13. Зовнішня торгівля України товарами у січні-жовтні 2020 року / Державна служба статистики. Експрес-випуск. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2020/12/152.pdf>.
14. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

References:

1. Statistics on Merchandise Trade. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/merch_trade_stat_e.htm.
2. Dolbnieva D.V. Vplyv COVID-19 na ekonomiku krain svitu. *Problemy ekonomiky*. 2020. № 1(43). S. 20-26.
3. Kulytskyi S. Problemy rozvytku ekonomiky Ukrainy, obumovleni pandemiieiu koronavirusu COVID-19 u sviti, ta poshuk shliakhiv yikh rozv'iazannia. *Ukraina: podii, fakty, komentari*. 2020. № 9. S. 47–53.
4. Zakh D., Movchan V., Kravchuk V., Kirchner R., Polushkin H. Ekonomichniy vplyv pandemii Covid-19 na Ukrainu. 2020. URL: https://rpr.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/GET_UKR_PS_01_2020_ua.pdf.
5. Ukraina: vplyv COVID-19 na ekonomiku i suspilstvo. Konsensus-prohnoz. 2020. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/documents/consensus-report>.
6. Balcilar M. COVID-19 Recession: The Global Economy in Crises. URL: https://www.researchgate.net/publication/346330005_COVID-19_Recession_The_Global_Economy_in_Crises.
7. Ozili R., Arun T. Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy. *SSRN Electronic Journal*. March 2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/340236487_Spillover_of_COVID-19_impact_on_the_Global_Economy.

8. Impact of the COVID-19 pandemic on trade and development: transitioning to a new normal. URL: <https://unctad.org/webflyer/impact-covid-19-pandemic-trade-and-development-transitioning-new-normal>
9. COVID-19 and World Trade. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/covid19_e.htm
10. The Economy in the Time of COVID-19. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/33555/9781464815706.pdf?sequence=10&isAllowed=y>
11. Kalyuzhna N.H. Zovnishnotorhovelna intehratsiia Ukrainy v umovakh pohlyblennia mizhderzhavnykh konfliktiv. *Problemy ekonomiky*. 2020. № 1 (43). S. 27-35.
12. Zovnishnia torhivlia Ukrainy: try misiatsi pandemii. 2020. URL: <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=6414>
13. Zovnishnia torhivlia Ukrainy tovaramy u sichni-zhovtni 2020 roku. Derzhavna sluzhba statystyky. Ekspres-vypusk. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2020/12/152.pdf>
14. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzbi statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 339.9:334.01

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-3>

Ороховська Л.А.

доктор філософських наук,
професор кафедри міжнародної економіки
Національного авіаційного університету

Кошетар У.П.

кандидат історичних наук,
доцент кафедри української мови та культури
Національного авіаційного університету

Orokhovska Liudmyla, Koshetar Uliana
National Aviation University

ЕКОЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ ТНК В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ENVIRONMENTAL STRATEGIES OF TNCs IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

У статті досліджуються онтологічні проблеми взаємодії природи і суспільства на етапі глобалізації, коли ідеологія споживацького суспільства призвела до глобальної екологічної кризи. Показано, що в XXI столітті, коли домінуючими гравцями в економіці та політиці стали ТНК, які часто вдаються до економії капіталовкладень в екологічну сферу, особливо в країнах третього світу, нехтуючи вимогами з охорони навколишнього середовища, необхідно визначити вектори та перспективи розвитку людства як планетарної соціоприродної системи та земної екоцивілізації. Для упередження екологічних проблем, які виникають у зв'язку з масштабами діяльності ТНК, необхідний як внутрішньокорпоративний, так і міжнародний контроль за виконанням екологічних норм та стандартів транснаціональними корпораціями.

Ключові слова: глобальні проблеми, екологічні стратегії, сталий розвиток, транснаціональні корпорації.

В статье исследуются онтологические проблемы взаимодействия природы и общества на этапе глобализации, когда идеология потребительского общества привела к глобальному экологическому кризису. Показано, что в XXI веке, когда доминирующими игроками в экономике и политике стали ТНК, которые часто прибегают к экономии капиталовложений в экологическую сферу, особенно в странах третьего мира, пренебрегая требованиями по охране окружающей среды, необходимо определить векторы и перспективы развития человечества как планетарной

социоестественной системы и земной экоцивилизации. Для предотвращения экологических проблем, возникающих в связи с масштабами деятельности ТНК, необходим как внутрикорпоративный, так и международный контроль за выполнением экологических норм и стандартов транснациональными корпорациями.

Ключевые слова: глобальные проблемы, экологические стратегии, устойчивое развитие, транснациональные корпорации.

The article examines the ontological problems of interaction between nature and society at the stage of globalization, when the ideology of a consumer society has led to a global ecological crisis. It is shown that in the 21st century, when TNCs have become the dominant players in the economy and politics, which often resort to saving capital investments in the environmental sphere, especially in third world countries, neglecting the requirements for environmental protection, it is necessary to determine the vectors and prospects for the development of mankind as a planetary social systems and terrestrial eco-civilization. The development and consolidation of ecological consciousness as a form of social consciousness, we hope, can qualitatively influence not changes in the purpose, principles, sphere of activity of both a person and society and will lead to a new ecological dimension (progress) of modern civilization as a whole. Modern environmental problems is a consequence of the natural and historical process, which should enter the fairway of the unity of social and natural, harmony between the activities of society and the preservation of the environment. The social and philosophical analysis of these processes encourages the delineation of means, methods and methodology for solving the global environmental catastrophe, characteristic of the beginning of the 21st century, that aims to determine the vectors and prospects for the development of mankind as a planetary social and natural system and Earth eco-civilization. The study analysed and proved the link between humanistic, ecological values and social ideals; it is determined that the expansion of the sphere of human activity in the natural complex affects the acceleration of the greening of consciousness; carried out a socio-philosophical analysis of economic, natural and cultural activity, confirmed the hypothesis about the possibility of building and implementing the idea of harmonizing of sociological relations and the model of future eco-civilization in the context of the introduction of the concept of sustainable development.

Key words: global issues, environmental strategies, sustainable development, transnational corporations.

Постановка проблеми. Проблема взаємодії природи і суспільства має онтологічний характер, оскільки її загострення загрожує існуванню всього живого на планеті. Актуалізація поняття «всесвітній» щодо історичного процесу припадає на кінець ХІХ – початок ХХ ст. унаслідок нівелизації економічних та культурних національних особливостей, формування системи поділу праці на міждержавному рівні, зростання ролі ЗМІ у міжнародній комунікації.

У ХХ ст. існування капіталістичної та квазі-соціалістичної суспільно-економічних систем вплинуло на розвиток світового співтовариства як на процес, що зумовлений конкуренцією та взаємозалежністю. Зазначене вплинуло на напрями реалізації науково-технічної революції, а саме на кореляцію між матеріальним перевиробництвом та духовним регресом людини та людства загалом, що призвело до кризи екологічної свідомості. Ідеологія споживацького суспільства призвела до техногенного забруднення навколишнього середовища, що призвело на початку ХХІ ст. до глобальної екологічної кризи. Тому вирішення глобальних проблем на сучасному етапі стало не лише завданням, пов'язаним із окресленням векторів наукових пошуків у секторі взаємодії «суспільство – природа, а й головною

засадною як розвитку, так і існування цивілізації загалом.

Взаємодія суспільства та природи на початку ХХІ ст. характеризується невідповідністю технологічних засад розвитку економіки екологічним нормам та законам, загрозою загострення глобальної екологічної кризи тощо. Дослідження екологічної свідомості як частини суспільної свідомості дасть можливість визначення взаємозв'язку соціоприродних відносин із розвитком цивілізації як колективного суб'єкта природокористування. Аналіз впровадження екологічних засад умов виробництва, напрямів природоохоронної діяльності, взаємозалежності існування екологічного та соціального простору, генези глобальної екологічної проблеми окреслить її джерела та шляхи вирішення. Важливим є визначення в суспільній свідомості причинно-наслідкових зв'язків між природним та соціальним, що привертає увагу суспільства до вирішення екологічних проблем на мікро- та макрорівнях та формування екологічної свідомості. Останнє повинно стати кроком для усвідомлення людством своєї соціоприродної сутності в планетарному масштабі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взаємодія суспільства і природи розглядалася значною кількістю вітчизняних та іноземних

науковців. Увага приділялася вивченню таких аспектів, як: природно-наукові (В. Вернадський), міждисциплінарні (Є. Одум, С. Шварц), соціально-філософські (Б. Єрасов, М. Мчедлова), перспективи екологічного розвитку цивілізації (Д. Медоуз, Е. Ласло, М. Месарович, Е. Пестель, Я. Тинберген, Д. Гарбор, Т. Монбріаль, Дж. Боткін, Е. Ельманджра, М. Маліца). Розглядалися проблеми генези цивілізації, антропогенезу, еволюції біосфери, методології природоохоронної діяльності тощо.

Мета статті. На основі аналізу соціально-економічних аспектів та теоретичних напрацювань у соціальній філософії, історії, історії економіки окреслити методологію вирішення глобальних проблем, притаманних початку XXI ст., коли домінуючими гравцями в економіці та політиці стали ТНК, визначити вектори та перспективи розвитку людства як планетарної соціоприродної системи та земної екоцивілізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні екологічні проблеми – це наслідок природно-історичного процесу, який повинен увійти у фарватер єдності соціального та природного, гармонії між діяльністю суспільства та збереженням навколишнього середовища.

Сучасним етапом розвитку світової спільноти стала епоха транснаціоналізації та глобалізації, що пов'язано з економічною глобалізацією та загостренням екологічного чинника. Зазначене впливає на прискорену трансформацію соціальної, технологічної сфери, форсованого дисбалансу у світовій економіці та загострення екологічної проблеми [1]. Остання проявляється у скороченні природних ресурсів, забрудненні та екстенсивному використанні навколишнього середовища. На зазначені процеси впливає як зростання економіки, так і демографічні процеси. У дослідженнях початку XXI ст. прогнозувалося збільшення населення на 50% за період 2000–2050 рр., а зростання світової економіки на 500% [2]. Більшість науковців наголошувала, що до 2030 р зростання населення зумовить зростання споживання продовольства та енергоносіїв на 50% (до 2050 року – на 70%), чистої води – на 30% [3]. Але у ці прогнози внесла корективу ситуація, пов'язана з епідемією COVID-19. Дослідження тенденцій впливу на економічну ситуацію у світі і визначення соціально-економічних втрат, яких зазнає світове співтовариство від пандемії цієї хвороби, ще в процесі наукового обговорення. Наприклад, дослідниця Д. Долбнева зауважує, що до наслідків для світової економіки можна віднести «падіння індексів бірж; суттєве зниження цін на нафту та уповільнення розвитку ринку металів; скорочення виробництва; суттєве зниження доходів авіакомпаній та мор-

ського транспорту, торгово-розважальних центрів, туристичної індустрії; зменшення доходів населення; зростання прибутків фармацевтичної промисловості та світової індустрії ігрових, освітніх та інших онлайн-додатків; зростання попиту інвесторів на менш ризикові активи. За такої ситуації вже відбувається зниження економічного зростання світової економіки (з 2,5 % до 0,6 %). У 2020 році на загальносвітовому рівні економічна ситуація буде близька до рецесії, збитки світової економіки можуть досягнути \$ 2,7 трлн» [4]. Голова Європейського центрального банку К. Лагард заявила, що Європа може відчувати економічний шок, подібний світовій фінансовій кризі 2008 р., якщо світові лідери запровадять скоординовані термінові заходи проти пандемії коронавірусу [5].

Зазначене передбачає актуалізацію еко-відомості на рівні взаємодії «економіка-медицина-екологія» та виокремлює значення екологічної складової у розвитку міжнародних економічних відносин в умовах глобалізації. Пандемія спричинила процес певної консолідації при прийнятті рішень на рівні очільників урядів світу, органів місцевої влади з урахуванням пропозицій експертів, представників ТНК, громадянського суспільства щодо карантинних та посткарантинних заходів, спрямованих на проведення ефективної соціально-економічної та екологічної політики на мікро- та макрорівнях.

На думку вітчизняних дослідників, масштаби світового виробництва і споживання призвели до дисбалансу рівноваги суспільних і природних систем. Нищівний антропогенний вплив на природне середовище перевищений вдвічі, а «борг людства перед екологією прирівнюється приблизно в 4 трлн. дол. США» [6].

Провідним суб'єктом міжнародних економічних відносин є ТНК, які використовують наступні чинники макро- і мікрорівня: можливості та ресурси самої компанії; рівень конкуренції в галузі; країну розміщення, синтез міжнародних, національних, регіональних аспектів виробництва. Вигідні конкурентні позиції на світовій арені отримують, зокрема, завдяки негуманному використанню природних ресурсів і можливостей, не враховуючи екологічні наслідки. Щоб отримати конкурентні переваги, ТНК досить часто зменшують витрати на природоохоронні заходи, запроваджують новітні технології та збільшують масштаби перевиробництва, розміщують виробництво в країнах з дешевою робочою силою та з відсутністю контролю за виконанням екологічних норм та законів.

Враховуючи ці чинники у діяльності ТНК, пропонуємо свідоме застосування та впровадження засад еко-свідомості на наступних рівнях їх роботи: 1) використання синерге-

тичного підходу для виробництва, розробки, дослідження з урахуванням функціонування регіональної екосистеми; 2) при інтегруванні в межах однієї ТНК декількох видів виробництва використання єдиної багатоступеневої розгалуженої системи очищення та контролю викидів; 3) доступ до інформаційних і технологічних ресурсів, єдина система звітності та обліку як обов'язкова засада формування ефективної системи екологічного моніторингу на міжнародному рівні; проведення досліджень та впровадження специфічних (притаманних даній галузі) нових технологій виробництва, вдосконалення системи управління, які спрямовані на очищення оточуючого середовища.

Процес побудови екоцивілізації повинен враховувати процес транскордонного злиття і створення стратегічних альянсів. Зазначене уможливорює додаткове залучення капіталу на зарубіжних ринках, дозволяє ТНК отримати монопольне лідерство та взяти на себе всю повноту відповідальності за екобезпеку на глобальному рівні. Наприклад, загальна сума транскордонних угод зі злиття і поглинань збільшилася на момент 2014 року (відповідно за останні 20 років) в 10 разів [7]. Для нашого дослідження важливим є факт, що значна частина транскордонних поглинань та злиття відбулась в банківській сфері, хімічній промисловості, фармацевтичній промисловості, у сфері телекомунікацій та страхування. Понад 80% становлять транскордонні злиття і поглинання компаній з високорозвинених країн (США, Велика Британія, Франція і Німеччина) [7].

Транскордонні стратегічні альянси та подібні форми кооперації сприяють інтеграції зарубіжних підрозділів ТНК та підвищенню міжнародної мобільності капіталів, технологій, товарів, послуг. Це впливає на модернізацію економіки з урахуванням природоохоронних нормативів. Важливу роль ТНК у світовій економіці та їх істотний вплив на економічні та соціальні процеси відображають кодекси поведінки для ТНК в рамках ООН та ОЕСР, що є доповненням до наявних міжнародних норм корпоративної соціальної відповідальності, розроблених самими ТНК.

Аналіз доповідей Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) про світові інвестиції, які щорічно публікуються, дозволяє відстежити сучасні тенденції розвитку ТНК, а також той вплив, який справила на них глобальна фінансово-економічна криза. Згідно з даними ЮНКТАД, під контролем ТНК знаходиться половина світового промислового виробництва, 75% торгівлі сировинними товарами і 80% торгівлі технологіями, ліцензіями і ноу-хау [6]. Під контролем ТНК знаходиться до 90 % світового ринка

пшениці, кави, кукурудзи, 85 % ринку міді, 80 % чаю, 75 % бананів та каучуку [8].

ТНК у подальшому впливатимуть на економічне зростання і соціально-економічний розвиток світового господарства шляхом: створення нових робочих місць з гарантією прав трудящих, розширенням експорту, впровадженням заходів екобезпеки та збереження навколишнього середовища, сплати податків, трансферу капіталу і технологій, а також забезпеченням міжнародної співпраці. ТНК, здебільшого, намагаються стати вагомою частиною у країнах з перехідною економікою, або у країнах, що розвиваються. Зазначене надає можливість впроваджувати різноманітні моделі виробництва та інвестицій. Наприклад, ліцензування, аутсорсинг, франчайзинг, підрядне промислове і сільськогосподарське виробництво. Для означених країн ТНК надають можливості для певної інтеграції в глобальну економіку, покращення внутрішнього виробничого потенціалу, конкурентоспроможності на світовому ринку.

Процес глобальної конкуренції стимулює транскордонне злиття і поглинання компаній, спричиняє формування стратегічних альянсів, що форсує додаткове залучення капіталу і змінює правила конкурентної боротьби на рівні тактики та стратегії ТНК. Інновації та інноваційна діяльність стають основними факторами в конкурентній боротьбі ТНК і це набуває особливого значення в кризових умовах, коли ТНК намагаються не знижувати витрати на дослідження і розробки. Важливо на цьому етапі через рекламу та впровадження ідей формування екоцивілізації та екосвідомості впливати саме на інвестиційну та інноваційну політику ТНК.

Необхідно запровадити програму формування екологічної цивілізації та включити її до принципів комерційної дипломатії на основі діяльності організацій системи ООН. ТНК, завдяки базисним вимірам розвитку, таким як: переваги в забезпеченості та вартості природних ресурсів, кваліфікації робочої сили, рівня заробітної плати; амортизаційній політиці, зокрема, в нормах амортизаційних відрахувань; антимонопольного та трудового законодавства; в рівні оподаткування; стабільності валют будуть причетні до розвитку екобезпеки та стратегії сталого розвитку в умовах глобалізації.

На сучасному етапі необхідно створити систему економічно вигідних інституцій як для держав, так для ТНК, завдяки яким би вирішувалися проблеми регламентації та врегулювання екологічної діяльності ТНК на регіональному та міжнародному рівні. На сьогодні в системі інституцій ООН сформовано систему, яка не передбачає контролю діяльності ТНК, проте

притримується принципів комерційної дипломатії. ТНК в цій системі мають змогу відкрито захищати свої інтереси [9]. Зазначена система має розгалужену структуру, характеризується багатофункціональністю, є результативною для країн, що приймають або експортують транснаціональний капітал, також дозволяє ТНК збільшувати прибутки в тих країнах, де неінституційна система уніфікована з принципами ООН в сфері бізнесу ТНК [10, с. 11–13].

ТНК це основні виробники товарів, постачальники послуг, споживачі природних ресурсів, але саме вони найбільше забруднюють навколишнє середовище. Зазначене відбувається завдяки переносу «брудного» виробництва в кон'юнктурні з політичного та економічно розгляду умови. З метою мінімізації витрат виробляють і реалізують екологічно небезпечну продукцію, завдаючи шкоди навколишньому середовищу приймаючих країн. ТНК використовують відмінності правового поля розвинених країн і країн, що розвиваються, у першу чергу в інвестиційному та природоохоронному законодавствах. ТНК вдаються до економіки капіталовкладень в екологічну сферу в країнах третього світу, нехтуючи вимоги з охорони навколишнього середовища. Наприклад, нафтогазова компанія Shell, яка в Канаді має високу оцінку екологів, а в Нігерії піддається критиці «зелених» активістів.

Зовсім іншою є тенденція, коли ТНК у приймаючій країні неухильно дотримується норм і стандартів корпоративної екологічної програми, ігноруючи низький рівень екологічної правової стандартизації нерозвиненого регіону. Екологічна свідомість у практиках ТНК формується на основі регулювання в природоохоронній сфері на міжнародному, національному та місцевому рівнях. Зазначимо пролонгований характер екологічної інвестиційної політики з точки зору повернення дивідендів. Тому стратегічні програми 5–20 років здебільшого включають широке фінансування підтримки екосистеми, завдяки переходу на екологічно виправдані технології («зелені технології»), на відміну від корпорацій з середньостроковим (3-5 років) і короткостроковим (1–3 роки) плануванням.

На сучасному етапі велика кількість найбільших ТНК керуються критеріями екологічного маркетингу при виробництві. Відповідно звіту Норвезької дорожньої федерації (OFV), доля ринку автомобілів у Норвегії збільшилась до 54,3% в 2020 р., порівняно з 42,4% в 2019 р. З урахуванням гібридних автомобілів, доля електрифікованих автомобілів в минулому році склала 83%. У 2020 году 76 789 автомобілів були повністю електричними з 141412 легкових

автомобілів, які було доставлено до Норвегії. Продажі електромобілів перевищили 50% в окремі місяці, але 2020 рік став першим роком, коли всі електромобілі перевершили загальний обсяг моделей з двигунами внутрішнього згоряння за рік в цілому [11].

2 січня 2021 р. Tesla оприлюднила дані про постачання і виробництво автомобілів за четвертий квартал 2020 року і повний 2020 рік. У четвертому кварталі 2020 року компанії вдалося виготовити і доставити рекордну кількість автомобілів – 179 757 і 180 570 відповідно, та майже вдалося досягти річної мети – 500 000 автомобілів за весь рік [12]. Загальна кількість електрифікованих автомобілів всіх категорій (BEV, PHEV, HEV, MHEV) на українському ринку майже близька до п'ятдесяти тисяч, і, станом на 1 жовтня 2020 року, досягла 49 618. Завдяки успішним «гібридним» місяцям частка автомобілів з паливно-електричною трансмісією перевищує частку чистих електромобілів у співвідношенні 25 556 проти 24 052. При цьому, частка реєстрацій нових автомобілів з числа гібридів зросла з 5 до 10%. В Україні активно почали купувати нові автомобілі з гібридною трансмісією, що в свою чергу позначилося на розриві між кількістю реєстрацій гібридів і електрокарів, майже в два рази. В третьому кварталі 2020 р. відбулися значні досягнення в лідерах чистих електрокарів серед марок, в результаті яких беззаперечний фаворит останніх років Nissan втратив близько 3% українського автопарку, які в свою чергу отримали Tesla і Renault [13].

Наступним прикладом екологізації свідомості є маркетингові стратегії ТНК (Apple, IKEA, Levi's, Coca-Cola тощо), які спрямовані на переробку використаних товарів, направляючи їх на вторинне використання. Значна частина ТНК стали публікувати в ЗМІ екологічну звітність, яка стосується оцінки природоохоронних наслідків корпоративної діяльності, що свідчить про затверджену програму суворого дотримання екологічних норм. Формування екологічної свідомості призвело до змін стратегій ТНК на рівні споживчого попиту на продукцію, що уособлює екологічні властивості, складові та імідж.

Висновки. У ході дослідження проаналізовано та доведено зв'язок між гуманістичними, екологічними цінностями та соціальними ідеалами; визначено, що розширення сфери діяльності людини в природному комплексі впливає на прискорення екологізації свідомості; проведено соціально-філософський аналіз економічної, природокористувальницької діяльності, що підтвердило гіпотезу про можливість побудови та реалізації ідеї гармонізації соціоприродних відносин і моделі майбутньої екоцивілізації в

умовах впровадження концепції сталого розвитку у наслідок поетапної діяльності міжнародного співтовариства у сучасних соціально-економічних та політичних умовах. Сучасна екологічна ситуація вимагає координації діяльності наукових, громадських, правозахисних організацій на міжнародному рівні, кореляції між соціально-економічним розвитком суспільства та невирішеністю екологічних проблем.

Характерною рисою початку XXI ст. став екологічно орієнтований попит свідомих споживачів у розвинених країнах, що стало певним стимулом для ТНК. У зв'язку з цим певні ТНК стали не лише вдосконалювати процес виробництва, а й використовувати екологічний фактор у рекламних акціях та конкурентній боротьбі, впроваджувати моделі міжнародної системи стандартів, екомаркування

товарів, екологічного маркетингу і менеджменту, екологічного обліку та аудиту, екологічної прозорості.

До напрямків в формуванні екологічної свідомості на рівні ТНК можемо віднести: міжнародну систему стандартів, екомаркування товарів, екологічний менеджмент і маркетинг, екологічний аудит, екологічну прозорість. Але діяльність ТНК, значною мірою, завдає шкоди навколишньому середовищу країнам, що розвиваються. Екологічні маркування враховуються корпораціями, проте не є обов'язковим. Зазначене актуалізує як внутрішньокорпоративний так і міжнародний контроль за виконанням екологічних норм та стандартів транснаціональними корпораціями. Для удосконалення екологічних програм ТНК необхідно впроваджувати інновації та екологічні технології.

Список використаних джерел:

1. Policies for Sustainable Forestry in Belarus, Russia and Ukraine / [Krott M., Tikkanen I., Petrov A., Tunytsya Y., Zheliba B., Sasse V., Rykounina I., Tunytsya T.]. Brill, Leiden-Boston-Köln, 2000. 174 p.
2. Туниця Т.Ю. Економічна політика збалансованого природокористування в умовах глобалізації (теоретико-методологічні аспекти): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». К., 2007. 40 с.
3. Прокопенко О.В. Соціально-економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності: монографія. Суми: СумДУ, 2010. 395 с.
4. Долбнева Д.В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу. *Світова економіка та міжнародні відносини. Проблеми економіки*. 2020 № 1 (43). С. 20–26.
5. Коронавірус може призвести до масштабного економічного шоку в Європі. Лагард. URL: <https://suspilne.media/18912-koronavirus-moze-prizvesti-do-masstabnogoekonomichnogo-soku-v-evropi-lagard/>
6. Формування моделі управління природними ресурсами в ринкових умовах господарювання: монографія [за заг. ред. д.е.н., проф., акад. НААН України М.А. Хвесика]. К.: ДУ «ІЕПСР НАН України», 2013. 304 с.
7. Prokopenko O.V. The theory and methods for investigation of the processes synchronized dealing with ecological safety within economic system]. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 4. С. 182–191.
8. Ромашкин Т.В. Становление и развитие ТНК в условиях глобализации. Саратов: ООО Издательский центр «Наука», 2016. 160 с.
9. Організація об'єднаних націй. <http://www.un.org/ru/index.html>.
10. Лімонова Е.М. Кодекси корпоративної поведінки як один з методів регулювання діяльності філій ТНК. *Наука й економіка*. 2014. № 2. С. 175–181.
11. Более половины продаж новых автомобилей в Норвегии составили электромобили в 2020 году <https://hevcars.com.ua/reviews/dolya-rynka-elektromobilej-v-norvegii-uvelichilas-do-54-2020-godu/>
12. Tesla объявляет о рекордном 4 квартале 2020 года: во всем мире поставлено 180 570 электромобилей <https://hevcars.com.ua/tesla-proizvela-i-postavila-okolo-500-000-elektromobilej-v-2020-godu/>
13. Количество электрифицированных автомобилей в Украине вплотную приблизилось к 50 000 <https://hevcars.com.ua/reviews/v-ukraine-proishodit-gibridizacziya-avtomobilnogo-rynka/>

References:

1. Policies for Sustainable Forestry in Belarus, Russia and Ukraine (2000). Brill, Leiden-Boston-Köln.
2. Tunisia T.Yu. (2007) Ekonomichna polityka zbalancovanoho pryrodokoryctuvannia v umovakh hlobalizatsii (teoretyko-metodolohichni aspekty): avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: spets. 08.00.02 «Svitove hospodarctvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny» [Economic Policy of Balanced Nature Management in the Conditions of Globalization (Theoretical and Methodological Aspects)]. (in Ukrainian)

3. Prokopenko O.V. (2010) *Cotsialno-ekonomichna motyvatsiia ekolohizatsii innovatsiinoi diialnosti: monohrafiia* [Socio-economic motivation of greening of innovative activity: monograph]. Sumy: Sumy State University. (in Ukrainian)
4. Dolbnieva D. V. (2020) *Vplyv COVID-19 na ekonomiku krain svitu. Svitova ekonomika ta mizhnarodni vidnosyny. Problemy ekonomiky*. [The impact of COVID-19 on the economy of the world]. № 1 (43). S.20–26. (in Ukrainian)
5. *Koronavirus mozhe pryzvesty do masshtabnoho ekonomichnoho shoku v Yevropi. Lahard.* [Coronavirus could cause a major economic shock in Europe. Lagarde] Available at: <https://suspilne.media/18912-koronavirus-moze-prizvesti-do-mashtabnogoekonomichnogo-soku-v-evropi-lagard/>
6. *Formuvannia modeli upravlinnia pryrodnyimi recurcamy v rynkovykh umovakh hospodariuvannia: monohrafiia* [za red. M.A. Khvecyka]. (2013) [Formation of a model of natural resources management in market conditions of management: monograph [ed. M.A. Hvecika] K.: DU «IEPCR NAN Ukrainy». (in Ukrainian)
7. Prokopenko O.V. (2014) The theory and methods for investigation of the processes synchronized dealing with ecological safety within economic system *Marketing and innovation management*. № 4. Pp. 182–191. (in Ukrainian)
8. Romashkin T.V. (2016) *Stanovlenye y rozvytye TNK v uslovyakh hlobalyzatsyy*. [Formation and development of TNCs in the context of globalization]. Saratov: OOO Yzdatelskyi tsentr «Nauka» (in Russian)
9. *Orhanizatsiia obiednanykh natsii*. [United Nations] Available at: <http://www.un.org/ru/index.html>.
10. Limonova E. M. (2014) *Kodeksy korporativnoi povedinky yak odyn z metodiv rehuliuвання diialnosti filii TNK*. [Codes of corporate behavior as one of the methods of regulating the activities of branches of TNC]. *Nauka y ekonomika*. № 2. Pp. 175–181. (in Ukrainian)
11. *Bolee polovyn prodazh novkh avtomobylei v Norvehyy sostavyly elektromobylei v 2020 hodu* [More than half of new car sales in Norway were electric vehicles in 2020]. Available at: <https://hevcars.com.ua/reviews/dolya-rynka-elektromobilej-v-norvegii-ovelichilas-do-54-2020-godu/>
12. *Tesla obiavljaet o rekordnom 4 kvartale 2020 hoda: vo vsem myre postavleno 180 570 elektromobylei* [Tesla Announces Record Q4 2020 With 180 570 Electric Vehicles Delivered Worldwide]. Available at: <https://hevcars.com.ua/tesla-proizvela-i-postavila-okolo-500-000-elektromobilej-v-2020-godu/>
13. *Kolychestvo elektrifytyrovannkh avtomobylei v Ukrainy vplotnuiu pryblyzylis k 50 000* [The number of electrified cars in Ukraine is close to 50 000]. Available at: <https://hevcars.com.ua/reviews/v-ukraine-proishodit-gibridizacziya-avtomobilnogo-rynka/>

Титаренко Л.М.кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки та туризму
Національного університету «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»**Сакало Т.Б.**

економіст ПрАТ «ЗАВОД «ЛТАВА»

Tytarenko Lyubov

National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic"

Sacalo Tatiana

PJSC "LATAVA PLANT"

**ТРУДОВА МІГРАЦІЯ З УКРАЇНИ:
ПРОБЛЕМИ ТА ВИМІРИ В СИСТЕМІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ****LABOR MIGRATION FROM UKRAINE:
PROBLEMS AND MEASURING IN SYSTEM OF EUROINTEGRATION**

У статті розглянуто сучасну трудову міграцію громадян України за кордон під впливом євроінтеграційних процесів. Здійснено оцінку її масштабів, визначено сучасні тенденції. Серед причин, що спонукають українців виїжджати, – низький рівень заробітних плат в Україні, гідні умови праці і навчання в країнах ЄС, спрощені процедури виїзду за кордон і працевлаштування. Установлено основні проблеми для України, зумовлені міграційними процесами: збільшення масштабів міграції за кордон, передусім трудової; підвищення кількості молоді і фахівців у структурі трудових мігрантів; трансформація частини тимчасової трудової міграції у постійну. Це призводить до погіршення демографічної ситуації в країні та скорочення робочої сили. Серед позитивних наслідків міграції – притік капіталу в країну за рахунок переказів заробітчанами. Запропоновано можливі шляхи вдосконалення управління міграціями.

Ключові слова: зовнішні міграційні процеси, трудові ресурси, зовнішня трудова міграція, причини міграції, грошові перекази мігрантів, трудові мігранти.

В статье рассмотрена трудовая миграция граждан Украины за границу под влиянием интеграционных процессов. Осуществлена оценка ее масштабов, определены современные тенденции. Среди причин, побуждающих украинцев выезжать, – низкий уровень заработных плат в Украине, достойные условия труда и обучения в странах ЕС, упрощенные процедуры выезда за границу и трудоустройства. Установлены основные проблемы для Украины, обусловленные миграционными процессами: увеличение масштабов миграции за границу, прежде всего трудовой; увеличение количества молодежи и специалистов в структуре трудовых мигрантов; трансформация части временной трудовой миграции в постоянную. Это приводит к ухудшению демографической ситуации в стране и сокращению рабочей силы. Среди положительных последствий миграции – приток капитала в страну за счет денежных переводов работниками. Предложены возможные пути совершенствования управления миграцией.

Ключевые слова: внешние миграционные процессы, трудовые ресурсы, внешняя трудовая миграция, причины миграции, денежные переводы мигрантов, трудовые мигранты.

The article examines the current state of external migration of labor resources of Ukrainian citizens abroad under the influence of European integration processes. An assessment of its scale, geographical structure and current trends has been made. The main problems for Ukraine caused by migration processes have been identified: increasing the scale of migration abroad, primarily labor; increasing the number of young people and professionals in the structure of migrant workers; transformation of part of temporary labor migration into permanent. This leads to a deterioration of the demographic situation in the country and a reduction in the workforce. Reduction of labour force and increase of the real wage quicker than the labour productivity will result in inhibition of investments. If all more Ukrainians taxes will work and pay abroad, in course of time it will begin difficult to finance national charges – pensions and infrastructure. For a country that has a population years old, clean emigration of people of capable

of working age lasted will create problems in a long-term prospect. A positive consequence of migration is the inflow of capital to Ukraine through remittances of citizens working abroad. Volumes of remittances by Ukrainians from abroad serve as a significant addition to the budget. Over the past five years, the share of remittances from Ukrainians in the EU has been growing, while in the CIS it has been declining. Due to the COVID-19 coronavirus pandemic, migration processes have been suspended worldwide. In Ukraine, the problem of unemployment may worsen in the near future, as migrants from European countries have returned. Ways to improve migration management are proposed: to develop a government program that would keep Ukrainians at home and facilitate their return from abroad, encourage entrepreneurship, develop joint projects with countries where our intellectual migrants work.

Key words: external migration processes, labor resources, external labor migration, reasons of migration, remittances of migrants, labor migrants.

Постановка проблеми. Глобалізація призводить до інтенсифікації міжнародної міграції, яка стає одним із ключових чинників національної і регіональної стабільності. Яскраво виражено також взаємозв'язок між глобалізацією і міграцією, кількісне збільшення міграційних потоків унаслідок розвитку потреб світової економіки і полегшення міжнародної міграції в міру того, як світ стає все більш єдиним. Євроінтеграційні процеси, своєю чергою, прискорили перетікання робочої сили з України до країн ЄС, що має як позитивні (притік капіталу), так і негативні (погіршення демографічної ситуації, втрата робочої сили) наслідки для країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти міграції досліджено у наукових доробках як вітчизняних, так і зарубіжних науковців: Н. Аскерової, О.С. Кваші, Е.М. Лібанової, В. Саріогло, З.В. Смутчака та ін. Важливим джерелом інформації про динаміку й обсяги міграції є офіційні сайти Державної прикордонної служби України, Державної служби статистики України, а також публікації міжнародних установ і організацій, які слугували основою даного дослідження.

Метою дослідження є аналіз трудової міграції з України під впливом євроінтеграційних процесів, визначення причин зовнішньої міграції громадян України та їх наслідків для країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Демографічні показники в Україні продовжують погіршуватися, чисельність населення зменшується. За даними Держстату, станом на 1 січня 2020 р. чисельність наявного населення України становила 41,9 млн осіб. За минулий рік кількість українців зменшилася на 250,8 тис осіб (за 2018 р. – на 233,2 тис осіб, за 2017 р. – на 198,1 тис). Із січня 2019 р. по січень 2020 р. Україна в середньому втрачала 20,9 тис осіб на місяць, або в середньому 687 осіб на день.

Згідно зі статистичними даними, останнім часом для України загострилася проблема втрати населення внаслідок трудової міграції. Міжнародний валютний фонд у звіті по Україні від січня 2019 р. оцінив кількість українських трудових мігрантів у 2–3 млн [11]. Водночас

різні джерела публікують різні цифри щодо кількості трудових мігрантів з України – від 1,3 млн осіб (Держстат) [4] до 6,5 млн осіб (Держприкордонслужба). У 2019 р. Кабінет Міністрів України за підсумками аналізу міграційної статистики назвав цифру в 4 млн українців (майже 10% населення), які починаючи з 2010 р. виїхали з України і не повернулися. Згідно зі звітом Департаменту з економічних і соціальних питань ООН про процеси міграції в світі за 2019 р., майже 5 млн українців нині живуть за межами України [10] (табл. 1).

Фахівці зазначають, що міграцію стимулюють безробіття і неконкурентність українських зарплат на тлі привабливих умов роботи за кордоном. Рівень безробіття залишається вище, ніж у країнах регіону й у середньому по ЄС [10]. За підсумками третього кварталу 2019 р. рівень безробіття в Україні серед людей у віці 15–70 років становив 8,1%. Для порівняння: у Польщі – 5,5%, Словаччині – 5,0%, РФ – 4,7%, Румунії – 3,9%, Угорщині – 3,4%, у середньому по ЄС – 6,2% [10]. Рівень зарплат в Україні не може конкурувати з рівнем оплати праці навіть у наших найближчих сусідів. У 2019 р. середня зарплата по економіці в Україні становила 10 497 грн, або 406,2 дол./міс., або 365 EUR/міс. Якщо порівнювати з Польщею, яка є основним реципієнтом українських мігрантів, то там мінімальна зарплата становила 523 EUR/міс., що майже вдвічі (на 43%) вище середньоукраїнської за результатами 2019 р. [6; 7].

Причини, що зумовлюють еміграцію наших співвітчизників за кордон, різні: [2; 3]: на заробітки, на навчання або як біженці. Найбільше українців мігрує у країни Європи, що пов'язано з високим рівнем розвитку цих країн порівняно з Україною, наявністю більш вигідних умов проживання і роботи, браком місцевої робочої сили. Основний потік легальної міграції до Євросоюзу йшов у 2016 р. з України. Український паспорт має кожен п'ятий іноземець (21,1%), що отримав у 2017 р. в одній із країн ЄС вид на проживання або інший статус, що дає змогу перебувати терміном понад три місяці. Статистика Eurostat охоплює тільки тих грома-

Таблиця 1
Оціночна характеристика процесів
міграції українців [10]

Загальна кількість українців, які живуть за межами України	
1990 р.	6,892 млн.
2019 р.	4,964 млн.
Відсоток мігрантів від загального населення України	
1990 р.	13,4%
2020 р.	11,3%
Кількість українських біженців у країнах світу	
1990 р.	5,2 тис.
2020 р.	9,4 тис.
Частка біженців від загального числа мігрантів з України	
1995 р.	0,1%
2020 р.	0,2%
Кількість жінок серед українських мігрантів	
1990 р.	57,2%
2020 р.	57%
Середній вік українців, які живуть за межами країни	
1990 р.	43,2 роки
2020 р.	49,1 рік
Частка українських мігрантів у віковій групі 0-19 років	
1990 р.	13,9%
2020 р.	6,3%
Частка українських мігрантів у віковій групі 20-64 років	
1990 р.	69,4%
2020 р.	73,2%
Частка українських мігрантів у віковій групі 65+	
1990 р.	16,6%
2020 р.	20,5%

дзян із країн за межами ЄС, які вперше подавали документи або не робили цього більше півроку. З 3,1 млн таких іноземців, які отримали у 2017 р. право на перебування в ЄС, майже 662 тис є громадянами України. При цьому 88% із них приїхали працювати [9].

Нині специфічна особливість трудової міграції з України значною мірою сфокусована на Польщі. Польська влада видала в минулому році нові дозволи на перебування в країні понад 585 тис громадян України. Власне, саме це й перетворило Польщу на європейського лідера з прийому іноземців. Утім, українці посідають перше місце серед одержувачів дозволів на перебування ще в п'яти країнах Євросоюзу: Угорщині, Литві, Словаччині, Чехії, Естонії. До того ж трудові мігранти з України, за даними Eurostat, увійшли в 2017 р. до трійки лідерів

ще і в Болгарії, Данії, Латвії та Хорватії. Таким чином, вони спрямовуються переважно в східноєвропейські країни, жителі яких, своєю чергою, у великій кількості їдуть на заробітки в західноєвропейські держави ЄС [9].

Слід зазначити також, що введення безвізового режиму з Євросоюзом значною мірою сприяло міграційним процесам. Із біометричним паспортом можна приїжджати сюди й уже тут отримувати дозвіл на роботу. Польща є однією з небагатьох країн ЄС, яка дає можливість оформити дозвіл на підставі безвізового режиму. Сама угода про безвіз не надає такої можливості, але країни – члени ЄС можуть усередині дозволяти такі процедури.

Загалом в Європейському Союзі відношення до мігрантів залежить від їхнього статусу – біженців чи трудових мігрантів. Якщо говорити про позиції країн Європейського Союзу щодо питання про розподіл мігрантів, можна виділити такі позиції. Традиційні члени ЄС, головним чином, Німеччина, дотримуються думки, що в кризових ситуаціях члени Європейського Союзу завжди повинні керуватися європейськими цінностями, які були покладені в основу європейської інтеграції: коли прикордонні країни відчувають на собі міграційний тягар, іншим країнам ЄС необхідно керуватися принципами солідарності та справедливого розподілу відповідальності [1]. Разом із тим усередині ЄС існують протиріччя щодо розподілу іммігрантів між країнами-членами. Тоді як лідер європейської інтеграції – Німеччина виступає за прояв ініціативи з боку країн – членів ЄС, країни Центральної та Східної Європи не готові брати на себе відповідальність за розміщення біженців на своїй території [1].

Стосовно трудових мігрантів, до яких, зокрема, відносяться українці, політика ЄС інша. Наприклад, Польща зробила ставку на трудові ресурси з України. У країні створено умови для швидкого отримання роботи: працюють рекрутингові агенції, створено умови для навчання іноземних студентів, діють пільгові умови сплати оренди житла, реалізуються положення Стратегії збереження людського капіталу, спрощено умови отримання легальної роботи тощо. Польща веде виважену політику управління міграційними потоками. Так, згідно з «Пріоритетами урядової міграційної політики» [5], до 2030 р. з можливих 20 млн вакансій у польській економіці власне поляки зможуть зайняти лише 16 млн. На більше просто не вистачить місцевого населення. Виходом із цієї ситуації є залучення мігрантів як на тимчасові роботи, так і на постійне проживання у країні. Польський уряд поставив за мету привернути більше кваліфікованих пра-

цівників, молодих і бажано тих, хто в перспективі може осісти в країні. Для цього змінили підходи до видачі робочих віз, а також увели формат «дозволу на роботу» за типом S, який видається місцевим органом самоврядування. При цьому спрощений режим працює не для всіх: законом визначено всього п'ять держав (Україна, Білорусь, Молдова, Грузія, РФ), чії громадяни можуть працювати за «заявним принципом». Почалося залучення студентів до польських ВНЗ: якісний рівень освіти, вигідна цінова політика, створені можливості працювати і заробляти, полегшено процедуру повторного отримання дозволу на перебування у Польщі.

У країні працює норма про те, що члени сімей працівників на постійних контрактах або сезонних робітників, які проводять у країні не менше півроку, можуть автоматично отримувати право на перебування і право на роботу. Поляків цікавлять саме ті, чий інтелектуальний потенціал і фізичні можливості коштують дорого – таким працівникам компанії пропонують довгострокові контракти [5]. Важливим кроком у залученні мігрантів стали відкриття Польської пенсійної системи для іноземців та агітація за користування можливістю робити пенсійні накопичення у стабільній країні з гарантією виплат. Метою цих заходів є надання можливостей людині успішно працевлаштуватися, щоб вона в наступний свій приїзд зали-

шилася на триваліший термін і принесла країні користь своєю працею.

Нині більшість країн ЄС зацікавлена в українських заробітчанах. Так, Німеччина всіляко сприяє вирішенню питань розміщення, соціалізації і адаптації мігрантів. Словенія декларує намір запросити більше робочих з України в рамках нової стратегії залучення робочої сили з країн, географічно і культурно близьких словенцям. Політику стимулювання переїзду сімей проводять Чехія і Литва. Політика залучення сімей на постійне проживання викликана тим, що поляки, угорці зрозуміли, що працівник значну частину коштів виводить із країни, і треба зробити так, щоб одержувачі цих переказів жили в ній [1].

Нині перекази трудових мігрантів становлять більшу частину приватних переказів, які надходять в Україну й обліковуються Національним банком під час обрахунку платіжного балансу. Обсяги «виведених» українцями коштів з-за кордону слугують значним поповненням бюджету: сума приватних переказів протягом останніх семи років збільшилася на 3 480 млн дол. США (табл. 2).

Упродовж останніх п'яти років питома вага переказів українців із країн ЄС зростає, натомість із країн СНД, навпаки, знижується (рис. 1).

Проведене дослідження свідчить, що із загальної суми грошових переказів мігрантів на споживання витрачається близько 40%, 20% переказів інвестуються передовсім у жит-

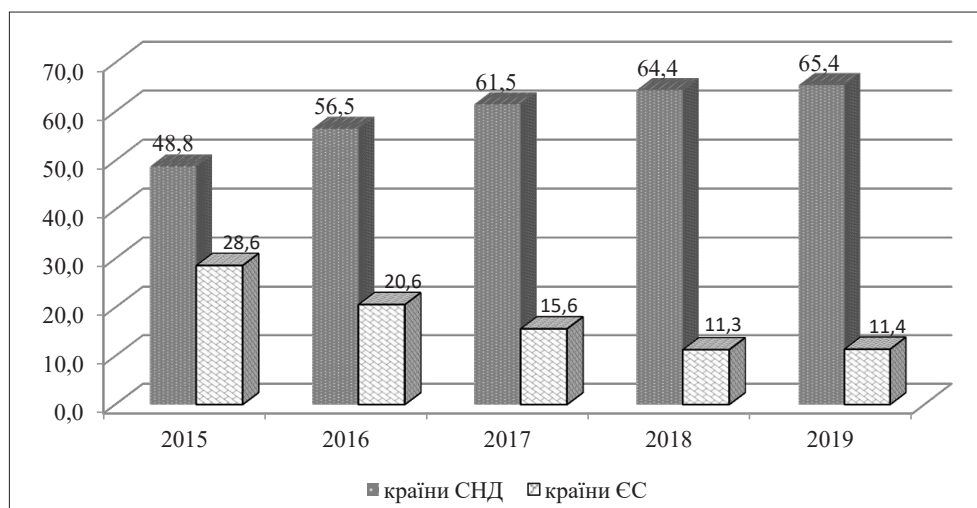


Рис. 1. Розподіл приватних грошових переказів в Україну, % [8]

Таблиця 2

Динаміка обсягів приватних грошових переказів в Україну, млн дол. США [8]

Показники	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
1. Оплата праці	6782	5183	5631	6731	9137	11494	12897
2. Чиста оплата праці	5652	4318	4116	4794	6269	7911	8996
3. Приватні трансферти	2885	2171	2843	2741	2995	3200	3021
4. Приватні перекази (2+3)	8537	6489	6959	7535	9264	11111	12017

лове будівництво, придбання чи ремонт житла. Понад 40% спрямовуються на заощадження. У цілому обсяги грошових переказів українських заробітчан станом на 2019 р. становлять 7,8% від ВВП країни (рис. 2).

Найбільший обсяг грошових переказів в Україну надходить із Польщі (табл. 3).

Проблема українських заробітчан вимагає вирішення всередині України. Пандемія коро-

навірусу спровокувала повернення значної частини мігрантів на батьківщину. Після оголошення по всій Європі карантину значна частина українців втратила роботу. Однак умова ситуація для працевлаштування не змінилася і погіршуватиметься через вимушені карантинні заходи, оскільки частина бізнесу буде згоратися. На разі уряд не має чіткого плану на предмет того, як буде вирішуватися питання з пра-

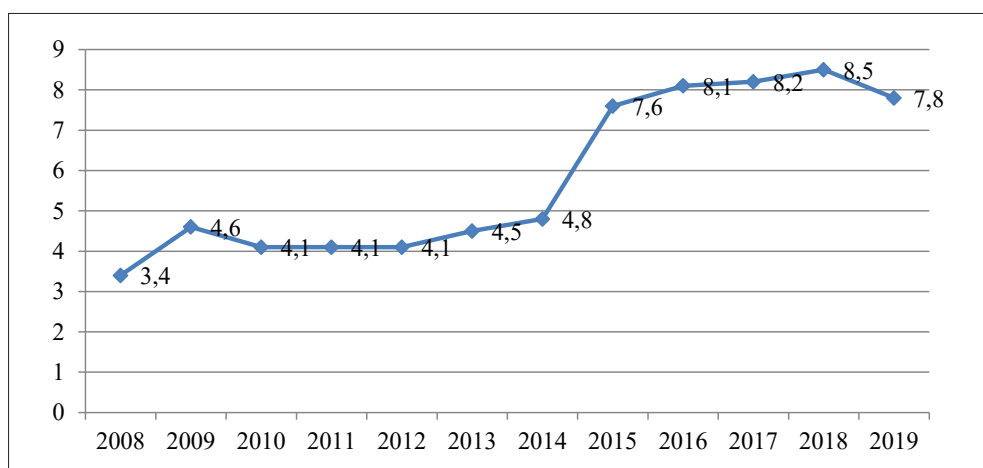


Рис. 2. Динаміка обсягів грошових переказів українців, % до ВВП країни [8]

Таблиця 3

Обсяги приватних грошових переказів в Україну за основними країнами, млн дол. США [8]

Країни	2017 р.		2018 р.		2019 р.	
	млн дол. США	% від загального обсягу	млн дол. США	% від загального обсягу	млн дол. США	% від загального обсягу
Усього надходжень, у т.ч.	9264	100	11111	100	12017	100
Польща	3116	33,6	3649	32,8	3686	30,7
Росія	1292	13,9	1091	9,8	1234	10,3
Чеська Республіка	435	4,7	846	7,6	1113	9,3
США	679	7,3	870	7,8	984	8,2
Сполучене Королівство	311	3,4	394	3,5	601	5,0
Італія	447	4,8	492	4,4	498	4,1
Німеччина	318	3,4	426	3,8	462	3,8
Кіпр	285	3,1	341	3,1	391	3,3
Ізраїль	280	3,0	337	3,0	351	2,9
Греція	178	1,9	191	1,7	195	1,6
Віргінські Острови (Брит.)	55	0,6	157	1,4	182	1,5
ОАЕ	120	1,3	153	1,4	135	1,1
Нідерланди	98	1,1	123	1,1	127	1,1
Сінгапур	104	1,1	129	1,2	120	1,0
Канада	78	0,8	97	0,9	95	0,8
Туреччина	85	0,9	106	1,0	79	0,7
Швейцарія	76	0,8	89	0,8	88	0,7
Іспанія	76	0,8	88	0,8	86	0,7
Португалія	52	0,6	57	0,5	60	0,5
Норвегія	52	0,6	55	0,5	60	0,5
Інші країни	1127	12,2	1420	12,8	1470	12,2

цевлаштуванням на тлі високого безробіття і повернення людей додому.

Висновки з проведеного дослідження. Низькі зарплати, високе безробіття і невпевненість у тому, що хороші робочі місця з'являться найближчим часом, спровокували підйом трудової міграції, що, своєю чергою, веде до втрати молодого населення і перетворює демографічну кризу на незворотний процес.

Позитивними соціально-економічними наслідками трудової міграції українців є наповнення бюджету за рахунок переказу грошових коштів заробітчани; поліпшення добробуту вітчизняних домогосподарств, члени яких працюють за кордоном; розвиток бізнесу, який започатковують заробітчани в Україні, маючи стартовий капітал.

Європейські країни розробляють різні механізми симулювання припливу трудових мігрантів на свої ринки праці: підвищення зарплат, максимально спрощені для роботодавців процедури працевлаштування трудових мігрантів, пропонуються пільги з оплати житла, вивчення мови, легалізації документів про освіту.

В Україні має бути розроблена урядова реальна та життєздатна програма, яка б утримувала українців на батьківщині та сприяла їх поверненню з-за кордону. Слід підтримувати та фіксувати зв'язки з тими, хто виїхав, заохочувати підприємницьку діяльність, розвивати спільні проекти з країнами, де працюють на постійній основі наші інтелектуальні мігранти; вести державну політику, яка зробить вигідними перекази в Україну; проводити ефективну соціальну політику.

Список використаних джерел:

1. Аскерова Н. Миграционная политика ЕС после начала кризиса беженцев 2015 года. *Европейский диалог*. 2019. № 3. URL: <http://www.eedialog.org/ru/2019/03/30/migratsionnaya-politika-es-posle-nachala-krizisa-bezhentsev-2015-goda/> (дата звернення: 07.05.2020).
2. Кваша О.С. Зовнішні міграційні процеси трудових ресурсів: фактори, стан та наслідки для України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 10. С. 535–540.
3. Лібанова Е.М. Зовнішні трудові міграції українців: масштаби, причини, наслідки. *Демографія та соціальна економіка*. 2018. № 2(33). С. 10–26.
4. Міграційний рух населення у 2019 році. *Державна служба статистики України* : офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ds/mr/mr_u/mr1219_u.html (дата звернення: 08.05.2020).
5. Пріоритети урядової міграційної політики. *Міністерство інвестицій і розвитку Республіки Польща* : офіційний сайт. URL: <https://lpnu.ua/organisers/ministerstvo-investiciy-i-rozvitku-respubliki-polshcha> (дата звернення: 08.05.2020).
6. Саріогло В. Зовнішня трудова міграція в Україні: мотиви, масштаби, наслідки. *Економічний аналіз*. 2019. Т. 29. № 1. С. 36–43.
7. Смутчак З.В. Нелегальна міграція в Україні: передумови, особливості та можливі наслідки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 609–613.
8. Статистика зовнішнього сектору України за методологією 6-го видання «Керівництва з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції». *Національний банк України* : офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/files/ES/Perekaz_u.pdf (дата звернення: 07.05.2020).
9. Population (Demography, Migration and Projections). *Eurostat : official site*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/population-demography-migration-projections/background> (дата звернення: 07.05.2020).
10. Report of the Secretary-General on international migration and development (A/73/286). *United Nations : official site*. URL: <https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/index.asp> (дата звернення: 07.05.2020).
11. Staff Country Reports. *IMF : official site*. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2019/01/08/Ukraine-Request-for-Stand-By-Arrangement-and-Cancellation-of-Arrangement-Under-the-Extended-46499> (дата звернення: 07.05.2020).

References:

1. Askerova N. (2019) Migracziionnaya politika ES posle nachala krizisa bezhenczev 2015 goda [EU migration policy after the onset of the refugee crisis in 2015]. *European dialogue*, no. 3. Available at: <http://www.eedialog.org/ru/2019/03/30/migratsionnaya-politika-es-posle-nachala-krizisa-bezhentsev-2015-goda/>
2. Kvasha O.S. (2017) Zovnishni mihratsiini protsesy trudovykh resursiv: faktory, stan ta naslidky dlia Ukrainy [External migration processes of labor resources: factors, status and consequences for Ukraine]. *Economy and Society*, no. 10, pp. 535–540.
3. Libanova E.M. (2018) Zovnishni trudovi mihratsii ukraintsv: masshtaby, prychnyny, naslidky [External labor migration of Ukrainians: scale, causes, consequences]. *Demography and Social Economy*, no. 2 (33), pp. 10–26.

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019) Mihratsiinyi rukh naselennia u 2019 rotsi [Migration movement of the population in 2019]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/ds/mr/mr_u/mr1219_u.html
5. Ministerstvo investytsii i rozvytku Respubliky Polshcha (2019) Priorytety uriadovoi mihratsiinoi polityky [Priorities of government migration policy]. Available at: <https://lpnu.ua/organisers/ministerstvo-investyciy-i-rozvytku-respubliki-polshcha>
6. Sarioglo V. (2019) Zovnishnia trudova mihratsiia v Ukraini: motyvy, masshtaby, naslidky [External labor migration in Ukraine: motives, scales, consequences]. *Economic Analysis*, no. 1, pp. 36-43.
7. Smutchak Z.V. (2017) Nelehalna mihratsiia v Ukraini: peredumovy, osoblyvosti ta mozhlyvi naslidky [Illegal migration in Ukraine: preconditions, features and possible consequences]. *Global and National Economic Problems*, vol. 16, pp. 609–613.
8. Natsionalnyi bank Ukrainy (2019) Statystyka zovnishnoho sektoru Ukrainy za metodolohiieiu 6-ho vydannia "Kerivnytstva z platizhnoho balansu ta mizhnarodnoi investytsiinoi pozytsii" [Statistics of the external sector of Ukraine according to the methodology of the 6th edition "Guidelines on balance of payments and international investment position"]. Available at: https://bank.gov.ua/files/ES/Perekaz_y.pdf
9. IMF (2019) Staff Country Reports. Available at: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2019/01/08/Ukraine-Request-for-Stand-By-Arrangement-and-Cancellation-of-Arrangement-Under-the-Extended-46499>
10. Eurostat (2019) Population (Demography, Migration and Projections). Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/population-demography-migration-projections/background>
11. United Nations (2019) Report of the Secretary-General on international migration and development (A/73/286). Available at: <https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/index.asp>

УДК 338.47:331.108.2:656.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-5>**Панченко Н.Г.**доктор економічних наук, доцент кафедри економіки
та управління виробничим і комерційним бізнесом
Українського державного університету залізничного транспорту**Токмакова Є.В.**магістр
Українського державного університету залізничного транспорту**Panchenko Natalia, Tokmakova Yelyzaveta**

Ukrainian State University of Railway Transport

**ДЕСТРУКТИВИ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ****DESTRUCTIVES OF THE DEVELOPMENT OF THE LABOR POTENTIAL
OF RAILWAY TRANSPORT**

У статті розкрито підходи до визначення трудового потенціалу, що дало змогу встановити сутність трудового потенціалу залізничного транспорту і зробити висновок про його ключову роль у забезпеченні соціально-економічної ефективності господарювання підприємств галузі. Ураховуючи складність умов господарювання на сьогоднішньому етапі розвитку, акцентовано увагу на необхідності ґрунтовного вивчення дії негативних чинників впливу на трудовий потенціал залізничного транспорту. Детально розкрито галузеві деструктиви розвитку трудового потенціалу, що відображають внутрішні умови діяльності підприємств залізничного транспорту. Установлено, що залізнична галузь поступово втрачає трудовий потенціал, а тому першочерговим завданням керівництва АТ «Укрзалізниця» має стати формування і реалізація продуманої і виваженої політики розвитку трудового потенціалу з прорахунком наслідків дії деструктивних чинників впливу на його розвиток.

Ключові слова: трудовий потенціал, деструктиви, розвиток, управління, залізничний транспорт.

В статье раскрыты подходы к определению трудового потенциала, что позволило установить сущность трудового потенциала железнодорожного транспорта и сделать вывод о его ключевой роли в обеспечении социально-экономической эффективности хозяйствования предприятий отрасли. Учитывая сложность условий хозяйствования на современном этапе развития, акцентировано внимание на необходимости тщательного изучения действия негативных факторов влияния на трудовой потенциал железнодорожного транспорта. Подробно раскрыты отраслевые деструктивы развития трудового потенциала, отражающие внутренние условия деятельности предприятий железнодорожного транспорта. Установлено, что железнодорожная отрасль постепенно теряет трудовой потенциал, а потому первоочередной задачей руководства АО «Укрзалізниця» должны стать формирование и реализация продуманной и взвешенной политики развития трудового потенциала с просчетом последствий действия деструктивных факторов влияния на его развитие.

Ключевые слова: трудовой потенциал, деструктивы, развитие, управление, железнодорожный транспорт.

The article reveals approaches to the definition labor potential, which allowed us to establish the essence of the labor potential of railway transport and draw a conclusion about its key role in ensuring the socio-economic efficiency the enterprises of the industry, and therefore the heads the divisions JSC "Ukrzaliznytsia" should take care a favorable social climate and improve the quality life of their employees and their families, creating ample opportunities for professional development of railway workers. Taking into account the complexity economic conditions at the current stage development,

attention is focused on the need for a thorough study of the effect negative factors on the labor potential of railway transport. It was found out that despite significant achievements in the social sphere of domestic railway transport, now the industry is experiencing an aggravation of the negative factors affecting the labor potential. The author's classification of destructive factors influencing the development the labor potential of the railway industry is proposed, which are systematized by hierarchical levels: international and state; industry; local. Considering the nature the selected factors and the possibilities of managing them, attention is focused on the disclosure of negative factors at the industry and local levels. Determined that destructive the development labor capacity caused by objective factors (decline in traffic volume, revenues, net profit), and human (irresponsible behavior officials, embezzlement funds allocated for the social development the team, the presence in the system corruption). The article describes in detail the sectoral destructives the development of labor potential, reflecting the internal conditions of the railway transport enterprises. It is established that railway industry gradually lost labor potential, and therefore a priority direction of JSC "Ukrzaliznytsya" should be the formation and implementation a sound and balanced policy development labor potential with the miscalculation the effects destructive influences on its development.

Key words: labor resources, destructiveness, development, management, railway transport.

Постановка проблеми. Сьогодні вирішальними чинниками у досягненні ефективного соціально-економічного розвитку залізничного транспорту є трудовий потенціал підприємств галузі та результативна система управління ним. Особливо гостро питання формування трудового потенціалу стоїть у складних умовах економічної кризи в країні та реформування залізничного транспорту. За таких обставин виникає безліч виробничих, соціально-психологічних, етичних та інших проблем, вирішення яких вимагає індивідуального підходу до кожного працівника, створення системи перепідготовки, підвищення кваліфікації середньої та низової командних ланок, перепідготовки кадрів масових професій з урахуванням структурних зрушень у трудовій сфері, зумовлених формуванням цифрового суспільства. Окрім цього, залізничний транспорт відчуває потребу у висококваліфікованих фахівцях і підготовленому до ринкових умов резерві керівних працівників. Не менш важливою є проблема плінності кадрів робітничих професій, зумовлена важкими умовами праці, низькою заробітною платою. У таких умовах посилюється необхідність вивчення чинників, що впливають на формування трудового потенціалу АТ «Укрзалізниця», передусім деструктивного характеру, що й пояснює актуальність вибраної для дослідження теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні підходи і практичні заходи щодо вирішення проблем розвитку трудового потенціалу залізничної галузі розробляють у своїх працях такі вчені, як В.Л. Дикань, Л.Л. Калініченко [1], В.В. Компанієць [2], М.В. Корінь [3], В.О. Овчиннікова [4], І.В. Токмакова [5; 6] та багато інших. Однак питання розкриття чинників негативного впливу на розвиток трудового потенціалу залізничної галузі потребує подальшого дослідження, зважаючи увагу на динаміч-

ність змін, які відбуваються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі функціонування АТ «Укрзалізниця».

Метою дослідження є виявлення деструктивів розвитку трудового потенціалу залізничного транспорту і розкриття їхнього змісту в контексті визначення найбільш актуальних кадрових проблем галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні трудовий потенціал є найбільш важливим чинником, що впливає на ефективність діяльності суб'єктів господарювання.

Підходи до трактування трудового потенціалу зустрічаються різні. Одні вчені розуміють під ним можливості кадрів (В.С. Буланов, О.В. Беспалова, Є.В. Лапін, Є.В. Маслов); другі додають здібності (Н.С. Краснокутська, Л.Т. Снітко, Ю.А. Чужикова); треті акцентують увагу на фізичних і духовних якостях (Ю.О. Одегов, К.Г. Кречетніков), які визначають можливості та здібності; у четвертих (В.В. Безсмертна, Т.В. Білоус, Н.Р. Билінська, Н.В. Кузнецова, О.Н. Синіцина) трудовий потенціал постає як узагальнююча характеристика персоналу [7; 8]. При цьому вчені акцентують увагу на зв'язок трудового потенціалу з досягненням цілей розвитку підприємств.

Ураховуючи наведені підходи, під трудовим потенціалом залізничного транспорту будемо розуміти сукупну здатність персоналу до виконання покладених на нього функцій і можливість досягнення цілей перспективного розвитку залізничної галузі. Беручи до уваги ключове значення трудового потенціалу в забезпечення соціально-економічної ефективності господарювання залізничного транспорту, керівники підрозділів АТ «Укрзалізниця» мають піклуватися про сприятливий соціальний клімат та підвищення якості життя своїх працівників і членів їхніх родин, створюючи широкі можливості для професійного розвитку залізничників.

Варто відзначити, що, незважаючи на вагомості досягнення у соціальній сфері вітчизняного залізничного транспорту, нині в галузі відбувається загострення дії негативних чинників впливу на трудовий потенціал залізничної галузі.

На рис. 1. запропоновано авторську класифікацію деструктивних чинників впливу на розвиток трудового потенціалу залізничної галузі, які систематизовано за ієрархічними рівнями: міжнародні і державні; галузеві; локальні.

Зважаючи на характер виділених чинників і можливості управління ними, зосередимось на негативних факторах галузевого і локального рівнів. Варто вказати, що деструктивні фактори розвитку трудового потенціалу викликані як об'єктивними чинниками (зниженням обсягу перевезень, доходів, чистого прибутку), так і людськими (безвідповідальною поведінкою керівників, розкраданням коштів, які виділяються на забезпечення соціального розвитку колективу, наявністю в системі корупції та клановості).

Галузеві чинники встановлюють внутрішні умови діяльності підприємств залізничного транспорту і містять переважно характеристики галузі з погляду її специфіки, темпів розвитку, фондоозброєності праці. Істотний вплив на розвиток трудового потенціалу чинять середньогалузева заробітна плата, система пільг, що надаються за роботу в цій галузі, а також престиж галузі і галузева мобільність.

На галузевому рівні головним документом соціального регулювання є галузева угода між Державною адміністрацією залізничного транспорту України та профспілками на 2002–2006 рр., дію якої продовжено [9]. Аналіз даного документу засвідчує, що планується зменшення витрат, пов'язаних із виплатою пільг та соціальних гарантій, тому що їх розмір залежить від фінансових можливостей АТ «Укрзалізниця», які нині на дуже низькому рівні.

У складній кризовій ситуації сьогодення керівництво підприємств залізничного транспорту намагається забезпечити виживання за рахунок скорочення персоналу та витрат на оплату праці й соціальний захист. Карантинні обмеження і викликані ними загальний економічний спад у країні зумовили запровадження неповного робочого часу, відповідно, працівники підприємств залізничної галузі отримують зменшену заробітну плату. Поряд із цим на рівні філій АТ «Укрзалізниця» відбувається чимало порушень з оплати праці, серед яких системного характеру набули такі: за роботу у шкідливих умовах працівникам доплата нараховується не за всі години, а щомісяця менше на 10–12 год. від фактично відпра-

цьованих; працівникам, що були залучені до роботи у вихідні дні, години роботи у шкідливих умовах не оплачувалися, тільки подвійний тариф; невідповідність кількості відпрацьованих годин затвердженому часу і, як наслідок, недоотримання працівниками певної суми заробітної плати.

Суттєвою проблемою розвитку трудового потенціалу залізничної галузі є скорочення «соціального сектору» залізничників, які ще донедавна могли користуватися на пільгових умовах відомчими лікарнями, закладами санітарного лікування, освітніми установами. Більшість із цих об'єктів соціальної інфраструктури залізничного транспорту вже переведено на баланс Міністерства охорони здоров'я, Міністерства освіти та комунальних господарств із відповідним скороченням фінансування, і, відповідно, АТ «Укрзалізниця» фактично комплексно не керує процесом відпочинку та оздоровлення своїх працівників. Вони, своєю чергою, зіштовхуються з низкою перепон, коли хочуть відпочити чи поправити здоров'я у здравницях інших регіональних філій. До того ж соціальна інфраструктура нині фінансується здебільшого за остаточним принципом.

Посилюється погіршення умов праці у залізничній сфері. Нині залучаються сумнівні фірми для виконання окремих послуг у сфері обслуговування пасажирських перевезень. Практика показує, наскільки це може погіршити становище працівників. Так, на аутсорсинг виводяться послуги з екіпірування, прибирання салонів та зовнішнього миття пасажирських вагонів. Фактично ці послуги виконуються тими ж працівниками на тому ж самому обладнанні, однак освоєння коштів відбувається через посередницькі структури. У подібних компаніях порушуються норми трудового законодавства, які передбачалися колективними договорами на АТ «Укрзалізниця» в рамках чинного Кодексу законів про працю. Філіями компанії недостатньо проводиться робота зі створення безпечних, нешкідливих умов праці, належного виробничого побуту, приведення санітарно-побутових приміщень у відповідність до визначених норм. Зокрема, не створюються нові і не проводиться ремонт та реконструкція існуючих санітарно-побутових приміщень, працівникам окремих професій не надаються у повному обсязі пільги і компенсації за роботу зі шкідливими і важкими умовами праці. Окрім того, є недоліки, пов'язані із забезпеченням працівників спецодягом, спецвзуттям, милом, молоком, наданням їм пільг і компенсацій за результатами атестації робочих місць із різними умовами праці тощо. Працівникам окремих професій безпідставно не надаються в

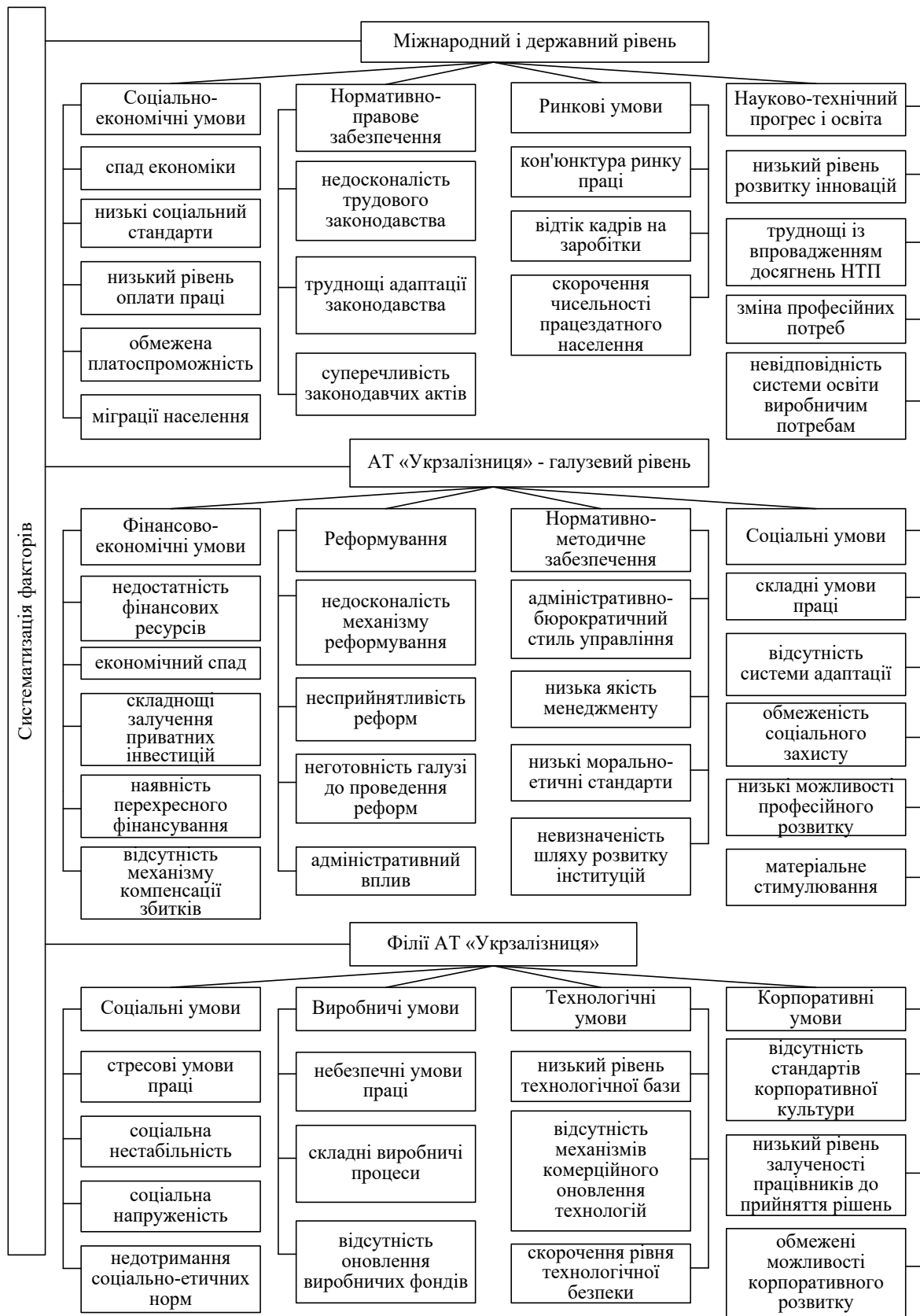


Рис. 1. Класифікація деструктивних чинників, що впливають на трудовий потенціал АТ «Укрзалізниця»

повному обов'язі пільги та компенсації, а також додаткові відпустки за роботу зі шкідливими і важкими умовами праці.

Для вирішення вищевказаних проблем необхідний ефективний менеджмент, сформувавши який не уявляється можливим унаслідок того, що компанія проводить непрозору кадрову політику. Так, процедура конкурсного відбору та призначення співробітників керівної ланки АТ «Укрзалізниця» залишається непрозорою та непублічною. Це, зокрема, підтверджують факти затвердження на посадах співробітників із сумнівною репутацією і без належного досвіду та працівників, які протягом короткого часу роботи були викриті у зловживанні службовим становищем. Офіційний ресурс компанії не містить достатньої інформації щодо керівництва компанії, порядку їх відбору та призначення, відповідності кваліфікаційним та репутаційним вимогам. Порядок відбору та призначення на посади ключових менеджерів компанії є завуальованим та непублічним. Щодо призначень відсутня інформація про кількість претендентів на посаду та рейтингування претендентів (порядок рейтингування). Таким чином, існує висока ймовірність «ручного» призначення працівників, які не відповідають конкурентному відбору та кваліфікаційним вимогам компанії, а кадрові рішення містять великі корупційні ризики. Наявні чисельні звинувачення компанії в призначенні на керівні посади не за принципом кваліфікованості кадрів, а за принципом узгодження кандидатури з конкретними посадовими особами, у тому числі за «квотами» осіб, які нібито здійснюють негласний нагляд за діяльністю АТ «Укрзалізниця». Варто відзначити, що в окремих виробничих підрозділах філій компанії спостерігаються порушення чинного законодавства та нормативної бази

щодо строку дії контрактів та організації роботи відповідних комісій, а саме зафіксовано факти використання лише суб'єктивного чинника, а не виробничого.

Наявний стан справ суперечить цілям розвитку залізничного транспорту та не відповідає сучасним стандартам прийняття кадрових і управлінських рішень і вимагає негайного вирішення окреслених проблем.

Висновки з проведеного дослідження. На залізничному транспорті нині відбувається загострення дії негативних чинників впливу на трудовий потенціал, які систематизовано за ієрархічними рівнями на міжнародні і державні, галузеві та локальні. Вагомий вплив мають галузеві деструктиви розвитку трудового потенціалу, що встановлюють внутрішні умови діяльності підприємств залізничного транспорту і містять переважно характеристики галузі з погляду її специфіки, темпів розвитку, фондоозброєності праці. Істотний вплив на розвиток трудового потенціалу чинять середньогалузева заробітна плата, система пільг, що надаються за роботу в цій галузі, а також престиж галузі і галузева мобільність. Проведений аналіз показав, що АТ «Укрзалізниця» поступово втрачає трудовий потенціал за рахунок природної плінності кадрів, реорганізації структурних підрозділів компанії з урахуванням процесів автоматизації, приведення чисельності працівників до обсягів виконуваних робіт, а також унаслідок різкого зниження заходів соціального захисту. У зв'язку із цим першочерговим завданням керівництва АТ «Укрзалізниця» має стати формування і реалізація продуманої і виваженої політики розвитку трудового потенціалу з прорахунком наслідків дії деструктивних чинників впливу на його розвиток.

Список використаних джерел:

1. Дикань В.Л., Калініченко Л.Л. Соціально-економічна модернізація залізничного транспорту України. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2012. № 38. С. 121–131.
2. Компанієць В.В. Соціальна відповідальність на залізничному транспорті України: щодо оцінки наслідків реформування та механізму забезпечення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 55. С. 151–161.
3. Корінь М.В. Соціальний розвиток колективу ПАТ «Українська залізниця» в умовах реформування галузі: наслідки та елементи забезпечення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 97–104.
4. Овчиннікова В.О. Стратегічне управління розвитком залізничного транспорту України : монографія. Харків : УкрДУЗТ, 2017. 427 с.
5. Токмакова І.В., Доброскок О.В. Удосконалення процесу адаптації персоналу підприємств залізничного транспорту. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2019. № 67. С. 79–86.
6. Токмакова І.В., Войтов І.М., Штефан К.І. Розвиток технологій управління трудовим потенціалом підприємств. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. № 63. С. 179–186.
7. Корінь М.В., Шевченко О.О., Шовкопляс О.О. Управління розвитком кадрового потенціалу підприємств в сучасних умовах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 60. С. 238–245.

8. Каданцева М.С. Кадровый потенциал предприятия: экономическая сущность и структура. *Гуманитарные научные исследования*. 2017. № 8. URL: <http://human.snauka.ru/2017/08> (дата обращения: 03.01.2021).
9. Галузева угода між Державною адміністрацією залізничного транспорту України та профспілками на 2002–2006 роки, дію якої продовжено. *Профспілка залізничників і транспортних будівельників України* : вебсайт. URL: <http://zalp.org.ua/content/section/25/181/lang,ukrainian/> (дата звернення: 24.12.2020).

References:

1. Dikan V.L., Kallnichenko L.L. (2012) Sotsialno-ekonomichna modernizatsiia zaliznychnoho transportu Ukrainy [Socio-economic modernization of railway transport of Ukraine]. *Rozvitok metodiv upravlinnya ta gospodaryuvannya na transporti*. no. 38. pp. 121–131.
2. Kompaniets V.V. (2016) Sotsialna vidpovidalnist na zaliznychnomu transporti Ukrainy: shchodo otsinky naslidkiv reformuvannya ta mekhanizmu zabezpechennia [Social responsibility in the railway transport of Ukraine: on the assessment of the consequences of the reform and the provision mechanism]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. no. 55. pp. 151–161.
3. Korin M.V. (2016) Sotsialnyi rozvytok kolektyvu PAT «Ukrainska zaliznytsia» v umovakh reformuvannya haluzi: naslidky ta elementy zabezpechennia [Social development of the staff of PJSC «Ukrainian Railways» in terms of reforming the industry: consequences and elements of support]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. no. 56. pp. 97–104.
4. Ovchynnikova V.O. (2017) Stratehichne upravlinnia rozvytkom zaliznychnoho transportu Ukrainy [Strategic management of railway transport development in Ukraine] : monohrafiia. Kharkiv: UkrDUZT. (in Ukrainian).
5. Tokmakova I.V., Dobroskok O.V. (2019) Udoskonalennya protsesu adaptatsiyi personalu pldpriEmstv zaliznichnogo transportu. [Improving the process of adaptation of railway transport personnel]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. no. 67. pp. 79–86.
6. Tokmakova I.V., Voytov I.M., Shtefan K.I. (2018) Rozvitok tehnology upravlinnya trudovim potentsialom pldpriEmstv. [Development of technologies for managing the Labor potential of enterprises]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. no. 63. pp. 179–186.
7. Korin M.V., Shevchenko O.O., Shovkoplyas O.O. (2017) Upravlinnya rozvytkom kadrovogo potentsialu pldpriEmstv v suchasni umovah. [Managing the development of human resources potential of enterprises in modern conditions]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. no. 60. pp. 238–245.
8. Kadantseva M.S. (2017) Kadrovyyi potentsial predpriatiya: ekonomicheskaya suschnost i struktura. [Personnel potential of the enterprise: economic essence and structure]. *Gumanitarnyye nauchnyie issledovaniya*. no. 8. Available at: <http://human.snauka.ru/2017/08> (accessed: 3.01.2021).
9. Galuzeva угода mlzh Derzhavnoyu adminlstratsiEyu zaliznichnogo transportu UkraYini ta profspilkami na 2002-2006 roki, dlyu yakoYi prodovzheno. [Sectoral agreement between the state administration of railway transport of Ukraine and trade unions for 2002-2006, which has been extended] *Profspilka zaliznichniklv I transportnih budlvelniklv UkraYini*: veb-sayt. Available at: <http://zalp.org.ua/content/section/25/181/lang,ukrainian/> (accessed: 24.12.2020).

UDC 338.46

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-6>

Garmider Larisa, Dubnitskyi Volodymyr, Likhopek Denis
Ukrainian State University of Chemical Technology

Гармідер Л.Д.

доктор економічних наук, професор,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Дубницький В.І.

доктор економічних наук, професор,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Лихопьок Д.П.

аспірант,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

INTELLECTUAL SERVICES SECTOR: FEATURES OF ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF ENGINEERING

СЕКТОР ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ: ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНЖИНІРИНГУ

Nowadays, the development of the service sector is very relevant, therefore, this kind of enterprise is very important both for the whole world and for Ukraine as a whole. In international statistics, engineering is associated with the design and construction of facilities, however, engineering services are also provided in the implementation of other types of economic activity. The terms “engineering” and “engineering services” contain only an indicative list of types of high-tech and highly professional services that need to be improved. The article describes the different types of organizations operating in the research and development sectors and are engaged in design and technical-economic engineering. The article describes the “intermediary model” of engineering companies, vertically integrated engineering structures of the holding type, specializing in the implementation of turnkey projects, as well as engineering organizations specializing in design, engineering and technological and technological and software research and development. Various statistical indicators for measuring and assessing the quality of engineering services are analyzed, as well as indicators of the effectiveness of engineering organizations. A system of indicators for assessing the effectiveness of the activities of engineering organizations in the service sector has been developed and described.

Key words: engineering, information and communication technologies (ICT) sector, high-tech and highly professional engineering services, engineering companies, engineering services.

В наш час дуже актуальним є розвиток сфери послуг, у зв'язку з тим, що даного роду підприємства є дуже важливими як для всього світу, так і для України в цілому. У міжнародній статистиці інжиніринг асоціюється з проектуванням і будівництвом об'єктів, проте, інжинірингові послуги надаються і при здійсненні інших видів економічної діяльності. Терміни «інжиніринг» та «інжинірингові послуги» містять тільки приблизний перелік видів високотехнологічних та високопрофесійних послуг, який потребує вдосконалення. Тому, для того щоб зрозуміти, які саме базові функції мають інжинірингові організації, необхідно визначити їх роль в ланцюжку створення і перетворення знань в нову або вдосконалену продукцію чи послугу. Важливим для даної області також є виявлення типів інжинірингових організації, ідентифікацією українських інжинірингових організацій, підприємницьких структур сфери послуг, а також із розумінням їхньої ролі у національній інноваційній системі. В статті описані різні типи організацій, що діють в секторах досліджень і розробок, а також займаються проектним і техніко-економічним інжинірингом. Детально була описана «посередницька модель» інжинірингових компаній, а також вертикально інтегровані інжинірингові структури холдингового типу, що спеціалізуються на реалізації проектів «під ключ». Описано інжинірингові організації, що спеціалізуються на конструкторських, конструкторсько-технологічних та технолого-програмних дослідженнях, розробках. Проаналізовано різні статис-

тичні індикатори для виміру і оцінки якості інжинірингових послуг, а також індикатори ефективності інжинірингових організацій. Деякі із наведених в аналізі показників було використано для розробки системи індикаторів оцінки ефективності та динаміки розвитку українських інжинірингових організацій та підприємницьких структур в обраній області сфери послуг. Розроблено і описано систему показників для оцінки ефективності діяльності інжинірингових організацій сфери послуг, з об'єднанням та виділенням показників у групи, їх описанням, одиницями виміру і детальними коментарями.

Ключові слова: інжиніринг, сектор інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), високотехнологічні і високопрофесійні інжинірингові послуги, інжинірингові компанії, інжинірингові послуги.

В наше время очень актуальным является развитие сферы услуг, поэтому данного рода предприятия очень важны как для всего мира, так и для Украины в целом. В международной статистике инжиниринг ассоциируется с проектированием и строительством объектов, однако, инжиниринговые услуги предоставляются и при осуществлении других видов экономической деятельности. Термины «инжиниринг» и «инжиниринговые услуги» содержат только примерный перечень видов высокотехнологичных и высокопрофессиональных услуг, который нуждается в совершенствовании. В статье описаны различные типы организаций, действующих в секторах исследований и разработок и занимаются проектным и технико-экономическим инжинирингом. Описана «посредническая модель» инжиниринговых компаний, вертикально интегрированные инжиниринговые структуры холдингового типа, специализирующиеся на реализации проектов «под ключ», а также инжиниринговые организации, специализирующиеся на конструкторских, конструкторско-технологических и технолого-программных исследованиях, разработках. Проанализированы различные статистические индикаторы для измерения и оценки качества инжиниринговых услуг, а также индикаторы эффективности инжиниринговых организаций. Разработана и описана система показателей для оценки эффективности деятельности инжиниринговых организаций сферы услуг.

Ключевые слова: инжиниринг, сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), высокотехнологичные и высокопрофессиональные инжиниринговые услуги, инжиниринговые компании, инжиниринговые услуги.

Formulation of the problem. An important aspect of the study of the market of high-tech services was the study of perspectives for the development of intellectual services in Ukraine. Understanding the main “driving forces” (drivers of the intellectual services sector) makes it possible to more accurately and reasonably predict the future state of the market. This is important because intellectual services are very likely to take a leading place in the world and domestic economy. Engineering services, as an important component of the intellectual services sector, have recently been often attributed the role of special agents of innovation, capable of implementing the results of research and development. It should be noted that in foreign practice, there is no uniformity in the definitions, functions of engineering services and no place is defined in the process of digital transformation of business and economy.

Analysis of scientific publications. The economy, depending on the share of employment in the sector, is divided into “agricultural”; “industrial” and “post-industrial”. But, already in the third quarter of the twentieth century, scientists began to put forward ideas “about knowledge-based” economies of the future – “intellectual economy”. This concept was introduced by Fritz Mahlup (1962). In subsequent years, conducted research I. Mills, Dan Hertog, R. Bilderberg, N. Tsounis.

Currently, scientists M. Gershman (on the sector of engineering services), M. Doroshenko (on the market of intellectual services and forecasting the development of segments of the market of intellectual services) and others are conducting serious research.

The purpose of the article is to consider and understand the essence and functions of engineering companies, as well as to identify the features of information and innovation components of intellectual services in the market of intellectual services.

Presentation of the main material of the study. The development of the organization of the service sector is a very important task for the Ukrainian innovation system and the economy as a whole. Due to the specifics of its activities, enterprises of this sector of the economy on the one hand is an important part of the technological chain of creating competitive products (services) in certain parts of the service sector and on the other – perform the function of direct agents of modernization, eliminating existing infrastructure gaps.

For example, the activities of high-tech and highly professional service organizations – engineering organizations that require a high degree of professionalism in design, design and project management in various sectors of the economy are a catalyst for demand and training of engi-

neers adapted to the requirements and use of digitalization. Thus, the definition of domestic engineering organizations in the field of high-tech and highly professional services that carry out innovative activities becomes especially important in terms of complete understanding of innovation and information processes in the country and its regions and in industries, services.

In the Ukrainian legal field there are no unambiguous definitions of the term engineering. On the one hand, this can be explained by the legislator's lack of attention to this specific type of service organization, and on the other – the complexity of standardization of activities, the heterogeneity of which is due to differences in business practices in this service sector.

Engineering services include engineering and economic and management consulting services for the preparation of the production and implementation process (robot, services), preparation for construction and operation of industrial infrastructure and other facilities, pre-design and design services (preparation of feasibility studies and other similar services).

Engineering – performance of various engineering and economic works, provision of consulting services on a commercial basis.

Among the relevant documents of organizational and administrative nature under “engineering organizations should be understood organizations (offices, offices, etc.) that provide a range of high-tech consulting services” [1].

Even a shallow study of the terms “engineering” and “engineering services” appearing in the Ukrainian legal field makes it possible to conclude that they all contain only an approximate (poorly defined) but not exhaustive list of types of high-tech and highly professional services, thus leaving, “Information and legal space” both for law enforcement and for improving legislation in this area.

To define the meaning of “engineering” and “engineering services” it is necessary to refer to the international classifiers of economic activities ISIK (International Standard Industrial Classification of all Economic Activities) of the United Nations and NACE (European Classification of all Economic Activities) of the European Union. In both documents, engineering services are part of the section “Architectural and engineering activities and related technical and economic consulting” (in ISIK – code 7421, in NACE – code 74.2). The UN Guidelines for Statistics of International Trade in Services provide a classification of services Services Sectoral Classification List – GNS/W/120 [2].

This section contains four sections:

- engineering services;

- integrated engineering-economic and management-design services;
- architectural services;
- services in the field of urban planning and architecture.

However, it should be noted that the same UN guide for statistics on international trade in services has a high degree of conventionality of such classifications.

In international statistics, engineering is currently associated with the design and construction of facilities. At the same time, engineering services are provided in other economic activities.

For example, according to the OECD Information Society Measurement Guide, engineering services for projects, information telecommunications and television (code 83325) are included in the list of products of the information and communication technology (ICT) sector, due to the lack of statistical accounting of similar services in other sectors [3].

International standardization of engineering services is carried out within the framework of the European Committee CEN // TC 395 at the European Commission. (October 2009) in two working groups:

- on standardization of terminology of engineering consulting services for industrial products and industrial services;
- on standardization of terminology of engineering services for buildings, infrastructure, industrial facilities and feasibility studies.

One of the committee's documents (dated August 2011) contains a number of key terms, including: “... engineering is the type of intellectual activity required to describe, design, justify, support the production and reproduction of a product or service.” [4] Engineering and economic consulting services represent (committee version from 2011) is “a type of intellectual activity carried out by engineers and economists-consultants during one or all stages of the life cycle of an object, product or service”.

It can be noted that, in contrast to international standards and classifications, the UK National Statistics Division provides a broader interpretation of economic activities in which engineering services may be required (without limiting them to the field of construction) [5].

Also, in turn, the uncertainty of the concept of “engineering services” and the breadth of this high-tech and highly professional term allows it to be used by organizations, near the business structures of the service sector, performing a wide range of works and services in various sectors of the economy, including services, ie domestic legislation allows “unreasonable positioning” of organizations as engineering.

Such discrepancies in fact complicate the procedures for the formation and assessment of the representativeness of the sample in the survey of organizations and business structures in the service sector – as engineering. It is obvious that this direction of classification of business high-tech and highly professional services in Ukraine needs updating and further development within the framework of digital transformation of economy and business [6].

We describe the features of the activities of engineering organizations, taking into account the transition period of digitalization of the domestic economy.

In a narrow sense, engineering is a set of highly professional services provided by engineers, economists, programmers, civil engineers at all stages of the technological chain of creating a new (often innovative) facility / equipment development (transformation of new scientific knowledge into technical and technological product (service)).

In a broad sense, engineering organizations or business structures of the service sector are a kind of highly professional intermediaries, combining basic and applied science, specialized research institutes and manufacturing enterprises, startups, integrating and coordinating in the implementation of new technological projects.

On the scale of the national innovation system of Ukraine, engineering organizations occupy between science and the real sector of the economy, allowing the implementation of the results of scientific (innovative) research in industry, social activities and services. As a rule, they play the role of a key mediator (integrator) between the theoretical knowledge gained by scientists and its practical application.

To understand the basic functions of engineering organizations as representatives of the sector of high-tech and highly professional services related to innovation and information processes, it is necessary to define their role in the chain of knowledge creation and transformation (as an example, use of innovation and information technologies) into new or improved products (service).

Engineering services can be attributed to scientific and technical activities, as they are aimed at “the application of new knowledge (mostly innovative) to solve technological, engineering, technical, economic and other problems.” It is known that research and development includes basic and applied research, as well as developments, which include design, design, technological, feasibility studies and justifications. The implementation of these works / services is the defining direction of the activities of engineering organizations as agencies of the national innovation system.

However, the analysis of the definitions of engineering services that exist in the Ukrainian legal field shows that they may (and quite reasonably) include not only services related to development but also a number of scientific and technical, technological (eg, ICT and digital technologies) and marketing and logistics services, which at first glance are not directly related to the nature of scientific and technical activities, including in the field of services. Accordingly, there is a problem of identifying a range of scientific, technical and technological areas in the high-tech and highly professional engineering services, which, in the opinion of the authors, is seriously hampered by the lack of both statistical and socio-economic data.

Since the activities of engineering organizations and a number of business structures are associated with the production of products and services for the purpose of their sale, they can be attributed mainly to the business sector of high-tech and highly professional services. However, it is possible that a number of organizations (eg, specialized institutes, bureaus) performing engineering functions may belong to the vocational education sector (eg, the Academy of Civil Engineering and Architecture) and the public sector (sectoral design organizations).

An important issue is to identify the types of engineering organizations. The difficulty here is that engineering services in Ukraine are provided by many organizations and business structures of the service sector (including as a non-core activity), consisting of staff – engineers, programmers. Therefore, the typology should take into account the nature of engineering services and the possibility of their attribution to scientific and technical activities.

Also, in our opinion, it is necessary to understand that in terms of the volume of technological innovation projects for enterprises of the real sector of the economy, engineering organizations should stand out against other scientific and scientific-technical organizations.

The different types of organizations operating in the research and development sectors and engaged in design and technical and economic engineering include:

- effort, design and engineering technological organizations;
- design and design and survey organizations;
- experienced experimental enterprises;
- industrial enterprises, concerns, corporations (including engineering divisions, such as DTEK);
- engineering companies (firms, bureaus).

Engineering companies, mainly related to the business sector of the service sector, are the most

interesting object of study in the context of digitalization, given the lack of empirical data and practices of systems research in this area. A more detailed study of the activities of engineering organizations of business structures in the service sector would provide information about their features (including information and innovation) and business models.

For example, based on data from open Internet sources, it can be argued that in Ukraine and its regions, the so-called "intermediary model" of engineering companies in the business sector working in the field of construction. Such companies carry out complex management of works on construction (reconstruction, reengineering, modernization) of civil and industrial objects, offering also the corresponding set of services (legal, financial and others). However, they may not have their own scientific, engineering or reporting base, having extensive links with suppliers and contractors and playing the role of distributors.

You can specify a standard set of services provided by engineering companies of this type:

- initial diagnostics of the object;
- analysis of the contract with the contractor;
- budget analysis;
- technical Supervision;
- search for a construction or engineering firm and conducting a tender;
- legal support in conflict situations;
- budgeting;
- consultations on the design of buildings and engineering and operational facilities, etc.

Obviously, only some services from the approximate list can be indirectly attributed to scientific, technical or innovative activities. This model of the engineering company is not of particular interest in terms of innovation.

On the other hand, the "mediation model" can be combined with the presence of its own research base. In this case, the design and research activities will be the main for the engineering company, other types of work can be carried out with the involvement of contractors. Own developed research and design competencies, or the presence of close ties with scientific, scientific and technical organizations (for example, in the framework of technology park projects), which allow to bring novelty (including the expansion of ICT and digital technologies) in production processes, are important properties of engineering organizations.

It should be noted that the leading positions in the Ukrainian rankings of engineering organizations and companies are occupied by vertically integrated engineering structures of the holding type, specializing in the implementation of turnkey projects.

Quite a different model are engineering organizations specializing in design, engineering and technological research, development. Engineering organizations and companies can also act here as developers of non-standardized equipment and software.

Selective study of engineering services of a number of Ukrainian organizations, as well as the experience of the results of engineering companies in the US, Japan, Germany, Sweden, Austria allows to form a preliminary list of types of high-tech and highly professional engineering services containing scientific, technical and technological components (including, and on the basis of innovative solutions), as well as important in terms of assessing the effectiveness of their innovation and information activities:

- performance of works on design of technological equipment and apparatus (including technical systems, equipment of non-standardized machines and equipment, technical safety systems);
- execution of logistic, commissioning works, carrying out of tests of cars, units, technical and technological systems;
- software development, technical consulting in the implementation and operation of information and communication technologies;
- technical audit, diagnostics, energy audit of industrial and agricultural facilities, infrastructure facilities;
- turnkey construction of industrial, agricultural facilities, infrastructure facilities (including development, design, supply, commissioning and commissioning);
- performance of works on automation of technological processes (including, within the limits of technology Industry 4.0);
- development of technical, engineering, ecological documentation;
- consulting and translation of management, financial and economic documentation into digitalization standards;
- other engineering, consulting services (including engineering and project management support).

Of course, this list should be further clarified and supplemented. Taking into account the previous research of the available information, it should be stated that the possibilities of identification of Ukrainian engineering organizations of business structures in the service sector are quite limited today. However, according to the authors, we consider it appropriate to outline a preliminary range of types of engineering organizations, which would be useful to include in the sample when conducting a "pilot" economic and sociological survey to test and validate the findings and hypotheses.

These include:

- scientific organizations (design and survey organizations);
- construction and engineering-technological holdings, company groups and other integrated structures of the business sector of the services sector, which include structures that provide engineering services;
- higher educational institutions of technical and technological profile;
- other independent organizations and business structures of the service sector, which performs certain types of engineering services.

Analysis of foreign experience shows that the set of statistical indicators used to measure and assess the quality of engineering services varies significantly depending on the subject of the survey. Most of the indicators for assessing the effectiveness of engineering organizations is usually reduced to financial. There is a lack of indicators that characterize their “scientific and technical component” and a significant shortage of indicators for assessing the effectiveness of engineering services as an element of the national innovation system.

Thus, the joint report of the OECD and the World Bank on trade in engineering services in South Africa [7], contains such indicators as total income by type of engineering services and sectors of the economy; volume of exports and imports of engineering services; revenue indicators of the largest engineering companies in this sector.

The North American report [8] characterizes the engineering services sector as a whole and by individual countries and includes indicators:

- the average level of wages of workers in this sector of services;
- level of employment of engineers, consultants, designers in this type of comprehensive services;
- annual number of engineering graduates and specialists in the field of digital technologies;
- volumes of exports and imports of engineering services in some countries;
- investments in the largest infrastructure projects;
- revenues of individual companies in the sector.

Among the foreign studies examining the effectiveness of engineering companies in the national innovation system, the report of the Statistical Office of Canada [9] deserves special attention, which provides the following indicators of the effectiveness of engineering organizations:

- innovation potential (level of staff education; research and development costs; level of

scientific and technical cooperation with universities, research laboratories, potential clients; participation in scientific and technical cooperation; acquisition of intellectual property rights, acquisition of digital technologies; acquisition high-tech machinery and equipment);

- implementation of innovations (innovative products, processes, services; the degree of novelty of innovation, the use of intellectual property; the number of innovative ICT);

Some of these indicators can be used to develop a system of indicators to assess the effectiveness and dynamics of development of Ukrainian engineering organizations and business structures in this area of services. It is possible to form preliminary directions of such estimation:

- the scale and effectiveness of the engineering organization in terms of (by type of engineering services);
- involvement of the engineering organization in the national innovation system (including corporation and interaction with universities; research organizations; companies of the real sector of the economy, as well as with foreign organizations);
- use of the results of intellectual activity of technology transfer;
- personnel and material and technical potential of the engineering organization;
- financial stability of the engineering organization.

The proposed specific statistics, as well as explains the comments to them, are presented in Table 1.

Conclusions. It should be noted that today there are a number of variables relevant to Ukrainian scientific, technical and innovation and information policy tasks in the digital transformation of the domestic economy and business, related to the definition of engineering services and their scientific, technical and innovation and information component, and with the identification of Ukrainian engineering organizations, business structures in the field of services, as well as with an understanding of their role in the national innovation system.

In order to test the developed indicators and refine them for the environment of enterprises and organizations of the real sector of the economy, as well as to construct new indicators, it is advisable to conduct a sample “pilot” socio-economic survey, which will also identify additional characteristics of engineering organizations and departments. main activity and form recommendations for the development of adequate state policy measures in the field of services of Ukraine and its regions.

Table 1

Indicators for assessing the effectiveness of engineering organizations in the service sector			
№	Indicators	Unit	Comment
	Name		
1	2	3	4
1.	Group: The scale and effectiveness of the engineering organization and the business structure of the services sector (by type of engineering services)		
	1.1. The share of engineering services in the total amount of work performed, services, including: – performance of works on design of technological equipment, incl. non-standardized machines, equipment, technical systems; – technical audit, energy audit, diagnostics, examination of equipment of industrial and agricultural facilities, infrastructure facilities (highways and railways, pipelines, etc.); – turnkey construction of industrial, agricultural and social facilities (including development, design, supply, commissioning and commissioning); – performance of works on automation of technological processes (including at use of digital technologies); – development of technical, engineering and economic documentation; – other engineering services (including engineering and economic support of projects.	percent	The indicator is calculated in terms of types of engineering services: – for integrated structures (holdings, corporations, groups of companies, etc.) the volume of work, services performed by subsidiaries and affiliates that are part of them, provide engineering services (including research and scientific and technical centers, science and technology parks) is taken into account, branch research institutes, design bureaus, etc.); – for industrial organizations that have in their structure engineering units, the amount of work and services performed by these units is taken into account.
	1.2. The share of costs for research and development in the total amount of work performed, services	percent	Characterizes the share of funds of engineering organizations aimed at development, in the total cost of work, services. Used to assess the significance of design, engineering, technological works and services in comparison with other types of works, services.
	1.4. Expenditures on research and development	thousand UAH	Includes design engineering, technological works and services.
	1.3. Expenses for performance of works, services, for the reporting year (without VAT, excises, etc. similar payments)	thousand UAH	By types of engineering services.
	1.5. Net profitability of sales	percent	(Net profit / revenue (net) from sales of goods, products, works, services) * 100%.
2.	Group: Use of results of intellectual activity and realization of technology transfer		
	2.1. The total level of replicated technologies, including: – developed independently; – purchased within Ukraine; – purchased outside Ukraine.	percent	Characterizes the transfer of technology to the real sector of the economy. Used to assess the level of scalability of technologies at industrial facilities and infrastructure facilities. Calculated for organizations that keep records of the use of technology in the creation (modernization of reconstruction, technical re-equipment) of industrial machinery and equipment, technical products. When calculating the indicator, technologies are taken into account, the rights to which are confirmed by patents (certificates), licenses for the use of inventions, industrial designs,

Table 1 (Continued)

1	2	3	4
	2.1. The total level of replicated technologies, including: – developed independently; – purchased within Ukraine; – purchased outside Ukraine.	percent	utility models, or taken into account in the intangible assets of the organization carrying out engineering activities. Implemented is the technology used in the creation (modernization, reconstruction, technical re-equipment) of industrial facilities, machinery and equipment, industrial products. The fact of using the technology must be documented (in business or other agreements, implementing acts and other documents). The indicator is calculated in terms of sources of technology: – developed independently; – purchased within Ukraine; – purchased outside Ukraine.
	2.2. The level of technology implementation	percent	$(\text{Number of purchased and self-developed implemented technologies} / \text{Number of purchased and self-developed technologies}) * 100\%$.
	2.3. Technology borrowing ratio	percent	$(\text{Number of purchased technologies} / \text{Number of purchased and self-developed technologies}) * 100\%$.
	2.4. Number of valid (supported) patents (certificates) obtained in Ukraine and abroad	units	
	2.5. Number of technologies in the form of patents and licenses for the use of inventions, industrial designs, utility models purchased: – within Ukraine, including from the university – organizations of the research and development sector; – organizations of the business sector; – outside Ukraine	units	
	2.6. The number of transferred technologies in the form of commercial contracts (agreements), including: – research and development; – patent for the invention; – non-patent invention; – utility model; – patent license for the invention; – know-how; – industrial design; – sale of finished equipment; – purposeful delegation of qualified specialists to work; – other forms of technology transfer	units	The indicator allows to estimate the forms of technology transfer that are best for engineering organizations.
	2.7. Number of transferred technologies, including: – under agreements on alienation, exclusive right; – under license agreements	units	The indicator allows to assess the advantages of engineering companies in relation to the disposal of exclusive rights to the results of intellectual activity (alienation or granting the right to use within certain limits).

Table 1 (Continued)

1	2	3	4
3.	Group: Involvement of the engineering organization in the national innovation system (including cooperation and interaction with universities, research organizations, real sector companies, foreign organizations)		
	3.1. Coefficient of cooperation of engineering organizations with participants of the national innovation system, including: – University; – scientific organizations; – companies of the real sector of the economy; – foreign organizations	percent	(number of projects implemented in partnership with participants of the national innovation system / total number of implemented projects) * 100%.
	3.2. Number of created (modernized, reconstructed, technically re-equipped) industrial facilities, infrastructure facilities (by types of economic activity), including: – designed, built and commissioned ("turnkey"); – completely modernized, technically re-equipped; – fully automated using advanced production technologies and digital technologies of integrated management and control.	units	The indicator reflects the "contribution" of engineering organizations to the modernization of Ukrainian industry and national / regional infrastructure.
	3.3. Number of projects implemented in cooperation with participants of the national innovation system, including: – Ukrainian universities; – organizations of the research and development sector of Ukraine (scientific institutions of the National Academy of Sciences of Ukraine, branch research institutes, design bureaus, SKGB); – organizations of the real sector of the economy; – foreign organizations	units	Показник характеризує кооперацію і взаємодію з учасниками національної інноваційної системи.
4.	Group: Personnel and material and technical potential of the engineering organization		
	4.1. The share of young qualified engineers, programmers, economists in the total number of hired, including: – at the age of 18-25 years, having secondary-special engineering education; – at the age of 21-27 years, who have higher engineering education	percent	
	4.2. The share of engineering and technical workers (ITP) who have: – secondary special education; – higher professional education; – academic degree of candidate of sciences; – the degree of Doctor of Sciences in total	percent	
	4.3. The share of ITP in the total number of employees	percent	
	4.4. Number of employees, including engineering and technical staff	persons	
	4.5. The number of qualified engineers, programmers in the total number of employees, including: – at the age of 18-25 years, having secondary-special engineering education; – at the age of 21-27 years, who have higher engineering education	persons	

Table 1 (Continued)

1	2	3	4
	4.6. The share of specialized technological equipment in the total amount of fixed assets	percent	For integrated structures (holdings, corporations, groups of companies, etc.), information on their subsidiaries and affiliated engineering companies is indicated; for industrial organizations that have engineering units in their structure, the information on these units is indicated.
	4.7. The share of intangible assets (including computer programs, databases, topologies of integrated circuits) in total fixed assets	percent	
5.	Group: Financial stability of the engineering organization		
	5.1. The share of work performed and services not paid by customers in the total cost of work performed and services (negative parameter)	percent	
	5.2. Relative accounts payable	percent	Accounts payable (for the reporting period – year) / Revenue (net) from sales of goods, products, works, services (for the reporting period – year) * 100%.
	5.3. Wage arrears per employee (negative parameter)	thousand UAH / person	Wage arrears (for the reporting period – year) / total number of employees (for the reporting period – year).

Source: compiled from [9, c. 60-62]

References:

- Doroshenko M. E., Suslov A. B. (2008) Sektor intelektual'nykh uslug: perspektivy razvitiya i stsenarnyy analiz [KIBS Sector: Development Prospects and Scenario Analysis]. *Forsayt*, vol. 2, no. 6, pp. 18–35.
- United Nations* (2002) Manual on statistics the International trade and services. Available at: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_86rev1e.pdf (accessed 24 January 2021).
- Guide to measuring the information society OECD. 2011. Available at: <https://www.oecd.org/sti/economy/oecdguidetomeasuringtheinformationsociety2011.html> (accessed 24 January 2021).
- European Committee for Standardization* (2011) Draft European Standard EN 16311 "Engineering consultancy services – Terminology at a high level to describe the engineering services for industrial products". Available at: <https://www.astandis.at/shopv5/preview.action;jsessionid=1E77699CO-2B3699A5CC296CB7175CO31?preview=&dokkey=398588&selectedLocale=en> (accessed 24 January 2021).
- Sixth Services Experts Meeting – Domestic Regulation and Trade in Professional Services* (2006) Engineering Services Trade: the Case of South Africa. Paris: OECD – World Bank. Available at: <http://www.oecd.org/site/tadstri/40778996.pdf> (accessed 24 January 2021).
- Doroshenko M. E. (2010) Krizisnye strategii v sektore intelektual'nykh uslug [Crisis Strategies in the KIBS Sector]. *Forsayt*, vol. 1, pp. 64–73.
- Fernandez-Stark K., P. Bamber and G. Gereffi (2010) Engineering services in the Americas. *Center on Globalization Governance and Competitiveness*. Duke University. Available at: https://www.cggc.duke.edu/pdfs/CGGG-IDB_COREO_Engineering_Services_in_the_Americas_july_1_2010.pdf. (accessed 24 January 2021).
- Science, Innovation and Electronic Information Division*. Capacity to Innovate, Innovation and Impact: the Canadian Engineering Services Industry. Available at: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/88F0017M2001011> (accessed 24 January 2021).
- Gershman M. A. (2013) Rossiyskie inzhiniringovye organizatsii: podkhody k identifikatsii i otsenke effektivnosti deyatel'nosti [Russian engineering organizations: approaches to identification and assessment of performance]. *Voprosy statistiki*, vol. 2, pp. 53–62.

Список використаних джерел:

1. Дорошенко М. Е., Суслов А. Б. Сектор интеллектуальных услуг: перспективы развития и сценарный анализ. *Форсайт*. 2008. № 2 (6). С. 18–35.
2. Manual on statistics the International trade and services. *United Nations*. 2002. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_86rev1e.pdf
3. Guide to measuring the information society OECD. 2011. URL: <https://www.oecd.org/sti/ieconomy/oecdguidetomeasuringtheinformationsociety2011.html>
4. Draft European Standard EN 16311 “Engineering consultancy services – Terminology at a high level to describe the engineering services for industrial products”. *European Committee for Standardization*. 2011. URL: <https://www.astandis.at/shopv5/preview.action;jsessionid=1E77699CO2B3699A5CC296CB7175CO31?preview=&dokkey=398588&selectedLocale=en>
5. Engineering Services Trade: the Case of South Africa. *Sixth Services Experts Meeting – Domestic Regulation and Trade in Professional Services*. Paris. OECD – World Bank. 2006. URL: <http://www.oecd.org/site/tadstri/40778996.pdf>
6. Дорошенко М. Е. Кризисные стратегии в секторе интеллектуальных услуг. *Форсайт*. 2010. Т. У, 1. С. 64–73.
7. Fernandez-Stark K., P. Bamber and G. Gereffi Engineering services in the Americas. *Center on Globalization Governance and Competitiveness*. Duke University. 2010. URL: https://www.cgcc.duke.edu/pdfs/CGGG-IDB_COREO_Engineering_Services_in_the_Americas_july_1_2010.pdf.
8. Capacity to Innovate, Innovation and Impact: the Canadian Engineering Services Industry. *Science, Innovation and Electronic Information Division*. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/catalogue/88F0017M2001011>
9. Гершман М. А. Российские инжиниринговые организации: подходы к идентификации и оценке эффективности деятельности. *Вопросы статистики*. 2013. № 2. С. 53–62.

УДК 658.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-7>**Добровольська О.В.**доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровського державного аграрно-економічного університету**Дуброва Н.П.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Дніпровського державного аграрно-економічного університету**Dobrovolska Olena, Dubrova Natalia**

Dnipro State Agrarian and Economic University

MDA-АНАЛІЗ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ АВ ТОВ «АГРОЦЕНТР К»)

MDA-ANALYSIS FOR ASSESSING THE PROBABILITY OF BANKRUPTCY OF THE ENTERPRISE (FOR EXAMPLE OF AB LLC «AGROCENTER K»)

У статті розглянуто дискримінантні моделі, за результатами яких робляться висновки про фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та міру ймовірності банкрутства. Найважливішим інструментом системи раннього запобігання й прогнозування банкрутства підприємств вважають дискримінантний аналіз (аналіз множинних дискримінант – Multiple-discriminant analysis, MDA). Дискримінантний аналіз базується на емпірично-індуктивному дослідженні фінансових показників багатьох підприємств. Методів діагностики з використанням моделей банкрутства досить багато: пятифакторна модель Альтмана, дискримінантна модель Ліса, дискримінантна модель Таффлера, дискримінантна модель О. Терещенко, коефіцієнт Бівера, модель Спрінггейта, модель Сайфуліна, Кадикова тощо. Проблемним питанням українських підприємств вважаємо дефіцит власних моделей оцінки ймовірності банкрутства задля оцінювання фінансового потенціалу підприємства.

Ключові слова: прогнозування ймовірності банкрутства, моделі банкрутства, дискримінантний аналіз, фінансова стійкість, фінансовий стан підприємства.

В статье рассмотрены дискриминантные модели, по результатам которых делаются выводы о финансовом состоянии предприятия, его платежеспособности и степени вероятности банкротства. Важнейшим инструментом системы раннего предупреждения и прогнозирования банкротства предприятий считают дискриминантный анализ (анализ множественных дискриминант – Multiple-discriminant analysis, MDA). Дискриминантный анализ базируется на эмпирически-индуктивном исследовании финансовых показателей многих предприятий. Методов диагностики с использованием моделей банкротства достаточно много: пятифакторная модель Альтмана, дискриминантная модель Лиса, дискриминантная модель Таффлера, дискриминантная модель А. Терещенко, коэффициент Бивера, модель Спринггейта, модель Сайфулина, Кадыкова и т. п. Проблемным вопросом украинских предприятий считаем дефицит собственных моделей оценки вероятности банкротства для оценки финансового потенциала предприятия.

Ключевые слова: прогнозирование вероятности банкротства, модели банкротства, дискриминантный анализ, финансовая устойчивость, финансовое состояние предприятия.

The article considers discriminant models, based on the results of which conclusions are made about the financial condition of the enterprise, its solvency, and the degree of probability of bankruptcy of the enterprise. The most important tool of the system of early prevention and prediction of bankruptcy of enterprises is considered to be discriminant analysis (Multiple-discriminant analysis, MDA). Discriminant analysis is based on empirical-inductive research of financial indicators of many enterprises. There are many methods of diagnosis using bankruptcy models: the five-factor Altman model, the discriminative Forest model, the discriminative Taffler model, the discriminatory model of O. Tereshchenko, the Beaver coefficient, the Springgate model, the Saifulin, Kadykov model, etc. We consider the lack of their own models for estimating the probability of bankruptcy to assess the financial potential of the enterprise to be a problematic issue for Ukrainian enterprises. It is advisable to identify and group

the preconditions for the deterioration of solvency, taking into account endogenous and exogenous factors. Endogenous (internal) factors include miscalculations in the current and strategic planning of the enterprise, possibly due to the seasonality of the production cycle of agricultural enterprises; due to reduced financing by commercial banks there is an increase in receivables at the enterprise, low level of technical and technological support, the existing insufficient mobility of the enterprise to respond to changes in global economic trends affecting demand and supply of agricultural products, including the mechanism of price formation, products. Exogenous (external) factors include the situation in eastern Ukraine, the crisis in the world economy and at the local level, the impact of European integration processes and the reorientation of Ukraine's economy under the influence of international financial organizations and more. Areas of research for the future: adjustment of methods for assessing the probability of bankruptcy of enterprises taking into account industry characteristics; search for indicators and criteria for the adaptation of unified models to the specifics of our country for a generalized assessment of bankruptcy prospects in order to improve reliability and affordability.

Key words: bankruptcy probability forecasting, bankruptcy models, discriminant analysis, financial stability, financial condition of the enterprise.

Постановка проблеми. Домінуючим напрямом сучасного фінансового аналізу підприємств є розрахунок та оцінка ймовірності виникнення банкрутства. Викликано це зростаючою кількістю підприємств, що опинилися в кризовому стані, тому вчасне розкриття кризових явищ на підприємствах надає шанс запобігти банкрутству цих підприємств. Для цього потрібно скористатися визначеною кількістю моделей діагностики кризового фінансового стану підприємства. Вітчизняні та іноземні науковці розробили численні дискримінантні моделі, за результатами яких робляться висновки про фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та міру ймовірності банкрутства.

Актуальність та практична необхідність дослідження зумовлені зростаючою необхідністю виявлення моделі з найвищою точністю ймовірності, переконанням щодо використання вітчизняних або зарубіжних методик, а також першочерговістю опрацювання питань прогнозування банкрутства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним, методологічним і практичним питанням визначення ймовірності банкрутства підприємств приділяється значна увага закордонних учених (Е. Альтман, Р. Лис, А. Тоффлер, Г. Спрінгейт та ін.). Серед вітчизняних науковців – О.О. Терещенко, Л. Лігоненко, Ю. Терлецька, О.В. Подольська, А.М. Штангред, Н.П. Шморгун та ін. Однак численна кількість питань щодо визначення ймовірності банкрутства сільськогосподарських підприємств має фрагментарне висвітлення, і це підкреслює значущість цього напрямку аналізу та потребує подальшого її вивчення й уточнення.

Метою дослідження є апробація вітчизняних та зарубіжних методик щодо визначення ймовірності банкрутства сільськогосподарського підприємства в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз світової практики довів, що найважли-

вішим інструментом системи раннього запобігання й прогнозування банкрутства підприємств вважають дискримінантний аналіз (аналіз множинних дискримінант – Multiple-discriminant analysis, MDA). Сутність аналізу зводиться до того, що завдяки використанню математично-статистичних методів складають функцію та обчислюють інтегральний показник, спираючись на який із необхідною ймовірністю можемо заздалегідь передбачати банкрутство будь-якого суб'єкта господарювання. Дискримінантний аналіз базується на емпірично-індуктивному дослідженні фінансових показників багатьох підприємств, серед яких були ті, що збанкрутіли, й ті, які успішно здійснюють виробничо-господарську діяльність.

Зазначимо, що методів діагностики з використанням моделей банкрутства досить багато: п'ятифакторна модель Альтмана, дискримінантна модель Ліса, дискримінантна модель Тоффлера, дискримінантна модель О. Терещенко, коефіцієнт Бівера, модель Спрінгейта, модель Сайфуліна, Кадикова тощо. Для практичного розрахунку показників цих моделей використовуємо дані статистичної звітності – Баланс форма 1 та Звіт про фінансові результати форма 2. У табл. 1 представлено вихідні дані статистичної звітності сільськогосподарського підприємства АВ ТОВ «Агроцентр К» за 2017–2019 рр., які допоможуть правдиво оцінити фінансовий стан підприємства. АВ ТОВ «Агроцентр К» розташоване в м. Дніпро, займається рослинництвом та тваринництвом.

У табл. 2–8 представлено розрахунки моделей банкрутства в розрізі показників з указуванням повної формули розрахунку з посиланням на дані форм балансу та звіту про фінансові результати, а також із додаванням шкали оцінювання по кожній моделі для розшифровки результатів та надання висновків.

На нашу думку, є доцільним визначення та групування передумов погіршення платоспро-

Таблиця 1

Вихідні дані статистичної звітності АВ ТОВ «Агроцентр К»

Показник	Рядки у ф.1 та ф.2	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Необоротні активи, усього	Ф.1 р.1095	122183	166439	188509
Запаси	Ф.1 р.1100	90892	141122	140925
Оборотні активи, усього	Ф.1 р.1195	205839	276779	289522
Актив балансу	Ф.1 р.1300	328022	443218	478031
Середньорічна сума активів	Ф.1 р.1300 (колонка 3 + колонка 4) / 2	(280407+328022)/2=304214,5	(328022+443218)/2=385620	(443218+478031)/2=460624,5
Нерозподілений прибуток	Ф.1 р.1420	243409	320829	347131
Власний капітал	Ф.1 р.1495	247782	325202	351504
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	Ф.1 р.1595	26001	37280	24908
Поточні зобов'язання і забезпечення	Ф.1 р.1695	54239	80736	101619
Пасив балансу	Ф.1 р.1900	328022	443218	478031
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Ф.2 р.2000	276702	373999	347340
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	Ф.2 р.2050	239669	257118	268622
Валовий прибуток	Ф.2 р.2090	37033	116881	78718
Адміністративні витрати	Ф.2 р.2130	11856	17796	20658
Витрати на збут	Ф.2 р.2150	1661	2851	4382
Фінансовий результат від операційної діяльності	Ф.2 р.2190	29220	96077	54115
Фінансовий результат до оподаткування	Ф.2 р.2290	21551	86119	40886
Чистий фінансовий результат	Ф.2 р.2350	21551	86119	40886
Амортизація	Ф.2 р.2515	605	7921	10641

Таблиця 2

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за моделлю Альтмана

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
X1= власний оборотний капітал / актив балансу	(Ф.1 р.1195 – Ф.1 р.1695) / Ф.1 р.1300	0,462	0,442	0,393	-0,069
X2= нерозподілений прибуток / актив балансу	Ф.1 р.1420 / Ф.1 р.1300	0,742	0,724	0,726	-0,016
X3= фінансовий результат до оподаткування / актив балансу	Ф.2 р.2290 / Ф.1 р.1300	0,066	0,194	0,086	0,020
X4= власний капітал / поточні зобов'язання і забезпечення	Ф.1 р.1495 / Ф.1 р.1695	4,568	4,028	3,459	-1,109
X5= чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) / актив балансу	Ф.2 р.2000 / Ф.1 р.1300	0,844	0,844	0,727	-0,117
Z=1,2*X1+1,4*X2+3,3*X3+0,6*X4+0,998*X5		5,393	5,444	4,571	-0,822
Z < 1,23 – висока ймовірність банкрутства у найближчі 2-3 роки Z > 1,23 – ймовірність банкрутства дуже низька					

можності, враховуючи ендегенні та екзогенні чинники впливу. До ендегенних (внутрішніх) чинників віднесемо прорахунки в поточному й стратегічному плануванні на підприємстві, можливо, й через сезонність виробничого

циклу сільськогосподарських підприємств; через зниження фінансування комерційними банками відбувається збільшення дебіторської заборгованості на підприємстві, низький рівень технічного та технологічного забез-

Таблиця 3

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за моделлю Ліса

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
A= всього оборотні активи / актив балансу	$\Phi.1 \text{ p.}1195 / \Phi.1 \text{ p.}1300$	0,628	0,624	0,606	-0,022
B= фінансовий результат від операційної діяльності / актив балансу	$\Phi.2 \text{ p.}2190 / \Phi.1 \text{ p.}1300$	0,089	0,217	0,113	0,024
C= нерозподілений прибуток / актив балансу	$\Phi.1 \text{ p.}1420 / \Phi.1 \text{ p.}1300$	0,742	0,724	0,726	-0,016
D= власний капітал / позиковий капітал	$\Phi.1 \text{ p.}1495 / (\Phi.1 \text{ p.}1595 + \Phi.1 \text{ p.}1695)$	3,088	2,756	2,778	-0,310
$Z=0,063*A+0,092*B+0,057*C+0,001*D$		0,093	0,103	0,093	0,000
Z нижче за 0,037 – висока загроза банкрутства					

Таблиця 4

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за моделлю Тоффлера і Тішоу

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
A= фінансовий результат від операційної діяльності / поточні зобов'язання і забезпечення	$\Phi.2 \text{ p.}2190 / \Phi.1 \text{ p.}1695$	0,539	1,190	0,533	-0,006
B= всього оборотні активи / довгострокові зобов'язання і забезпечення + поточні зобов'язання і забезпечення	$\Phi.1 \text{ p.}1195 / (\Phi.1 \text{ p.}1595 + \Phi.1 \text{ p.}1695)$	2,565	2,345	2,288	-0,277
C= поточні зобов'язання і забезпечення / актив балансу	$\Phi.1 \text{ p.}1695 / \Phi.1 \text{ p.}1300$	0,165	0,182	0,213	0,047
D= чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) / актив балансу	$\Phi.2 \text{ p.}2000 / \Phi.1 \text{ p.}1300$	0,844	0,844	0,727	-0,117
$Z=0,53*A+0,13*B+0,18*C+0,16*D$		0,784	1,103	0,734	-0,050
$Z < 0,2$ – висока ймовірність банкрутства $Z = 0,25$ – критичне значення показника $Z > 0,3$ – добрі довгострокові перспективи, ймовірність банкрутства дуже низька					

печення, існуюча недостатня мобільність підприємства щодо реагування на зміни світових економічних тенденцій, які впливають на попит і пропозицію сільськогосподарської продукції, у тому числі й на механізм утворення цін на цю продукцію.

До екзогенних (зовнішніх) чинників маємо зарахувати ситуацію на Сході України, кризи у світовій економіці та на локальному рівні, вплив євроінтеграційних процесів та переорієнтацію економіки України під впливом вимог міжнародних фінансових організацій тощо.

Таким чином, розрахувавши показники ймовірності банкрутства АВ ТОВ «Агроцентр К» із використанням різних економетричних методів, можемо констатувати, що банкрутство не загрожує фінансовому стану підприємства, виробничо-господарська діяльність

підприємства є прибутковою. АВ ТОВ «Агроцентр К» має стабільне фінансове становище з високою фінансовою стійкістю, та, як наслідок, констатуємо високий рівень фінансового потенціалу підприємства за досліджуваній період.

Отже, для характеристики фінансового потенціалу доцільним є використання декількох моделей оцінки ймовірності банкрутства, щоб винайдений результат був достовірним та якісним. Запропоновані нами моделі в змозі надати оцінку фінансовій стійкості підприємства, а це є визначальним чинником у процесі оцінювання фінансового потенціалу підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що проблемним питанням українських підприємств вважаємо дефіцит власних

Таблиця 5

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за моделлю Спрінгейта

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
A= робочий капітал / актив балансу	$(\Phi.1 \text{ р.}1495 + \Phi.1 \text{ р.}1595 - \Phi.1 \text{ р.}1095) / \Phi.1 \text{ р.}1300$	0,462	0,442	0,393	-0,069
B= фінансовий результат до оподаткування / актив балансу	$\Phi.2 \text{ р.}2290 / \Phi.1 \text{ р.}1300$	0,066	0,194	0,086	0,020
C= валовий прибуток / поточні зобов'язання і забезпечення	$\Phi.2 \text{ р.}2090 / \Phi.1 \text{ р.}1695$	0,683	1,448	0,775	0,092
D= собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)/ актив балансу	$\Phi.2 \text{ р.}2050 / \Phi.1 \text{ р.}1300$	0,731	0,580	0,562	-0,169
$Z=1,03*A+3,07*B+0,66*C+0,4*D$		1,421	2,240	1,403	-0,017
$Z < 0$ – напівбанкрут $0 < Z < 1$ загрожує банкрутство, якщо не здійснити санацію $1 < Z < 2$ – фінансова стійкість порушена, але за умови переходу на антикризове управління банкрутство не загрожує $Z > 2$ – підприємство є фінансово стійким, банкрутство не загрожує					

Таблиця 6

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за моделлю О. Терещенко

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
X1= чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) / довгострокові зобов'язання і забезпечення + поточні зобов'язання і забезпечення	$\Phi.2 \text{ р.}2000 / (\Phi.1 \text{ р.}1595 + \Phi.1 \text{ р.}1695)$	3,448	3,169	2,745	-0,703
X2= пасив балансу/ довгострокові зобов'язання і забезпечення + поточні зобов'язання і забезпечення	$\Phi.1 \text{ р.}1900 / (\Phi.1 \text{ р.}1595 + \Phi.1 \text{ р.}1695)$	4,088	3,756	3,778	-0,310
X3= чистий фінансовий результат / середньорічна сума активу балансу	$\Phi.2 \text{ р.}2350 / \Phi.1 \text{ р.}1300$ (колонка 3 + колонка 4) / 2	0,071	0,223	0,089	0,018
X4= чистий фінансовий результат / чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	$\Phi.2 \text{ р.}2350 / \Phi.2 \text{ р.}2000$	0,078	0,230	0,118	0,040
X5= запаси / чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	$\Phi.1 \text{ р.}1100 / \Phi.2 \text{ р.}2000$	0,328	0,377	0,406	0,077
X6= чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) / основний капітал (необоротні активи + довгострокові зобов'язання і забезпечення)	$\Phi.2 \text{ р.}2000 / (\Phi.1 \text{ р.}1095 + \Phi.1 \text{ р.}1595)$	1,735	1,955	1,843	0,107
$Z=1,5*X1+0,08*X2+10*X3+5*X4+0,3*X5+0,1*X6$		6,870	8,747	6,202	-0,667
$Z < 0$ – напівбанкрут $0 < Z < 1$ – існує загроза банкрутства $1 < Z < 2$ – фінансова стійкість порушена $Z > 2$ – банкрутство не загрожує					

моделей оцінки ймовірності банкрутства для оцінювання фінансового потенціалу підприємства.

Зауважимо, що коефіцієнт, який розроблено американським ученим У. Бівером, використовується в Методичних рекомендаціях Міністер-

Таблиця 7

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за моделлю Бівера

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
Коефіцієнт Бівера= чистий фінансовий результат + амортизація / довгострокові зобов'язання і забезпечення + поточні зобов'язання і забезпечення	$(\Phi.2 \text{ р.}2350 + \Phi.2 \text{ р.}2515) / (\Phi.1 \text{ р.}1595 + \Phi.1 \text{ р.}1695)$	0,174	2,523	2,069	1,895
0,4–0,45 – добрий стан 0,17 – за 5-6 років до банкрутства –0,15 – за 1 рік до банкрутства					

Таблиця 8

Розрахунок імовірності банкрутства підприємства за рейтинговим числом (автори – Р. Сайфулін, Г. Кадиков)

Показник	Формула для форм № 1 та № 2 з 2013 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолютне відхилення, +/-
Коефіцієнт фінансової незалежності (Кфн)= власний капітал / пасив балансу	$\Phi.1 \text{ р.}1495 / \Phi.1 \text{ р.}1900$	0,755	0,734	0,735	-0,020
Коефіцієнт поточної ліквідності (Кпл)= всього оборотних активів / поточні зобов'язання і забезпечення	$\Phi.1 \text{ р.}1195 / \Phi.1 \text{ р.}1695$	3,795	3,428	2,849	-0,946
Інтенсивність обігу активів (Ки)= чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) / актив балансу	$\Phi.2 \text{ р.}2000 / \Phi.1 \text{ р.}1300$	0,844	0,844	0,727	-0,117
Рентабельність реалізації продукції (Крп)= (чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) – адміністративні витрати – витрати на збут) / чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	$(\Phi.2 \text{ р.}2000 - (\text{р.}2050 + \text{р.}2130 + \text{р.}2150)) / \Phi.2 \text{ р.}2000$	0,085	0,257	0,155	0,070
Рентабельність власного капіталу (Крк)= чистий фінансовий результат / власний капітал	$\Phi.2 \text{ р.}2350 / \Phi.1 \text{ р.}1495$	0,087	0,265	0,116	0,029
$R = 2 * K_{фн} + 0,1 * K_{пл} + 0,08 * K_{и} + 0,45 * K_{рп} + K_{рк}$		2,083	2,258	2,000	-0,083
R=1 – фінансовий стан задовільний R<1 – фінансовий стан незадовільний					

ства економіки України. Імплементувати певні закордонні моделі неможливо через відсутність інформації щодо визначення численних показників. Водночас деякі показники фінансової стійкості не враховуються під час застосування визначених моделей.

Сучасні умови руху вітчизняної економіки вимагають більш системного вивчення методів аналізу фінансового стану підприємства через винайдення власних економетричних моделей діагностики кризового стану, які брали б

до уваги підсумки виробничої, комерційної й фінансової діяльності підприємства.

Доцільно окреслити також напрями досліджень на перспективу, а саме коригування методик оцінки ймовірності банкрутства підприємств з урахуванням галузевих особливостей; пошук показників і критеріїв задля адаптації уніфікованих моделей до специфіки нашої країни щодо узагальненої оцінки перспектив банкрутства з метою поліпшення надійності та доступності.

**Результати діагностики кризового стану АВ ТОВ «Агроцентр К»
за моделями діагностики банкрутства**

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Результат
Z-показник за моделлю Альтмана 1983 р.	5,393	5,444	4,571	Загроза банкрутства відсутня
Z-показник за моделлю Терещенко О.	6,870	8,747	6,202	Є фінансово стійким
Z-показник за моделлю Ліса	0,093	0,103	0,093	Загроза банкрутства відсутня
Z-показник за моделлю Спрінгейта	1,421	2,240	1,403	За умови переходу на антикризове управління банкрутство не загрожує
Z-показник за моделлю Тоффлера і Тішоу	0,784	1,103	0,734	Ймовірність банкрутства дуже низька
Z-показник за моделлю Бівера	0,174	2,523	2,069	Є фінансово стійким
R за рейтинговим числом Р. Сайфуліна, Г. Кадикова	2,083	2,258	2,000	Є фінансово стійким

Список використаних джерел:

1. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навчальний посібник / за ред. О.Я. Балтійської. Київ : Центр навч. л-ри, 2009. 328 с.
2. Рзаєва Т.Г., Стасюк І.В. Зарубіжні методики визначення ймовірності банкрутства підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2010. № 3. Т. 1. С. 177–181.
3. Островська Г.В. Аналіз практики використання зарубіжних методик (моделей) прогнозування ймовірності банкрутства підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2011. № 2(31). С. 99–111.
4. Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр навч. л-ри, 2007. 488 с.
5. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія. Київ : КНЕУ, 2008. 272 с.
6. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2000. 412 с.
7. Хринюк О.С., Бова В.А. Моделі розрахунку ймовірності банкрутства як метод оцінки фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6121> (дата звернення: 01.03.2021).
8. Шморгун Н.П., Головка І.В. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр навч. л-ри, 2006. 528 с.
9. Юнацький М.О. Використання дискримінантного аналізу для оцінювання ймовірності банкрутства підприємства (на прикладі ПАТ «ЦГЗК»). *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 14. С. 249–256.

References:

1. Bazilinska O.Ya. (2009) *Finansovyj analiz: teoriia ta praktyka: navch. posibnyk* [Financial analysis: a textbook]. Kyiv: Tsentr navch. l-ry. (in Ukrainian)
2. Rzaieva T.H., Stasiuk I.V. (2010) "Zarubizhni metodyky vyznachennia jmovirnosti bankrutstva pidpriemstva", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 3, t. 1, pp. 177–181.
3. Ostrovska H.V. (2011) *Analiz praktyky vykorystannia zarubizhnykh metodyk (modelej) prohnzuvannia jmovirnosti bankrutstva pidpriemstv*. *Halytskyj ekonomichnyj visnyk*, vol. 2 (31), pp. 99–111.
4. Podolska V.O., Yarish O.V. (2007) *Finansovyj analiz: navch. posibnyk* [Financial analysis: a textbook]. Kyiv: Tsentr navch. l-ry. (in Ukrainian)
5. Tereschenko O.O. (2008) *Antykrizove finansove upravlinnia na pidpriemstvi: monohrafiia* [Anti-crisis financial management at the enterprise: monograph]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
6. Tereschenko O.O. (2000) *Finansova sanatsiia ta bankrutstvo pidpriemstv: navch. posibnyk*. [Financial rehabilitation and bankruptcy of enterprises: a textbook]. Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
7. Khryniuk O.S. and Bova V.A. (2018) "Models of estimation of bankruptcy probability as a method of evaluation financial potential of the enterprise", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6121> (Accessed 01 Mar 2021).
8. Shmorhun N.P., Holovko I.V. (2006) *Finansovyj analiz: navch. posibnyk*. [Financial analysis: a textbook]. Kyiv: Tsentr navch. l-ry. (in Ukrainian)
9. Yunatskyj M.O. (2018) "Vykorystannia dyskriminantnoho analizu dlia otsiniuvannia jmovirnosti bankrutstva pidpriemstva (na prykladі PAT «TshZK»)", *Shhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vol. 14, pp. 249–256.

Олійник Н.Ю.кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту

Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

Oliynuk Nadiya

Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohienko University

ДЕЛЕГУВАННЯ ПОВНОВАЖЕНЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

DELEGATION OF POWERS AS A PREREQUISITE FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF PERSONNEL WORK

У статті проаналізовано особливості впливу делегування повноважень в організації на ефективність роботи персоналу. Охарактеризовано зміст понять «повноваження», «делегування», «відповідальність», а також суміжних із ними категорій. Розглянуто особливості ефективного виконання завдань керівника, що ґрунтуються на оптимальному поєднанні централізації та децентралізації в управлінні. Виявлено лінійні та функціональні повноваження, які поєднують вищі рівні управління з нижчими та забезпечують можливість розподілу і координації завдань. Систематизовано теоретичні аспекти раціонального делегування обов'язків і повноважень. У ході дослідження аргументовано важливість поетапного процесу делегування відповідальності, при цьому делегування реалізується тільки у разі прийняття повноважень. Узагальнено чинники, що перешкоджають активному й ефективному делегуванню повноважень менеджера.

Ключові слова: повноваження, відповідальність, делегування повноважень, організаційна поведінка, чинники деструктивного делегування повноважень.

В статье проанализированы особенности влияния делегирования полномочий в организации на эффективность работы персонала. Охарактеризовано содержание понятий «полномочия», «делегирование», «ответственность», а также смежных с ними категорий. Также рассмотрены особенности эффективного выполнения задач руководителя, основанные на оптимальном сочетании централизации и децентрализации в управлении. Выявлены линейные и функциональные полномочия, которые сочетают высокие уровни управления подчиненными и обеспечивают возможность распределения и координации задач. Систематизированы теоретические аспекты рационального делегирования обязанностей и полномочий. В ходе исследования аргументирована важность поэтапного процесса делегирования ответственности, при этом делегирование реализуется только в случае принятия полномочий. Обобщены факторы, препятствующие активному и эффективному делегированию полномочий менеджера.

Ключевые слова: полномочия, ответственность, делегирование полномочий, организационное поведение, факторы деструктивного делегирования полномочий.

The article considers aspects of delegation of powers, the rights of the employee in case of delegation of powers, compliance with the rules of interaction between the manager and the subordinate, which contributes to the effectiveness of their interaction. The content of the concepts "authority", "delegation", "responsibility" and related categories are characterized. The study of the problem of delegation of authority plays an important role in determining the effectiveness of the workforce, which is the basis of interaction between managers and subordinates on the basis of delegation of authority (decentralization) and tasks under the influence of various factors they face in the organizational environment. Features of effective performance of tasks of the head which is based on an optimum combination of centralization and decentralization in management are also considered. The best option is when centralized solutions are related to the development of goals and strategies of the organization as a whole, and decentralized are solutions related to operational management. Linear and functional powers are identified, which combine higher levels of management with lower ones and provide the possibility of division and coordination of tasks. As a result of the delegation of powers, the division of labor in the management system. It is analyzed that the performance of a specific delegated task to employees depends on the personal qualities of the manager, his understanding of the need to delegate responsibilities, as well as the level of professionalism of subordinates. Theoretical aspects of rational delegation of duties and powers are systematized and the main areas of responsibility of the head are indicated. In the course of the research

the importance of the step-by-step process of delegation of responsibility was argued, and delegation is realized only in case of acceptance of powers. An important element of a manager's readiness to perform functions is the ability to take responsibility. The scientific article summarizes the factors that prevent active and effective delegation of managerial powers. Most of the functions performed by the manager can be successfully implemented at a lower level of management, assistants and other subordinates.

Key words: authority, responsibility, delegation of authority, organizational behavior, factors of destructive delegation of authority.

Постановка проблеми. Виклики сьогодення вимагають ефективності керівництва, що визначається як особистими зусиллями керівника, так і зусиллями всього персоналу. Якщо керівник відповідає за досить велику організацію, то він не в змозі ефективно керувати і при цьому виконати всю роботу колективу. Також керівнику важко самому вирішувати всі управлінські проблеми, оскільки їх занадто багато, вони різнобічні та специфічні, а його знання, досвід і ресурс часу мають обмежений характер. Тому, зберігаючи за собою розроблення стратегії, контроль і загальне управління, він передає вирішення окремих проблем, права і відповідальність своїм підлеглим, які мають відповідні компетентності та зацікавлені брати участь в управлінні.

Варто зазначити, що делегування повноважень є найкращим засобом збагачення праці. Зокрема, менеджери вищих рівнів передають підлеглим свої знання та досвід і дають завдання щодо розроблення управлінських рішень. Якщо ж відсутнє делегування повноважень в управлінні, то це означає, що немає ефективної роботи персоналу та розвитку організації. Менеджер будь-якого рівня керує певним контингентом людей, відповідає за підсумки їхньої спільної праці, за трудову дисципліну, здоров'я та життєдіяльність під час робочого процесу. Чим вищий рівень управління, тим складніші й відповідальніші повноваження керівника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливостям делегування повноважень, а також співвідношенню з поняттями «передача повноважень» та «наділення повноваженнями» присвячено праці таких науковців, як В. Борденюк, Н. Сокровольська, О. Крупчан, П. Любченко, А. Солонар, М. Трещов, І. Хребтій та ін. Якщо розглядати окремі аспекти характеристики делегування повноважень, такі як передача підлеглому завдання або дії, які повинен здійснити керівник, то вони висвітлювалися у працях В. Авер'янова, Н. Гергелюк, А. Крусян, Т. Мацелик, М. Сидора.

Вітчизняні науковці М. Виноградський, А. Виноградська, В. Гурієвська, Г. Одинцова, А. Рачинський, Л. Скібіцька розглядають аспекти делегування повноважень, зокрема права працівника у разі делегування йому повноважень, дотримання правил взаємодії керівника та підлегло, що сприяє ефективності їх взаємодії. У нау-

кових працях дослідники також розглядають переваги раціонального делегування повноважень і відповідальності, вказуючи на перешкоди щодо ефективного делегування повноважень.

Метою дослідження є виявлення чинників, що перешкоджають активному делегуванню повноважень, а також систематизація етапів процесу делегування відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне управління організацією є досить складною, трудомісткою роботою, яку можуть виконувати лише фахівці нової генерації, озброєні сучасними знаннями та вміннями. Першочергове завдання менеджменту полягає у створенні організаційної культури, творчого інноваційного простору, які стимулюють працівників на нововведення. Керівники різних ланок повинні володіти навичками технологічних і організаційних змін. Важливим є створення спонукальних стимулів для працівників, під час застосування яких виникає бажання працювати для досягнення цілей організації. Звідси формується ще одне завдання керівника – підібрати кваліфікований персонал, розробити організаційну структуру, стратегічний напрям його діяльності, координувати роботу підлеглих, при цьому боротися з непродуктивними витратами часу [6].

Ефективним виконанням завдань керівника є основоположний принцип менеджменту оптимального поєднання централізації і децентралізації в управлінні. Важливо зазначити, що поєднання централізації і децентралізації в менеджменті – це проблема розподілу повноважень на прийняття конкретно визначених рішень відповідно кожного рівня управлінської ієрархії. У великих організаціях із багаторівневою структурою управління централізація призводить до затримок у прийнятті рішень, зниження їх якості і сили цілеспрямованого управлінського впливу. У цьому разі на більш низькому рівні управління повинна бути спрямована найбільша кількість повноважень керівника щодо оперативного управління виробництвом чи надання послуг.

Оптимальним варіантом вважається підхід, коли централізовані рішення відносяться до розроблення цілей і стратегій організації у цілому, а децентралізованими – рішення, пов'язані з оперативним управлінням. Децентралізована форма управління передбачає передачу прав прийняття рішень виробничим

відділенням (операційно-господарській ланці), що користуються господарською самостійністю. Також децентралізація передбачає створення виробничих відділень, які забезпечені повною господарською самостійністю, що наділені широкими повноваженнями як у сфері виробництва, так і у сфері збуту. За вищою ланкою, тобто адміністрацією, зберігаються функції контролю над оперативною діяльністю відділень, координація їхньої роботи та визначення основних напрямів для забезпечення ефективності і прибутковості діяльності організації, а також здійснення перспективного планування. Проте створення виробничих відділень не означає, що відповідна організація керується на основі децентралізації. Тому ступінь децентралізації управління визначається ступенем надання повноважень або прав прийняття самостійних рішень керуючим відділеннями, тобто має місце делегування повноважень.

Удосконалюючи розподіл повноважень, тим самим удосконалюємо поділ праці, створюємо умови для кращого планування роботи керівників, звільнення їх від витрат часу на виконання другорядних завдань. Загалом термін «повноваження» означає право, надане комусь на здійснення чогось [4, с. 153].

Організація взаємодії та повноважень ґрунтується на взаємовідносинах повноважень, які пов'язують вищі рівні управління з нижчими і забезпечують можливість розподілу та координації завдань. Повноваження – це обмежене право використовувати ресурси організації і спрямовувати зусилля деяких її співробітників на виконання певних завдань. Повноваження розрізняють: лінійні (передаються безпосередньо до підлеглого і далі до інших підлеглих; делегування лінійних повноважень створює ієрархію рівнів управління організацією; дають узаконену владу) та функціональні (штабні), що делегуються менеджером вищого рівня управління, який керує певною функцією менеджменту, менеджеру нижчого рівня управління, який керує аналогічною функцією [7].

Засобом, за допомогою якого керівництво встановлює відносини між рівнями повноважень, є *делегування*. Делегування тісно пов'язане з такими категоріями, як «повноваження» і «відповідальність». Делегування означає передачу завдань і повноважень особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання. Делегування повноважень полягає у передачі керівником окремим своїм підлеглим частини відповідних повноважень і функціональної відповідальності, які стосуються виконання тих чи інших завдань. Менеджер надає право безпосередньо підлеглим йому особам самостійно здійснювати певні дії або приймати відповідні рішення [7, с. 69].

У результаті делегування здійснюється розподіл праці в системі управління. За працівником закріплюється конкретне виконання завдань. Виконання цієї вимоги залежить від особистих якостей керівника, від його розуміння необхідності делегування обов'язків, а також від рівня професіоналізму підлеглих. Делегування відбувається лише тоді, коли воно буде підкріплено делегуванням повноважень (прав і відповідальності) та надає працівнику можливості для якісного й ініціативного виконання обов'язків. *Делегування повноважень* демонструє передачу підлеглим прав, що забезпечують прийняття рішень у процесі виконання конкретної роботи. Однак делегування не означає, що вищий керівник зовсім відмовляється від прав і обов'язків виконання делегованих питань, він несе повну відповідальність за дії підлеглих, яким він делегував повноваження. Слід зазначити, що раціональне делегування обов'язків і повноважень забезпечує:

- швидке та своєчасне прийняття рішень;
- скорочення витрат часу і засобів на інформаційне забезпечення рішень;
- розширення можливостей більш повного прояву працівниками своїх здібностей, залучення в управління безпосередніх виконавців;
- звільнення керівника від витрат часу на рішення дрібних питань для збільшення можливостей для кваліфікованого розроблення загальних проблем, що мають більше значення для розвитку організації;
- передачу тимчасових доручень підлеглим для виконання завдання, що не передбачене його прямими обов'язками.

Спрямування і зміст рішення ухвалює керівник (технічні, організаційні, економічні, кадрові, соціальні), при цьому вони завжди зачіпають інтереси працівників організації. Кожен менеджер має у своєму підпорядкуванні інших працівників, а це означає, що йому надано право управляти іншими людьми (персоналом) і нести персональну відповідальність за роботу підлеглих. Основними сферами відповідальності керівника є:

- виконання завдань структурним підрозділом;
- якість продукції (послуг);
- використання виробничих ресурсів;
- здоров'я і життя персоналу.

З огляду на зазначене, основними повноваженнями в галузі управління є взаємопов'язані складники: право менеджера управляти іншими працівниками, обов'язок ухвалювати управлінські рішення, відповідальність за результати роботи підлеглому персоналу. Таким чином, підвищує результативність роботи підрозділу, мотивацію виконавця і керівника. Завдання важливо делегувати, передбачаючи конкретні строки виконання. При цьому в обов'язки менеджера

входять як визначення цілі завдання, так і контроль над його виконанням. Делегувати варто окремі операції, що мають можливість повторюватися та плануватися, а їх виконання може забезпечити високу якість прийняття рішень.

Важливо звернути увагу на поетапний процес делегування відповідальності (рис. 1). Персонал зобов'язаний виконувати поставлені завдання та відповідати за їх конструктивне рішення. Відповідальність означає, що працівник відповідає за результати виконання завдання перед тим, хто передає йому повноваження. Варто зазначити, що делегування реалізується тільки у разі прийняття повноважень і відповідальність не може бути делегована. Керівник не повинен розмежувати відповідальність, перекладаючи її підлеглим. Однак особа, на яку покладають відповідальність за рішення певного завдання,

не обов'язково повинна виконувати його особисто, вона може залишатися відповідальним за якісне завершення роботи.

Важливим елементом готовності до виконання своїх функцій є вміння брати на себе відповідальність. Особливо це стосується тих випадків, коли рішення приймають в умовах протиріччя поглядів, недостатньої комунікації, при цьому великого значення набувають інтуїція, передбачення, досвід, довіра до підлеглих. На ефективність делегування повноважень також може впливати стиль роботи менеджера з жорсткими, адміністративними методами управління. Такий керівник намагається одноосібно приймати рішення з більшості питань, а також вимагає від підлеглих чіткого виконання прийнятих ним рішень і особисто проводить тотальний контроль. Відповідно, обмежуються

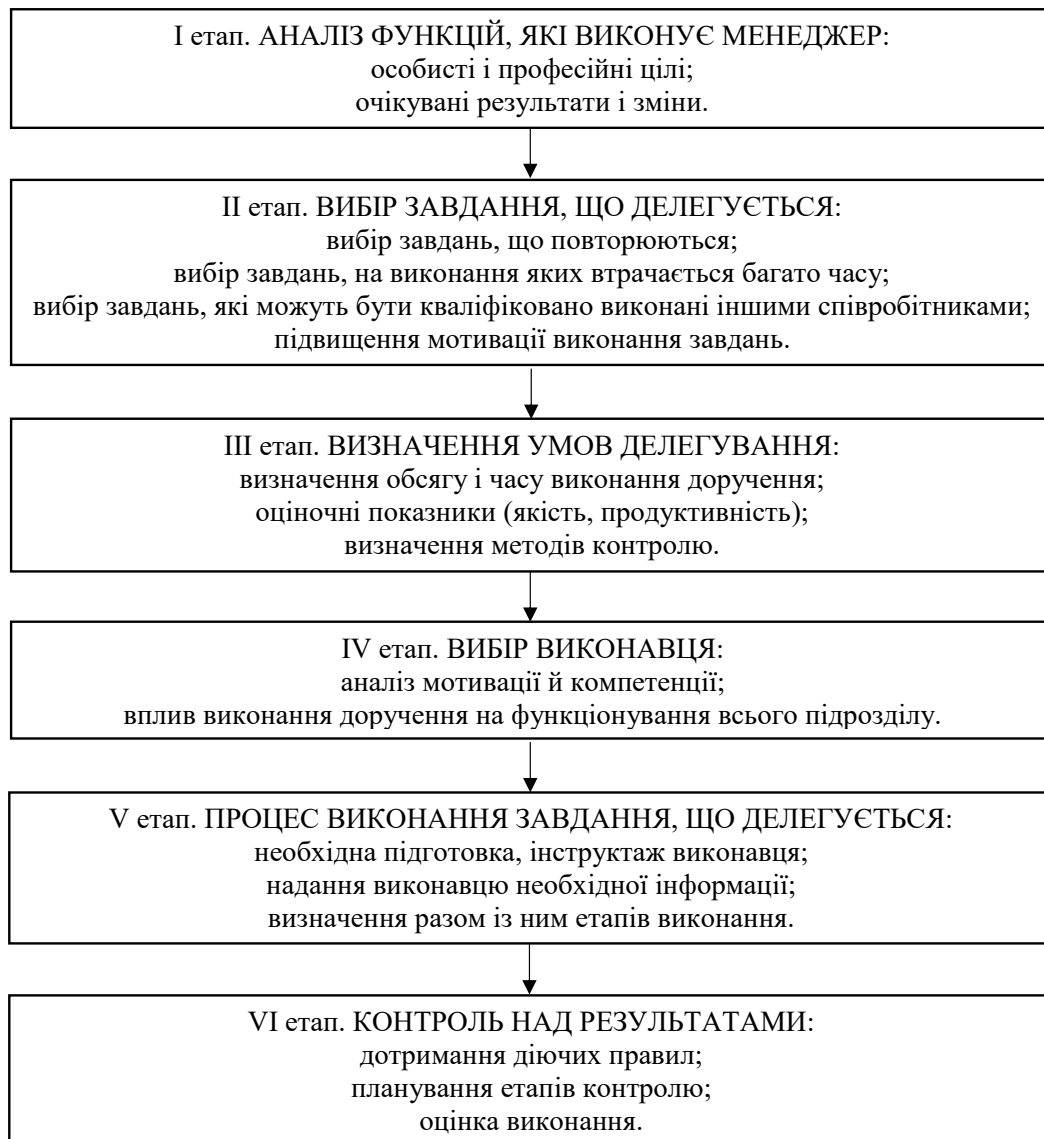


Рис. 1. Етапи процесу делегування відповідальності

Джерело: складено автором на основі [3, с. 183]

активність, ініціатива, самостійність, творчий підхід. У деяких випадках об'єктивний аналіз показує, що більшість функцій виконуваних менеджером успішно може реалізовуватися на більш низькому рівні управління (помічниками та іншими підлеглими).

Також варто звернути увагу на чинники, що перешкоджають активному делегуванню повноважень. *Недовіра до підлеглих*, тобто невпевненість менеджера, що підлеглі якнайкраще виконають доручену їм роботу. *Недооцінка здібностей підлеглих*, коли, випробувавши працівників в умовах самостійності та підвищеної відповідальності, менеджер не делегує їм окремі права та повноваження. *Бажання керівника самому брати участь у розв'язанні всіх виробничих конфліктів*, що призводить до втрати відчуття перспективи, обмеження активності працівників, перевантаження менеджера. *Неправильне розуміння престижності*, при цьому менеджери вважають, що вони повинні знати все про свою організацію (підприємство) і на вимогу дати вичерпну інформацію з будь-якого питання. *Прискіплива дріб'язкова оцінка підлеглих та постійні зауваження*, вказівки в процесі оперативної роботи призводять до втрати самостійності, зниження відповідальності. *Прагнення до влади та небажання поступитися частиною своїх прав* знижують роль менеджера в управлінні. *Наявність несанкціонованих завдань* виявляється тоді, коли один функціональний менеджер окремого

відділу намагається доручити виконання несанкціонованих завдань іншим підрозділам. *Спроби підлеглих перекласти виконання своїх функцій на безпосередніх менеджерів* (делегування знизу). *Невпевненість, що виявляється через побоювання викликати незадоволення підлеглих* унаслідок покладання на них додаткових обов'язків, Негативним є також невпевненість у правильності виконання завдань.

Висновки з проведеного дослідження. Делегування повноважень від вищих рівнів управління доцільне лише тоді, коли воно сприяє підвищенню ефективності роботи персоналу, а також зростанню ефективності функціонування структурних підрозділів та організації у цілому. Для цього важливим є встановлення чіткого терміну та контролю над виконанням завдань і діяльністю підлеглих. Контроль як функція менеджменту в контексті делегування повноважень може здійснюватися в різних формах і різними суб'єктами, а саме: безпосередньо менеджером, який ухвалив рішення або довів до відома підлеглих заплановані завдання; уповноваженими на це керівниками підрозділів чи окремими працівниками; спеціальною службою контролю. Також для вирішення певних складних завдань створюється тимчасова цільова контрольна комісія з висококваліфікованих фахівців, яким доручають вивчення конкретної справи, виявлення причин відхилень та інші неконструктивні моменти відповідної ситуації.

Список використаних джерел:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. Москва : Аспект Пресс, 2004. 365 с.
2. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Менеджмент в організації : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2004. 598 с.
3. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Організація праці менеджера : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 504 с.
4. Данюк В.М. Організація праці менеджера : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2006. 276 с.
5. Організаційна поведінка / Дон Гелрідж та ін. ; пер. з англ. І. Тарасюк. М. Зарицка, Н. Гайдукевич. Київ : Основи, 2001. 726 с.
6. Савельєва В.С., Єськов О.Л., Вакулєнко В.М. Організаційна поведінка. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 240.
7. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 360 с.

References:

1. Andreeva H. M. (2004) *Sotsyalnaia psikhohohyia [Social Psychology]*. Moscow: Aspekt Press, 365 p.
2. Vynohradskyi M. D., Vynohradska A. M., Shkanova O. M. *Menedzhment v orhanizatsii : navch. posib. dlia stud. ekon. spets. vuziv*. Kyiv : Kondor, 2004. 598 p.
3. Vynohradskyi M. D., Vynohradska A. M., Shkanova O. M. *Orhanizatsiia pratsi menedzhera : navch. posib*. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 2012. 504 p.
4. Daniuk V. M. *Orhanizatsiia pratsi menedzhera : navch. posib*. Kyiv : KNEU, 2006. 276 p.
5. *Orhanizatsiina povedinka [Organizational behavior]*. (2001) Don Helrihel ta in; perekl. z anhli. I. Tarasiuk. M. Zarytska, N. Haidukevych. Kyiv: Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy», 726 p.
6. Savelieva V. S., Yeskov O. L., Vakulenko V. M. (2012) *Orhanizatsiina povedinka [Organizational behavior]*. Kyiv: «Tsentr uchbovoi literatury», 240 p.
7. Skibitska L. I. *Orhanizatsiia pratsi menedzhera : navch. posib*. Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 2010. 360 s.

**РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

УДК 656.7.072(045)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-9>**Олешко Т.І.**доктор технічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
Національного авіаційного університету**Попик Н.В.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики
Національного авіаційного університету**Юровицька О.М.**студентка
Національного авіаційного університету**Tamara Oleshko, Nataliia Popyk, Oleksandra Yurovytska**
National Aviation University**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АВІАКОМПАНІЇ
«МІЖНАРОДНІ АВІАЛІНІЇ УКРАЇНИ»****STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT
OF PASSENGER TRANSPORTATION OF UIA AIRLINE**

У статті висвітлюється поняття «економічна безпека» та її роль в авіаційній галузі, розкривається вплив основних ризиків, що загрожують фінансово-економічному зростанню, на прикладі найбільшої авіакомпанії в Україні «Міжнародні авіалінії України». Оскільки авіаційна галузь стрімко розвивається та є невід'ємною часткою економіки в Україні, то постає питання у збільшенні прибутку авіакомпанії і в уникненні збитків, що можуть негативно вплинути на фінансово-економічну ситуацію в країні в умовах нестабільної економічної ситуації. Економічний і політичний стан країни, а також її роль у світовому співтоваристві має суттєвий вплив як на зовнішню, так і на внутрішню складові частини безпеки повітряного транспорту країни, тому проведення аналізу економічної безпеки МАУ дасть змогу виявити основні ризики, що несуть найбільшу загрозу економічному функціонуванню авіакомпанії та авіаційної галузі країни.

Ключові слова: економічна безпека, авіаційна галузь, авіаційний транспорт, авіаційні перевезення, МАУ, ризики економічної безпеки, COVID-19.

В статье освещается понятие «экономическая безопасность» и ее роль в авиационной отрасли, раскрывается влияние основных рисков, угрожающих финансово-экономическому росту на примере крупнейшей авиакомпании в Украине «Международные авиалинии Украины». Поскольку авиационная отрасль стремительно развивается и является неотъемлемой частью экономики в Украине, то возникает вопрос в увеличении прибыли авиакомпании и в избежании убытков, которые могут негативно повлиять на финансово-экономическую ситуацию в стране в условиях нестабильной экономической ситуации. Экономическое и политическое положение страны, а также ее роль в мировом сообществе оказывает существенное влияние как на внешнюю, так и на внутреннюю составляющие безопасности воздушного транспорта страны, поэтому проведение анализа экономической безопасности МАУ позволит выявить основные риски, которые несут наибольшую угрозу экономическому функционированию авиакомпании и авиационной отрасли страны.

Ключевые слова: экономическая безопасность, авиационная отрасль, авиационный транспорт, авиационные перевозки, МАУ, риски экономической безопасности, COVID-19.

As the aviation industry is developing rapidly and is an integral part of the economy in Ukraine, there is a question of increasing the airline's profits and most importantly – to avoid losses that could adversely affect the financial and economic situation in the country in an unstable economic situation.

Today it is accepted to consider economic security of any object as a level of its protection against internal and external threats. So the provision of air safety will not be complete without compliance with the appropriate level of safety requirements and aviation safety requirements. The constantly arising problems of stability, safety and efficiency of functioning of a transport complex are influenced by the following aspects: exhaustion of national technical, technological and managerial resources that affect the sustainable development of the country's transport sector, as well as the quality of transport services; systemic crises, global challenges and threats to both national and economic security of the country; strengthening global competition and deep structural transformations of the world economy and the economy of market relations; lack of anti-crisis management in providing efficient, high-quality and safe transport services to the population and the defense complex; the growth of the shortage of human capital, which is determined by the quality of the established professional level of personnel required in the system of structural and innovative transformations in transport; global challenges of terrorist activities in transport. The economic and political situation of the country, as well as its role in the world community has a significant impact on both external and internal components of air safety, so the analysis of UIA's economic security will identify the main risks that pose the greatest threat to the airline industries of the country.

Key words: economic security, aviation industry, air transport, air transportation, UIA, economic security risks, COVID-19.

Постановка проблеми. Економічна безпека є складовою частиною поняття національної безпеки, яка включає в себе всі інші аспекти безпеки: оборонну, інформаційну, екологічну, транспортну та інші.

Економічна безпека авіаційного транспорту являє собою стан захищеності об'єкта, тобто авіаційного транспорту, від різного роду негативних впливів і нанесення шкоди господарської діяльності, пов'язаної із задоволенням певних потреб у послугах об'єкта. Тому питання економічної безпеки авіакомпанії є актуальним, оскільки вона є складником, що формує економічну систему держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню стану економічної безпеки авіаційної галузі в Україні присвячено наукові роботи таких учених, як Г.В. Козаченко, О.В. Ареф'єва, Е.І. Данілова, А.І. Соловйова. У працях А.О. Калиновського, Н.І. Горбаль, Н.Л. Калиновської висвітлено тенденції розвитку авіаційної сфери України. Також дослідженнями в авіаційній сфері займаються провідні міжнародні організації: ICAO, IATA.

Мета дослідження. Метою статті є аналіз, характеристика та визначення основних ризиків, що несуть загрозу економічній безпеці у сфері авіаційного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині прийнято розглядати економічну безпеку будь-якого об'єкта з двох сторін: як рівень його захищеності від внутрішньої загрози та від зовнішньої. Таким чином, забезпечення безпеки авіаперевезень не буде повним без дотримання на належному рівні вимог із безпеки польотів, а також вимог щодо авіаційної безпеки. Безпека польотів як показник захищеності об'єкта від внутрішньої загрози залежить від якості функціонування основних складових його ланок, до яких можна віднести стан ек-

сплуатованої авіаційної та наземної техніки, кваліфікацію льотного і технічного складу, а також персоналу служб управління повітряним рухом і забезпечення польотів.

Авіаційна безпека спрямована на захист повітряного транспорту від зовнішнього втручання та загроз, до яких це втручання може призвести. Для забезпечення безпеки проводиться комплекс заходів, що включає в себе забезпечення охорони повітряних суден, аеропортів, а також інших об'єктів інфраструктури, огляд членів екіпажів, обслуговуючого персоналу, пасажирів, ручної поклажі, багажу, бортових запасів та іншого вантажу, а також запобігання і припинення спроб захоплення повітряних суден.

В Україні за авіаційну безпеку відповідає Управління системою авіаційної безпеки, що є структурним підрозділом Державної авіаційної служби України.

Основними завданнями Управління системою авіаційної безпеки є:

1. Реалізація єдиної державної політики у сфері авіаційної безпеки (далі – АБ), захисту цивільної авіації (далі – ЦА) від актів незаконного втручання (далі – АНВ) та кіберзагроз.

2. Розроблення та введення правил, практики і процедур для захисту цивільної авіації від актів незаконного втручання з урахуванням аспектів безпеки, регулярності й ефективності польотів.

3. Підготовка проектів законодавчих та нормативно-правових актів щодо реалізації державної політики і планування у сфері авіаційної безпеки.

4. Здійснення державного нагляду за забезпеченням авіаційної безпеки суб'єктами авіаційної діяльності (у тому числі іноземними – на території України та українськими – за межами України), їх захистом від актів незаконного

втручання відповідно до Державної програми контролю якості забезпечення авіаційної безпеки цивільної авіації.

5. Проведення аналізу й оцінки загроз та ризиків цивільній авіації.

6. Забезпечення оперативного реагування на всі посилення загроз безпеці.

7. Планування та реалізація запобіжних заходів протидії АНВ та кіберзагроз у діяльності ЦА.

Безпека повітряного транспорту тісно пов'язана з величезною кількістю чинників, насамперед економічних.

На постійно виникаючі проблеми стійкості, безпеки та ефективності функціонування транспортного комплексу впливають такі аспекти, як:

– вичерпання національних технічних, технологічних, а також управлінських ресурсів, які впливають на сталий розвиток транспортного комплексу країни, а також на якісне надання транспортних послуг;

– системні кризи, глобальні виклики та загрози як національній, так і економічній безпеці країни;

– посилення глобальної конкуренції і глибокі структурні перетворення світового господарства та економіки ринкових відносин;

– відсутність антикризового управління у наданні ефективних, якісних і безпечних транспортних послуг населенню та оборонному комплексу;

– зростання дефіциту людського капіталу, що визначається якістю встановленого професійного рівня кадрів, що необхідні в системі структурних і інноваційних перетворень на транспорті;

– глобальні виклики терористичної діяльності на транспорті [2].

Водночас стан транспорту і його безпека є одними з ланок економічної безпеки країни, оскільки саме транспорт пов'язує регіони в єдине ціле, дає можливість перевозити товари різного виду по країні, допомагає в продовольчому забезпеченні, необхідному для того чи іншого суб'єкта.

В Україні найбільшим авіаперевізником є компанія «Міжнародні Авіалінії України», яка є лідером за кількістю здійснених рейсів. У 2019 році авіакомпанія виконала 58 772 рейси [5].

На початковому етапі основним завданням МАУ було налагодити пряме повітряне сполучення зі столицями та ключовими містами Західної Європи, з чим авіакомпанія успішно справлялася, реалізуючи модель point-to-point та планомірно розширюючи мережу маршрутів.

Поточний флот МАУ складається з п'яти літаків Embraer 190, двох Embraer 195, 21-ого Boeing 737-800, чотирьох Boeing 737-900, чотирьох Boeing 767-300 і трьох Boeing 777-200ER [8].

Рівень економічної безпеки МАУ залежить від внутрішніх та зовнішніх ризиків, що негативно впливають на її економічне функціонування. Проблеми оцінки ризиків компанії є досить актуальними, особливо в умовах світової фінансово-економічної кризи та пандемії COVID-19.

Основними ризиками економічної безпеки компанії є:

1. Кредитний ризик та ризик ліквідності.

Авіакомпанія в період з 2015 до 2018 року зазнала значних змін у фінансово-економічному секторі. За 2015 рік компанія «Міжнародні Авіалінії України» отримала збиток у розмірі 504,923 млн грн. та скоротила його у 3,2 раза

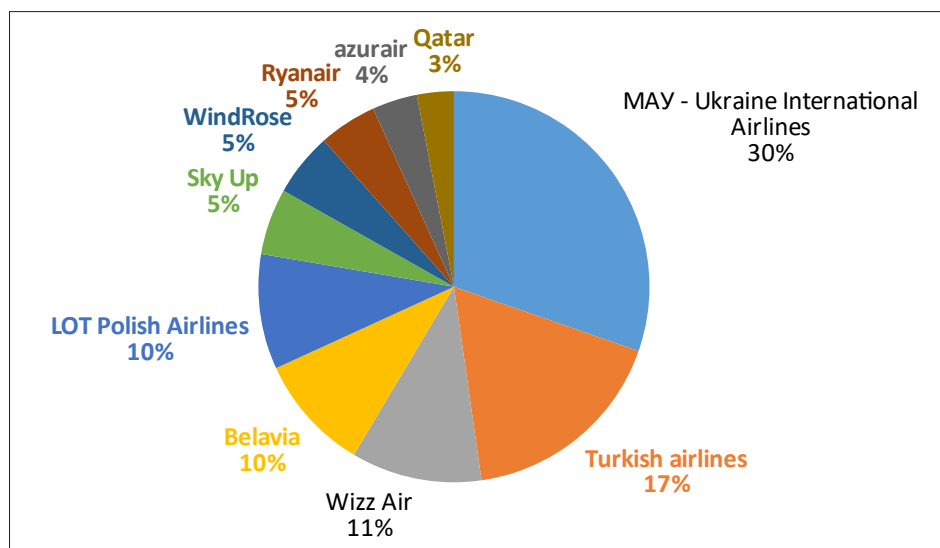


Рис. 1. Обсяги здійснених рейсів на території України найбільшими авіакомпаніями за 2019 рік

порівняно з 2014 роком. У 2016 році компанія перший раз за 3 роки стала прибутковою з чистим прибутком у розмірі 387,88 млн грн.

Наприкінці 2018 року чистий збиток авіакомпанії становив 2696,13 млн грн., що стало антирекордом за останні роки функціонування компанії. За 2018 рік негативна розрахункова вартість чистих активів авіакомпанії зросла більш ніж удвічі – до 5240,47 млн грн. За фінансовими результатами діяльності компанії було оприлюднено, що МАУ має два прострочених кредити банкам на 650,4 млн грн. і векселі на 299,5 млн грн.

У 2019 році авіакомпанія значно поліпшила своє фінансове становище, але залишилася збитковою.

2. Валютний і товарно-ціновий ризик.

Станом на грудень, за даними Міністерства Фінансів України, курс Національного Банку України становить 27,75 грн. за 1 долар США та 33,68 грн. за 1 євро, а у січні 2018 року курс валют становив 28,66 грн. за 1 долар США та 35,34 грн. за 1 євро. З січня 2018 по грудень 2020 року курс валют постійно то збільшувався, то зменшувався, а оскільки компанія веде свою діяльність через міжнародну мережу, така нестабільність валютного курсу призводить до збільшення цін на авіаційний керосин та запчастини.

Проаналізувавши динаміку цін на паливо та мастила, можна побачити, що за збільшення курсу валют відбувається і підвищення цін на паливо (рис. 2). Як бачимо, в періоди, коли курси валют знижувалися, ціни на паливо або не зменшувалися, або зменшувалися незначною мірою [7].

3. Ризики авіаційної безпеки та безпеки польотів.

Усі літаки авіакомпанії МАУ є новими та, перебуваючи на певному етапі експлуатації,

навіть робочі повістю замінюються, а старі – утилізуються або передаються заводу-виробнику для продовження терміну подальшої експлуатації. Досить жорсткі перевірки обладнання авіакомпанії здійснює Європейське агентство з безпеки польотів (EASA), використовуючи програму SAFA. Інформацію про вік повітряного судна пасажир може отримати на офіційному сайті перевізника [10].

Фактично МАУ забезпечує для своїх пасажирів максимальну безпечність польотів, однак є неістотна ймовірність авіакатастроф. Як приклад можна навести авіакатастрофу, що сталася 8 січня 2020 року: збиття Boeing 737 під Тегераном. Загинули всі, хто перебував на борту: 176 осіб, з яких 167 пасажирів і 9 членів екіпажу. Усі члени екіпажу та двоє пасажирів були громадянами України. Керівництво МАУ заявило, що технічний стан літака був хорошим, помилка пілотів виключена, а екіпаж було заздалегідь підсилено досвідченими пілотами, враховуючи складність рейсу [9].

Авіакомпанія вже здійснила всі страхові виплати та компенсації сім'ям постраждалих у авіакатастрофі (по 22 тис. доларів) згідно з усіма міжнародними правилами й страховими договорами [4].

4. Ризик якості послуг.

За даними інтернет-ресурсу Tripadvisor, із 3858 відгуків пасажирів МАУ тільки 1262 пасажирів задоволені якістю польотів на борту. Результати опитування зображені на рисунку 3 [12].

Одним із вагомих показників, що визначають рівень надання послуг авіакомпанії, є пунктуальність рейсів. За результатами 2019 року авіакомпанія «Міжнародні Авіалінії України» здійснила близько 60 000 рейсів, з яких 88,8% були своєчасними. У січні-жовтні 2020 року було виконано 12 878 рейсів із пунктуальністю

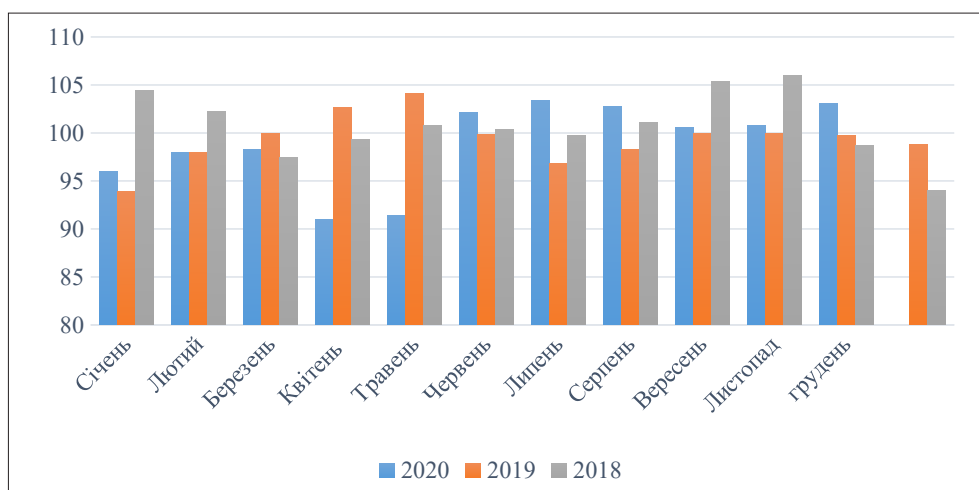


Рис. 2. Динаміка цін на паливо та мастила

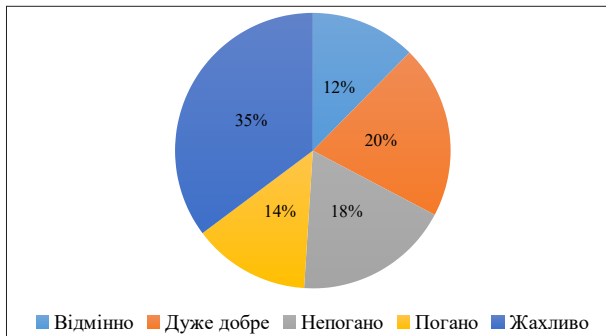


Рис. 3. Оцінки сервісу пасажирів, що скористалися послугами МАУ

на рівні 88,5%, а в жовтні 2020 року авіакомпанія здійснила 1095 рейсів, забезпечивши виконання за розкладом на 92,7% [8].

На високому рівні працює і служба підтримки МАУ. З початком пандемії до Центру підтримки клієнтів кожного дня надходять тисячі звернень пасажирів, які постраждали від скасування рейсів через COVID-19. У період із квітня по листопад 2020 року було опрацьовано 85 861 запит пасажирів та оформлено повернення на суму у розмірі майже 22 мільйони доларів [8].

5. Ризик надзвичайних ситуацій.

Авіакомпанія, як і будь-яка організація, метою якої є отримання та збільшення прибутку, не може передбачити і вжити всіх заходів для уникнення збитків, якщо настає надзвичайна ситуація.

У 2020 році у зв'язку з розповсюдженням COVID-19 та введенням карантинних умов під час простою компанія зазнала великих збитків через неможливість здійснювати свою діяльність.

З березня по травень 2020 року, під час пандемії, компанія «Міжнародні Авіалінії України»

зазнала 6 млн доларів збитку. Кожен місяць простою авіакомпанії коштували близько 14,5 млн доларів обов'язкових витрат.

У зв'язку із простоєм і карантинними умовами компанії довелося скоротити близько 900 висококваліфікованих співробітників. До введення карантинних умов штат МАУ становив близько 2560 чоловік [9].

У зв'язку з епідеміологічною ситуацією в Україні авіакомпанія не може здійснювати повноцінно свою операційну діяльність та вимушена звертатися до уряду з проханням у наданні кредитних коштів для виконання усіх зобов'язань та стабілізації фінансового сектору компанії.

Тільки з 15 червня авіакомпанія відновила сполучення та станом на кінець жовтня 2020 року перевезла 1 451 332 пасажирів, зокрема 1 004 852 пасажирів регулярних рейсів та 446 480 пасажирів чартерних рейсів.

Період відновлення роботи компанії буде тривати до початку літньої навігації 2021 року, а значить, перспектива вийти на беззбиткову діяльність з'явиться лише в літню навігацію з квітня 2021 року [10].

Висновки. Отже, найбільший вплив на економічну безпеку МАУ має ризик надзвичайних ситуацій, оскільки через виникнення COVID-19 та припинення авіап перевезень у березні-травні 2020 року МАУ зазнала величезних збитків та змушена була скоротити персонал.

Нині для мінімізації негативного впливу ризиків на діяльність і фінансовий стан авіакомпанії МАУ доводиться переглядати фінансову політику і зменшувати витрати, оптимізувати в бік звуження маршрутну мережу та закривати деякі напрями польотів.

Список використаних джерел:

1. Олешко Т.І. Геець І.О., Павлюк Є.Л. Стан і перспективи розвитку пасажирських перевезень авіакомпанії МАУ. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 1(75). С. 164–169.
2. Офіційний сайт Державної авіаційної служби України. URL: <http://avia.gov.ua> (дата звернення: 02.12.2020).
3. Інформаційний портал новин «Eurocontrol». URL: www.eurocontrol.int (дата звернення: 02.12.2020).
4. Інформаційний сайт. URL: <http://aviationknowledge.com> (дата звернення: 02.12.2020).
5. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://mtu.gov.ua> (дата звернення: 15.12.2020).
6. Інформаційний портал новин «Avianews». URL: <https://www.avianews.com> (дата звернення: 02.12.2020).
7. Офіційний сайт державного комітету статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.12.2020).
8. Офіційний сайт Міжнародних авіаліній України. URL: www.flyuia.com (дата звернення: 02.12.2020).
9. Інформаційний портал новин «Ukrinform». URL: www.ukrinform.ru/tag-avia (дата звернення: 02.12.2020).
10. Інформаційний портал новин «Bykvu». URL: <https://bykvu.com> (дата звернення: 02.12.2020).
11. Інформаційний портал новин «Epravda». URL: <https://www.epravda.com.ua> (дата звернення: 02.12.2020).
12. Інформаційний сайт «Tripadvisor». URL: <https://www.tripadvisor.ru/>. (дата звернення: 30.12.2020).

References:

1. Oleshko T.I., Heiets I.O., Pavliuk Y.L. (2017) Analiz suchasnoho stanu aviatsiinoi haluzi Ukrainy [Analysis of the current state of the aviation industry in Ukraine]. *Problemy systemnoho pidkholu v ekonomitsi*, vol. 5, pp. 80–83.
2. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi aviatsiinoi sluzhby Ukrainy. Available at: <http://avia.gov.ua>
3. Informatsiyniy portal novyn «Eurocontrol». Available at: <http://www.eurocontrol.int>
4. Informatsiyniy sait. Available at: <http://aviationknowledge.com>
5. Ofitsiyniy sait Ministerstva infrastruktury Ukrainy. Available at: <http://mtu.gov.ua>
6. Informatsiyniy portal novyn «Avianews». Available at: <https://www.avianews.com>
7. Ofitsiyniy sait derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>
8. Ofitsiyniy sait Mizhnarodnykh avialinii Ukrainy. Available at: <https://www.flyuia.com/ua>
9. Informatsiyniy portal novyn «Ukrinform». Available at: <https://www.ukrinform.ru/tag-avia>
10. Informatsiyniy portal novyn «Bykvu». Available at: <https://bykvu.com>
11. Informatsiyniy portal novyn «Epravda». Available at: <https://www.epravda.com.ua>
12. Informatsiyniy sait. Available at: <https://www.tripadvisor.ru/>.

**ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

УДК 332.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-10>**Качановський О.І.**заступник директора з виробничої роботи
ВСП «Рівненський фаховий коледж
Національного університету біоресурсів
і природокористування України»
ORCID: <https://orcid.org/00000-0002-2322-8089>**Kachanovskyi Oleh**Rivne College of National University
of Bioresources and Nature Management of Ukraine**ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ,
СПРИЧИНЕНИХ НЕПРОВЕДЕННЯМ РЕКУЛЬТИВАЦІЇ ЗЕМЕЛЬ****ECONOMIC RATIONALE FOR RECOVERY OF DAMAGES
CAUSED BY THE FAILURE TO RECULTIVATE LANDS**

Державна політика у сфері забезпечення екологічної безпеки на підприємствах видобувної галузі не відповідає вимогам часу. Мінімізація негативних явищ та поліпшення екологічної ситуації можлива шляхом: обов'язкової рекультивациі та екологічної реабілітації територій, порушених внаслідок провадження виробничої діяльності видобувної промисловості; забезпечення максимально повного використання видобутих корисних кюкопалін, мінімізації відходів під час їх видобутку та переробки; приведення законодавчих і економічних механізмів у відповідність із міжнародними і європейськими вимогами екологічного права, посиленням контрольних функцій органів влади, високим рівнем наукової обґрунтованості заходів щодо екологізації виробничої діяльності. З позицій екологічної економіки нинішня економічна система базується на експлуатації навколишнього середовища. Видобуток корисних копалин – це класичний приклад цього явища. Жоден із видобувних ресурсів не знаходить реальної економічної оцінки, а оцінюється насамперед за виробничими витратами (тобто витратами безпосередньо на видобування, транспортування). На протигау «добувній економіці», господарська діяльність, що побудована на засадах екологічної економіки, базується на понятті природного капіталу. Отже, рекультивациія земель після закінчення використання родовища є обов'язком користувача надр, що впливає з правил користування.

Ключові слова: порушені землі, рекультивациія, реабілітація земель, класифікація порушених земель, напрями рекультивациія, розмір відшкодування збитків.

Государственная политика в сфере обеспечения экологической безопасности на предприятиях добывающей отрасли не отвечает требованиям времени. Минимизация негативных явлений и улучшение экологической ситуации возможна путем: обязательной рекультивации и экологической реабилитации территорий, нарушенных в результате осуществления производственной деятельности добывающей промышленности; обеспечения максимально полного использования добытых полезных ископаемых, минимизации отходов при их добыче и переработке; приведение законодательных и экономических механизмов в соответствие с международными и европейскими требованиями экологического права, усилением контрольных функций органов власти, высоким уровнем научной обоснованности мер по экологизации производственной деятельности. С позиций экологической экономики, нынешняя экономическая система базируется на эксплуатации окружающей среды. Добыча полезных ископаемых – это классический пример этого явления. Ни один из добывающих ресурсов не находит реальной экономической оценки, а оценивается прежде всего по производственным затратам (то есть затратам непосредственно на добычу, транспортировку). В противовес «добывающей экономике» хозяйственная деятельность, построенная на принципах экологической эконо-

мики, базується на понятті природного капітала. Ітак, рекультивация земель после окончания использования месторождения является обязанностью пользователя недр, что следует из правил пользования.

Ключевые слова: нарушенные земли, рекультивация, реабилитация земель, классификация нарушенных земель, направления рекультивации, размер возмещения убытков.

The state policy within the sphere of environmental safety at the enterprises of extractive industry does not meet the time-based requirements. Minimization of negative phenomena as well as improvement of the environmental situation is possible through: compulsory reclamation and environmental rehabilitation of territories disturbed as a result of extractive industry activities; ensuring the fullest possible use of mined minerals, minimizing waste during their extraction and processing as well; bringing legislative and economic mechanisms into compliance with international and European environmental law requirements, strengthening the control functions of the authorities. Legislation regulating social relations in the sphere of reclamation of disturbed lands requires further changes. Since failure to reclaim disturbed lands is an offense that causes losses to legal owners and users of land plots, the territorial community and the state. Violator of the land legislation, does not perform a set of organizational, technical and biotechnological measures aimed at restoring the soil cover, improving the condition and productivity of disturbed lands in accordance with the approved documentation on land management, illegally receives income from the use for other purposes of funds, according to the estimates in the approved working project of land management, should be directed to the reclamation of disturbed lands. Failure to reclaim disturbed land is the violation that causes damage to legal owners and users of land, the territorial community and the state. A violator of land legislation that does not implement a set of organizational, technical and biotechnological measures aimed at restoring soil cover, improving the condition and productivity of disturbed land in accordance with the approved land surveying documentation illegally receives income from the funds application for other purposes than the ones specified in the cost estimation of the land management project and should have been aimed at reclamation of disturbed land. Introduction of economic and legal mechanism of compensation for damages caused by illegal amber mining, non-performance of land reclamation works after completion of mineral deposits shall provide more effective protection of the interests of the state and territorial communities, rights of land owners and users, shall have a beneficial impact in terms of the reduction of land use violations.

Ключові слова: distributed lands, recultivation, land rehabilitation, distributed land classification, recultivation directions, ecological and economic efficiency.

Постановка проблеми. Недосконалість законодавчої бази, політична нестабільність, перехід до ринкових відносин і нових форм власності загальмували роботи з рекультивациі, які зволікаються у часі або взагалі не виконуються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема рекультивациі земель викликана не тільки гострою необхідністю забезпечення екологічної безпеки ведення гірничих робіт, але і необхідністю освоєння територій, що знаходяться в районах, де розташована значна кількість порушених земель. Так, у 2012 році спеціалістами та вченими Національного центру «Інститут ґрунтознавства та агрохімії імені О.Н. Соколовського», Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара та Дніпропетровського державного аграрного університету була представлена Концепція рекультивациі земель, порушених за відкритого та підземного видобутку корисних копалин [1]. Основними завданнями практичної реалізації цієї концепції є розроблення комплексу стандартів, пов'язаних із нормуванням у галузі рекультивациі земель; розроблення положення про моніторинг порушених і рекультивованих земель. Вчені Національного університету біоресурсів і природокористування України та

Національного центру «Інститут ґрунтознавства та агрохімії імені О.Н. Соколовського» розробили Національний стандарт України ДСТУ 7941:2015 Якість ґрунту. Рекультивация земель. Загальні вимоги [2]. Цей документ установлює загальні вимоги до рекультивациі земель, порушені за відкритого та підземного видобутку корисних копалин, а також торфу, порушених під час будівництва та експлуатації лінійних споруд, виконанні геологорозвідувальних та інших робіт.

У наукових роботах Д.С. Добряка, А.Г. Мартина, В.О. Мандрика досліджуються проблеми раціонального використання земель, еколого-економічні аспекти рекультивациі та вибору технологічних схем відновлення земельних угідь. В.І. Прокопенко, В.І. Фененко, О.О. Кириченко розкривають питання розвитку еколого-економічної оцінки природного потенціалу й удосконалення механізму управління землекористуванням.

Економічні та екологічні проблеми використання природних ресурсів, вдосконалення технології розроблення покладів корисних копалин, можливості рекультивациі земель в умовах інтенсивного видобутку корисних копалин досліджували у своїх працях українські нау-

ковці: Л.В. Дейнеко, А.Я. Сохнич, В.В. Горлачук, А.М. Третяк, В.М. Трегобчук, Р.М. Панас.

Метою статті є дослідження еколого-економічних засад охорони земель та визначення розміру збитків, завданих невиконанням робіт із рекультивації земель.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна є державою з унікальною мінерально-сировинною базою, багатства надр якої зумовлені особливостями геологічної будови її території. Одна з особливостей полягає в тому, що в межах країни поширені найголовніші геоструктурні зони земної кори: платформні, геосинклінальні та перехідні між ними області (крайові прогини). Ці зони характеризуються специфічними рисами геологічної будови і поширенням у їхніх межах певних видів корисних копалин. Величезні площі порушених земель і відвалів гірничих порід, застарілі й екологічно небезпечні технології гірничо-видобувних робіт суттєво погіршили своєрідні ландшафти, що негативно впливає на стан здоров'я і працездатність населення. Недосконалість законодавчої бази, політична нестабільність, перехід до ринкових відносин і нових форм власності загальмували роботи з рекультивації, які зволікаються у часі або взагалі не виконуються. Усе це надає підстави для доцільності вирішення зазначеної проблеми [3].

Рекультивації підлягають землі, які зазнали змін у структурі рельєфу, екологічному стані ґрунтів і материнських порід та в гідрологічному режимі внаслідок проведення гірничовидобувних, геологорозвідувальних, будівельних та інших робіт.

Рекультивація земель є одним з ефективних заходів у розв'язанні проблеми раціонального використання земельних ресурсів і проблеми охорони навколишнього природного середовища загалом. Основне завдання рекультивації полягає в тому, щоби шляхом виконання комплексу спеціальних робіт і заходів привести порушені землі в стан, придатний для використання в сільському, лісовому і рибному господарстві, для промислового й цивільного будівництва, створення рекреаційних зон.

Відповідно до земельного законодавства України підприємства, організації й заклади всіх форм власності під час розроблення корисних копалин, проведення геологорозвідувальних, будівельних та інших робіт зобов'язані:

- земельні ділянки, що вивільнюються, привести у стан, придатний для використання;
- знімати, використовувати і зберігати родючий шар ґрунту під час проведення робіт, пов'язаних із порушенням земель.

Не проведення рекультивації порушених земель є грубим порушенням природоохоронного і земельного законодавств.

Рекультивація земель після закінчення використання родовища є обов'язком користувача надр, тому кошти на рекультивацію мають розглядатися як завершальна частина виробничого процесу, а витрати на створення резервних фондів для рекультивації повинні зменшувати суму, що оподатковується, тобто мають належати до собівартості [4].

Шляхи рекультивації, залежно від природно-господарських особливостей території та інших чинників, можуть бути різними. Проте, вибираючи напрям рекультивації порушених територій, необхідно враховувати комплекс економічних, екологічних та соціальних вимог, що у підсумку сприятиме раціональному перерозподілу територій між різними видами господарського використання [5].

Перед проведенням рекультиваційних робіт необхідна якісна оцінка порушених земель із метою вибору способу подальшого їх цільового використання. При цьому слід враховувати всі наявні вихідні дані (результати обстеження, техніко-економічні умови, способи відсіпання відвалів, наявність токсичних порід на їх поверхні, специфіка гірничо-планувальних робіт і т.д.). Напрямок рекультивації – це відновлення порушених земель для визначеного цільового використання.

Рекультивація земель має здійснюватися за ландшафтно-екологічними принципами, що передбачають оптимальне співвідношення різних напрямів відновлення порушених територій, створення високопродуктивних ценозів, підвищення і відтворення родючості рекультивованих ґрунтів і запобігання негативному впливу техногенних утворень на довкілля.

Повторне використання порушених земель не завжди може збігатися з попереднім їх призначенням.

Для вирішення проблем реабілітації порушених земель в США прийнята програма резервування територій (Conservation Reserve Program) [6]. Відповідно до неї землекористувачі укладають із державою контракт, за яким вони зобов'язані на певний час вилучити із землеробства частину своїх земель, схильних до деградації з метою відновлення природної екосистеми (рис. 1).

Колективом авторів [7] розроблено типологію порушених земель України:

- висока концентрація порушених земель великими (більше 200 га) площами з мілкими (від 1 до 5 м) торфокар'єрними виїмками;
- те ж у співвідношенні із дрібноконтурними (до 100 га) неглибокими (від 5 до 10 м) кар'єрними виїмками локального розповсюдження;

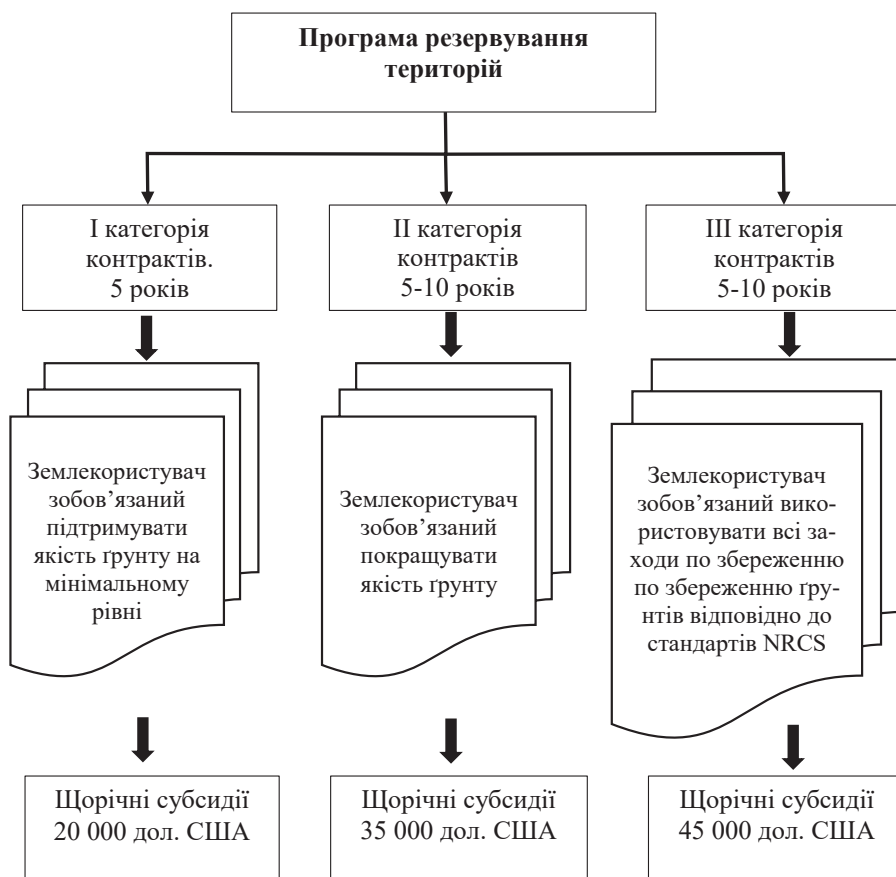


Рис. 1. Механізм реалізації Програми резервування територій США

– локальне розповсюдження порушених земель дрібними (до 10 га) площами з неглибокими (від 5 до 15 м) кар'єрними виїмками;

– те ж у співвідношенні із середньоглибокими (від 15 до 30 м) кар'єрними виїмками і середніми площами (до 100 га); локальне розповсюдження порушених земель дрібними і середніми площами з терасовими нагорними і кар'єрними виїмками;

– рівномірне розповсюдження порушених земель дрібними площами з неглибокими кар'єрними виїмками;

– те ж у співвідношенні з середньоглибокими кар'єрними виїмками і середніми площами;

– висока концентрація порушених земель середніми площами і середньоглибокими кар'єрними виїмками з зовнішніми відвалами;

– висока концентрація порушених земель великими (100 га і більше) площами з внутрішніми відвалами;

– висока концентрація порушених земель крупними і дуже крупними площами з глибокими терасовими кар'єрними виїмками з зовнішніми відвалами;

– висока концентрація порушених земель дрібними площами з прогинами, провалами і териконами.

У нашій державі питання рекультивациі земель є одним з основних завдань правової охорони земель, оскільки чинне законодавство не забезпечує їх належної охорони.

Статтю 1 Закону України «Про державний контроль за використанням та охороною земель» від 19.06.2003 № 963-IV [8] визначено, що не проведення рекультивациі порушених земель – це невиконання комплексу організаційних, технічних і біотехнологічних заходів, спрямованих на відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель відповідно до затвердженої документації із землеустрою.

Згідно зі статтю 54 Кодексу України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 № 8073-X [9], не проведення рекультивациі порушених земель тягне за собою накладення штрафу на громадян від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і на посадових осіб – від десяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Водночас, згідно зі статтю 56 Закону України «Про охорону земель» від 19.06.2003 № 962-IV [10], юридичні і фізичні особи, винні в порушенні законодавства України про охорону земель, несуть відповідальність згідно із законом, а застосування заходів дисциплі-

нарної, цивільно-правової, адміністративної або кримінальної відповідальності не звільняє винних від відшкодування шкоди, заподіяної земельним ресурсам. Сама ж шкода, заподіяна внаслідок порушення законодавства України про охорону земель, підлягає відшкодуванню в повному обсязі.

Алгоритм визначення розміру збитків, завданих невиконанням робіт із рекультивації земель, є таким:

1) визначення приведеної кошторисної вартості комплексу організаційних, технічних і біотехнологічних заходів, спрямованих на відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель на дату проведення перевірки під час здійснення державного контролю за використанням та охороною земель шляхом множення її на індекс цін на будівельно-монтажні роботи у добувній промисловості, який характеризує зміни у часі вартості будівельно-монтажних робіт із рекультивації земель, порівняно з періодом, на який розроблявся робочий проект землеустрою;

2) визначення середньорічного доходу порушника від не проведення рекультивації порушених земель шляхом множення приведеної кошторисної вартості комплексу організаційних, технічних і біотехнологічних заходів, спрямованих на відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель на облікову ставку Національного банку України;

3) визначення загального розміру завданих не проведенням рекультивації порушених земель збитків шляхом множення середньорічного доходу порушника від не проведення рекультивації порушених земель на строк не проведення рекультивації порушених земель [11].

Таким чином, загальна формула визначення розміру збитків, завданих невиконанням робіт із рекультивації земель, буде мати вигляд:

$$Z_p = BK \times I \times \frac{C}{100} \times \frac{T}{12} \quad (1),$$

де Z_p – розмір збитків, гривень; BK – кошторисна вартість комплексу організаційних, технічних і біотехнологічних заходів, спрямованих на відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель відповідно до затвердженої документації із землеустрою, гривень; I – добуток помісячних індексів цін на будівельно-монтажні роботи за даними Держкомстату України

за термін не проведення рекультивації порушених земель; C – облікова ставка Національного банку України на дату визначення розміру збитків, %; T – строк не проведення рекультивації порушених земель, місяців.

У разі повторного невиконання робіт із рекультивації земель після завершення експлуатації родовища корисних копалин, із розміру збитків, визначених за запропонованою формулою, має бути вилучена сума раніше відшкодованих збитків, оскільки подвійне покарання за одне й те саме правопорушення не допускається [4].

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, збитками визнаються:

1) втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням або пошкодженням речі, а також витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права (реальні збитки);

2) доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушене (упущена вигода).

Збитки відшкодовуються у повному обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Якщо особа, яка порушила право, одержала у зв'язку з цим доходи, то розмір упущеної вигоди, що має відшкодовуватися особі, право якої порушено, не може бути меншим від доходів, одержаних особою, яка порушила право.

Не проведення рекультивації порушених земель належать до правопорушень, що завдають збитків легальним власникам та користувачам земельних ділянок, територіальній громаді та державі. Порушник земельного законодавства, що не виконує комплекс організаційних, технічних і біотехнологічних заходів, спрямованих на відновлення ґрунтового покриву, поліпшення стану та продуктивності порушених земель відповідно до затвердженої документації із землеустрою, незаконно одержує дохід від використання на інші цілі коштів, які згідно кошторису у затвердженому робочому проекті землеустрою, мали би бути спрямовані на проведення рекультивації порушених земель.

Таким чином, економічним виразом збитків, що завдані невиконанням робіт із рекультивації порушених земель власнику земельної ділянки або землекористувачу є упущена вигода, яка, відповідно до ст. 22 Цивільного кодексу України від 16.01.2003 № 435-IV, не може бути менше (прирівнюється) до доходу, одержаного правопорушником [12].

Список використаних джерел

1. Балюк С.А., Єтеревська Л.В., Травлеєв А.П., Зверковський В.М., Кобець А.С., Узбек І.Х., Волох П.В., Грицан Ю.І., Демидов О.А., Момот Г.Ф., Шимель В.В., Лецієр Л.В. Концепція рекультивувати земель порушених за відкритого та підземного видобутку корисних копалин. Національний науковий центр «Інститут ґрунтознавства та агрохімії імені О.Н. Соколовського». 2012. С. 50.
2. ДСТУ 7941:2015 Якість ґрунту. Рекультивувати земель. Загальні вимоги.
3. Пугач А.М. Визначення витрат на рекультивувати земельних угідь. *Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*. 2012. № 1. С. 179-181.
4. Шемавнов В.І., Забалуєв В.О., Чабан І.П. Техногенні території: Рекультивувати, оптимізувати агроландшафтів, раціональне використання. Раціональне землекористування рекультивувати та еродованих земель (досвід, проблеми, перспективи). Дніпропетровськ, 2006. С. 8–15.
5. Качановський О.І. Економічні передумови відшкодування збитків, спричинених непроведенням рекультивувати земель. *Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту*. 2020. Випуск 190. С. 46-54.
6. Lori Lynch & Sabrina J. Lovell, 2003. «Combining Spatial and Survey Data to Explain Participation in Agricultural Land reservation Programs,» *Land Economics*, University of Wisconsin Press, vol. 79(2), pages 259-276.
7. Донченко М.Т. Районування Української РСР за типами порушених земель та напрямками їх рекультивувати. *Агрохімія і ґрунтознавство*. 1983. Вип. 45. С. 56-64.
8. Закон України «Про державний контроль за використанням та охороною земель» від 19.06.2003 № 963-IV. Відомості Верховної Ради України від 04.08.2017, № 31, стор. 5, стаття 343.
9. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Постанова Верховної Ради Української РСР від 07.12.84р. № 8074-10. Відомості Верховної Ради Української РСР. 1984. Додаток до № 51. Ст.1122. Дата оновлення: 19.01.2020.
10. Про охорону земель: Закон України від 19.06.2003 р. № 962-IV. Дата оновлення: 18.12.2017.
11. Мартин А. Визначення збитків унаслідок непроведення рекультивувати земель. *Землепорядний вісник*. 2008. № 4. С. 46–50.
12. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. №№ 40–44. Ст. 356. Дата оновлення: 16.01.2020.

REFERENCES:

1. Baliuk S.A., Yeterevska L.V., Travljeiev A.P., Zverkovskiy V.M., Kobets A.S., Uzbek I.Kh., Volokh P.V., Hrytsan Yu.I., Demydov O.A., Momot H.F., Shymel V.V., Letsiier L.V. (2012) Kontseptsiia rekultyvatsii zemel porushenykh za vidkrytoho ta pidzemnoho vydobutku korysnykh kopalyn [The concept of reclamation of lands disturbed by open and underground mining] *Natsionalnyi naukovyi tsentr «Instytut ґruntoznavstva ta ahrokhimii imeni O.N. Sokolovskoho»*. 50. [in Ukrainian].
2. DSTU 7941:2015 Yakist ґruntu. Rekultyvatsiia zemel. Zahalni vymohy [Soil quality. Land reclamation. general requirements] (22.06.2015).
3. Puhach A.M. (2012) Vyznachennia vytrat na rekultyvatsiiu zemelnykh uhid [Determining the cost of land reclamation] *Visnyk Dnipropetrovskoho derzhavnoho ahrarno-ekonomichnoho universytetu*. № 1. S. 179–181. [in Ukrainian].
4. Shemavnov V.I., Zabaluiev V.O., Chaban I.P. (2006) Tekhnohenni terytorii: Rekultyvatsiia, optymizatsiia aghrolandshaftiv, ratsionalne vykorystannia [Reclamation, optimization of agricultural landscapes, rational use] *Ratsionalne zemlekorystuvannia rekultyvovanykh ta erodovanykh zemel (dosvid, problemy, perspektivy)*. Dnipropetrovsk. S. 8–15. [in Ukrainian].
5. Kachanovskiy O.I. (2020) Ekonomichni peredumovy vidshkoduvannia zbytkiv, sprychynenykh neprovedenniam rekultyvatsii zemel [Economic rationale for recovery of damages caused by the failure to recultivate lands] *Zbirnyk naukovykh prats Ukrainskoho derzhavnoho universytetu zaliznychnoho transportu*. Vypusk 190. S. 46–54. [in Ukrainian].
6. Lori Lynch & Sabrina J. Lovell, 2003. “Combining Spatial and Survey Data to Explain Participation in Agricultural Land reservation Programs,» *Land Economics*, University of Wisconsin Press, vol. 79(2), pages 259–276.
7. Donchenko M.T. (1983) Raionuvannia Ukrainskoi RSR za typamy porushenykh zemel ta napriamkamy yikh rekultyvatsii. [Zoning of the Ukrainian SSR by types of disturbed lands and directions of their reclamation] *Ahrokhimii i ґruntoznavstvo*. Vyp. 45. 56–64. [in Ukrainian].
8. Pro derzhavnyi kontrol za vykorystanniam ta okhoroноюi zemel: Zakon Ukrainy [Law of Ukraine on state control of land use and protection] № 963-IV (19.06.2003).
9. Kodeks Ukrainy pro administratyvni pravoporushennia [Code of Ukraine about administrative offenses] № 8074-10 (07.12.1984).
10. Pro okhoroноюi zemel: Zakon Ukrainy. [Law of Ukraine on land protection] № 962-IV (19.06.2003).
11. Martyn A. (2008) Vyznachennia zbytkiv unaslidok neprovedennia rekultyvatsii zemel [Determining the losses as a result of failure to conduct land recultivation]. *Zemlevporiadnyi visnyk – Land management. Bulletin* № 4. 46–50.
12. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy [Civil Code of Ukraine] № 435-IV (16.01.2003).

УДК 336.14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-11>**Малишко В.В.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку і оподаткування
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

Malyshko Vitalina

Pereiaslav-Khmelnytskyi Hryhorii Skovoroda
State Pedagogical University

ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ

PUBLIC DEBT OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS OF MANAGEMENT

У статті розглянуто державний борг України, проблеми та перспективи управління. Охарактеризовано активне управління державним боргом: операції з хеджування ризиків; зворотний викуп державних цінних паперів, їх дострокове погашення; обмін державних цінних паперів; операції зворотного репо. Зазначено, що є основним інструментом зменшення валютного й процентного ризиків державного боргу, а також ризику рефінансування. Проаналізовано структуру державного боргу України, динаміку дефіциту бюджету, прогнозні обсяги погашення державного боргу України та обсяги державного боргу у зарубіжних країнах. Указано, які інструменти боргової політики було запроваджено в практику управління державними боргами в кризовий період у різних групах країн.

Ключові слова: державний борг, цінні папери, бюджетний дефіцит, боргова політика, державні запозичення, фінансово-економічна криза, цінні папери.

В статье рассмотрено государственной долг Украины, проблемы и перспективы управления. Охарактеризовано активное управление государственным долгом: операции по хеджированию рисков; обратный выкуп государственных ценных бумаг, их досрочного погашение; обмен государственных ценных бумаг; операции обратного репо. Отмечено, что является основным инструментом уменьшения валютного и процентного рисков государственного долга, а также риска рефинансирования. Проанализированы структура государственного долга Украины, динамика дефицита бюджета, прогнозные объемы погашения государственного долга Украины и объемы государственного долга в зарубежных странах. Указано, какие инструменты долговой политики были введены в практику управления государственными долгами в кризисный период в разных группах стран.

Ключевые слова: государственной долг, ценные бумаги, бюджетный дефицит, долговая политика, государственные заимствования, финансово-экономический кризис, ценные бумаги.

The article considers the public debt of Ukraine, problems and prospects of management. Active public debt management is characterized: risk hedging operations; repurchase of government securities; their early repayment; exchange of government securities; reverse repo operations. It is noted that it is the main tool for reducing currency and interest rate risks of public debt, as well as refinancing risk. The structure of the state debt of Ukraine, the dynamics of the budget deficit of Ukraine, the projected volumes of repayment of the state debt of Ukraine and the volumes of the state debt in foreign countries are analyzed. It is indicated which debt policy instruments were introduced into the practice of public debt management during the crisis period in different groups of countries. Leading experts in the field of international finance have agreed that the level of public debt, the strength of the national economy to the effects of external shocks, as well as the course of economic policy and its assessment by market participants are key factors determining the likelihood of debt crisis debt problems in a particular country. The high level of public debt requires governments to include safeguards to curb high inflation and, in extreme cases, to apply debt restructuring schemes. The results of theoretical and empirical studies

suggest that high public debt has a negative impact on economic growth due to the following factors: discouragement of private investment: risks of default and financial destabilization increase macroeconomic uncertainty, in addition, investors may suffer losses from excessive taxation, monetization of the budget deficit and expropriation of private property; increase in real interest rates: a high level of debt increases the size of the risk premium paid by sovereign borrowers, and high interest rates, in turn, inhibit economic growth. In international practice, public debt and public debt service are considered dangerous when approaching the point at which other states have historically been forced to suspend debt service and have asked creditors to restructure or write it off.

Key words: public debt, securities, budget deficit, debt policy, government borrowing, financial and economic crisis, securities.

Постановка проблеми. Управління державним боргом – це проведення державою операцій, які спрямовані на зменшення ризиків та/або отримання економії, котрі не пов'язані зі здійсненням державних запозичень та платежів із погашення й обслуговування державного боргу. Проведення операцій активного управління є одним із концептуальних напрямів управління ризиками державного боргу; іншим напрямом є розроблення й реалізація стратегії державних запозичень. Попри це залишається велика кількість теоретичних і практичних питань, що потребують розв'язання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики державного боргу приділяли увагу такі українські вчені: О.В. Бабінська, Т.М. Боголіб, А.С. Гальчинський, Т.П. Вахненко, О.Д. Заруба, В.М. Козменко, Н.О. Кухарська, Г.В. Кучер, С.Л. Лондар, І.О. Лютий, Ю.В. Макогон, В.В. Малишко, С.В. Мочерний, О.Г. Осауленко, С.К. Харічкова, І.Я. Чугунов та багато інших.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування сутності активного управління державним боргом й особливостей його формування в Україні, визначення як негативних, так і позитивних наслідків існування державного боргу та розроблення найбільш ефективного сценарію для розв'язання боргових проблем України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Активне управління державним боргом – це проведення державою операцій, які спрямовані на зменшення ризиків та/або отримання економії, котрі не пов'язані зі здійсненням державних запозичень та платежів із погашення й обслуговування державного боргу. Проведення операцій активного управління є одним із концептуальних напрямів управління ризиками державного боргу; іншим напрямом є розроблення й реалізація стратегії державних запозичень [1].

Стратегія державних запозичень являє собою сукупність планових показників щодо державних запозичень, які включають дані про обсяги запозичень у розрізі періодів їх здійснення, термінів запозичень, національної й іноземних валют, фіксованої та плаваючих ста-

вок. Формування різних комбінацій цих показників, тобто різних стратегій, визначатиме рівень ризиків державного боргу під час виконання стратегії.

Активне управління полягає у виконанні таких операцій: хеджування ризиків, що здійснюється за допомогою деривативів; зворотний викуп державних цінних паперів, їх дострокове погашення; обмін державних цінних паперів, що перебувають в обігу, на нові випуски; операції зворотного репо (придбання державних боргових цінних паперів з одночасним зобов'язанням щодо зворотного продажу (купівлі) таких цінних паперів до кінця поточного бюджетного періоду).

Правовою основою для проведення низки операцій з активного управління державним боргом слугують пп. 7 і 8 ст. 16 Бюджетного кодексу України [2]. Окрім того, відповідні положення передбачені ст. 13 проекту закону України «Про державний борг і гарантований державою борг», що внесений на розгляд Верховної Ради України 07.06.2011 (за реєстраційним номером 8637) [3].

Хеджування за своєю сутністю є відкриттям позиції на ринку, протилежної існуючій (довга на противагу короткій або коротка на противагу довгій), із метою компенсації втрат за існуючою позицією в разі несприятливої зміни її ціни [4]. Наприклад, для хеджування валютного ризику за короткою позицією (у разі існування зобов'язань в іноземній валюті) відкривається довга валютна позиція.

Деривативи дають змогу здійснювати управління ризиками без урахування стратегії здійснення державних запозичень, адже в такому разі державні запозичення можна робити виключно відповідно до потреб держави в позикових ресурсах і з огляду на стан ринків капіталу та відповідно до потреб розвитку й підтримки внутрішнього ринку державних цінних паперів (тоді як зменшення ризиків досягається за допомогою операцій активного характеру). Використання деривативів як інструменту управління ризиками державного боргу має також низку інших переваг, пов'язаних із відсутністю необхідності змінювати попередньо

оголошену стратегію державних запозичень. Зокрема, аналітики інвестиційного банку Barclays Capital зазначають, що похідні цінні папери є гнучким інструментом та дають змогу швидко досягти нових параметрів державного боргу, сприяють прозорості й передбачуваності політики управління державним боргом, допомагають дотримуватися стратегії підтримки ліквідності тощо [5, с. 8].

Здійснення операцій із застосуванням деривативів спрямоване на зменшення валютного й процентного ризиків, що притаманні державному боргу. Основними показниками рівня валютного й процентного ризиків є частка боргу в іноземній валюті та частка боргу з плаваючими процентними ставками відповідно.

В Україні найбільш актуальним є зменшення валютного ризику, рівень якого залишається високим. Це пов'язано з двома основними чинниками: 1) залежністю країни від зовнішніх запозичень через низький рівень розвитку внутрішнього ринку державних цінних паперів; 2) негативною динамікою платіжного балансу, що на тлі фіксованого режиму валютного курсу створює ризик різкої девальвації.

Валютний своп є угодою з обміну платежів основної суми й процентів в одній валюті на платежі основної суми і процентів в іншій валюті [6, с. 235]. Угода передбачає визначення суми цих платежів за курсом на початок її дії. У разі використання валютного свопу борг, номінований в одній валюті, конвертується у борг, що номінований в іншій валюті.

Процентний своп є угодою між контрагентами щодо обміну періодичними процентними виплатами [7, с. 456]. Грошова величина обмінюваних виплат устанавлюється виходячи з умовного номіналу.

Валютні форварди та ф'ючерси є контрактами, які передбачають купівлю-продаж валюти в певний момент у майбутньому за наперед обумовленим валютним курсом [6, с. 236].

Процентні форварди та ф'ючерси – це угоди на поставку в майбутньому за наперед обумовленою ціною базового активу, яким виступають депозитні сертифікати (по суті, депозити) з відповідною плаваючою процентною ставкою.

Кепи, флори й колари є угодами про процентні ставки, по суті, контрактами між двома сторонами, коли одна зі сторін зобов'язується за попередню винагороду в устанавлені строки компенсувати другій стороні різницю між реальним рівнем процентної ставки (яка називається референтною ставкою) й еталонним (визначеним у контракті) рівнем [7, с. 457].

В Україні ринку похідних цінних паперів практично немає, тож основним інструмен-

том управління валютним і процентним ризиком залишається стратегія державних запозичень [1].

Сьогодні основним інструментом зменшення валютного й процентного ризиків державного боргу, а також ризику рефінансування залишається стратегія державних запозичень, ефективність якої залежить від дієвості заходів із розвитку внутрішнього ринку державних цінних паперів. У такому разі зберігатиметься тенденція збільшення частки внутрішніх запозичень у структурі джерел фінансування бюджету, що за інших рівних умов зменшуватиме потребу в запозиченнях в іноземній валюті та під плаваючі ставки.

За структурою державний борг України станом на 31.10.2020 складався у відсотках до ВВП: державний зовнішній борг – 30%, державний внутрішній борг – 21,7%, гарантований державою зовнішній борг – 6,4%, гарантований державою внутрішній борг – 0,5% (рис. 1).

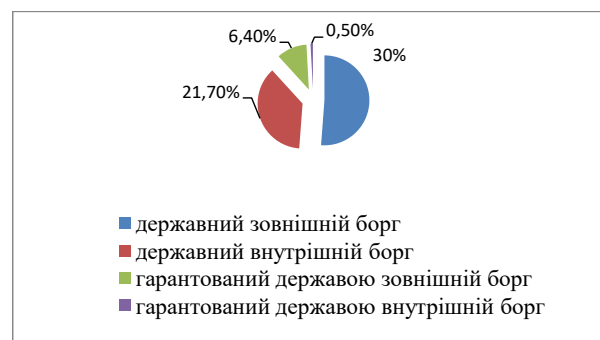


Рис. 1. Структура державного боргу України станом на 31.10.20 (% до ВВП)

Однією з головних причин виникнення та збільшення державного боргу є дефіцит бюджету.

Безперечно, бюджетний дефіцит – небажане явище, його фінансування на основі грошової емісії призводить до інфляції, а за допомогою неемісійних засобів – до зростання державної заборгованості. Проте бюджетний дефіцит не варто однозначно відносити до надзвичайних подій, оскільки його природа може бути різною. За фінансування певних економічних або соціальних проектів, що забезпечуватимуть у майбутньому позитивні соціально-економічні зміни та розширення виробництва, бюджетний дефіцит не буде сигналом кризової ситуації в країні.

На протязі 2016–2020 рр. (табл. 1) найбільшими показниками дефіциту державного бюджету були 2018, 2019 та 2020 рр., однак якщо порівняти ці показники з обсягом ВВП у відсотках, то найвищі показники припадали на 2016, 2018 та 2020 рр.

Таблиця 1

Динаміка дефіциту бюджету України, 2016–2020 рр.

Показники	Розмір дефіциту державного бюджету України, щорічні дані				
	2016	2017	2018	2019	2020*
Дефіцит (-) / профіцит (+) Державного бюджету України, млрд грн	-70,1	-47,9	-94,1	-78,1	-300,3
у % до ВВП	2,9	1,6	2,7	2,0	7,5

*Виконано на 31.10.20.

Джерело: дані Міністерства фінансів України [8]

Таблиця 2

Державний та гарантований державою борг України, 2015–2020 рр. (млн грн)

	загальний борг		зовнішній борг	внутрішній борг
на 31.12.2015	1 572 180,2	42.9%	1 042 719,6	529 460,6
на 31.12.2016	1 929 758,7	22.7%	1 240 028,7	689 730,0
на 31.12.2017	2 141 674,4	11.0%	1 374 995,5	766 678,9
на 31.12.2018	2 168 627,1	1.3%	1 397 217,8	771 409,3
на 31.12.2019	1 998 275,4	-7,9	1 159 221,6	839 053,8
на 30.11.2020*	2 398 202,6	20,0	1 463 844,0	934 358,6

*Виконано на 30.11.20.

Джерело: дані Міністерства фінансів України [8]

Таблиця 3

Державний та гарантований державою борг України в 2020 р. (млн грн)

	загальний борг	зовнішній борг	внутрішній борг
на 31.01.2020	2 079 015,4	1 248 429,5	830 585,9
на 29.02.2020	2 047 804,0	1 223 573,8	824 230,2
на 31.03.2020	2 255 552,8	1 387 805,0	867 747,7
на 30.04.2020	2 196 363,5	1 328 841,1	867 522,5
на 31.05.2020	2 209 463,6	1 303 699,0	905 764,6
на 30.06.2020	2 269 174,7	1 364 380,3	904 794,4
на 31.07.2020	2 355 069,7	1 454 789,0	900 280,8
на 31.08.2020	2 338 182,2	1 452 001,1	886 181,1
на 30.09.2020	2 345 608,1	1 443 117,8	902 490,3
на 31.10.2020	2 368 183,9	1 450 268,3	917 915,6
на 30.11.2020*	2 398 202,6	1 463 844,0	934 358,6

*Виконано на 30.11.20.

Джерело: дані Міністерства фінансів України [8]

У період 2015–2020 рр. (табл. 2) ми бачимо, що з кожним роком відбувається збільшення державного боргу України, лише в 2019 р. він був меншим порівняно з 2018 р. на 170 351,7 млн грн. На нашу думку, такі зміни відбуваються через нестабільну економічну ситуацію в країні та внаслідок значних запозичень, які здійснювали боргове навантаження на бюджет.

У період 2017–2018 рр. відбулося невелике зростання державного боргу, а вже станом на 30.11.2020 державний борг України мав найвищий показник і сягнув 2 398 202,6 млн грн.

У зв'язку зі світовою фінансовою кризою 2008 р. та політичними подіями 2014 р. державний борг України почав постійно зростати.

Аналізуючи табл. 3, можна побачити, що протягом 2020 р. переважав зовнішній борг держави.

Кожного місяця державний борг, як внутрішній, так і зовнішній, мав тенденцію коливань. Якщо порівняти динаміку зовнішнього боргу, то станом на 30.11.2020 порівняно з 31.01.2020 він збільшився на 215 414,5 млн грн, внутрішній борг збільшився на 103 772,7 млн грн.

Прогнозні обсяги погашення державного боргу України можна побачити на рис. 2.

Як ми бачимо, з 2020 р. сума погашення державного боргу України почне зменшуватися, лише в 2022 р. відбудеться незначне збільшення порівняно з 2021 р.

Одним із напрямів підвищення ефективності управління державним боргом мають

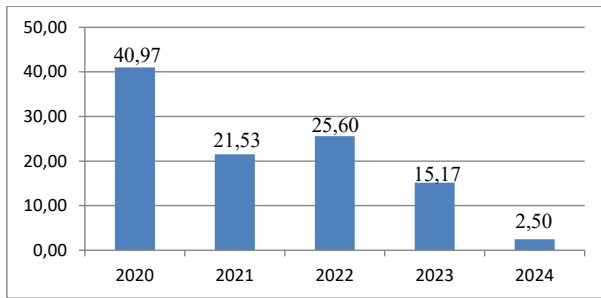


Рис. 2. Прогнозні обсяги погашення державного боргу України у 2020–2024 рр., млрд грн

Джерело: складено за [8]

стати запобігання різкому збільшенню умовних зобов'язань держави, інтеграція системи моніторингу й управління умовними зобов'язаннями уряду в систему управління борговими ризиками, що є сферою відповідальності Міністерства фінансів України.

Сьогодні на міжнародному рівні активно обговорюється питання модернізації боргової політики держави та вдосконалення управління державним боргом з урахуванням уроків світової фінансово-економічної кризи. Такі дискусії мають об'єктивну підставу: високий рівень боргового навантаження, поглиблення фіскальних дисбалансів та підвищення фіскальних ризиків у багатьох країнах, слабкі місця (зони вразливості) в суверенних балансах, а також здобуття нових знань про ризики умовних зобов'язань держави та роль боргових портфельів.

У розвинутих країнах державний борг і далі зростає високими темпами, що за непевних перспектив економічного зростання ставить під сумнів можливість утримання боргової стійкості. Статистичні дані свідчать про надмірний рівень боргового навантаження в багатьох країнах, який наражає їхні економіки й фінансові системи на небезпеку виникнення чергової хвилі фінансової кризи.

Згідно з даними МВФ, державний борг розвинутих країн у середньому збільшився із 72,6% ВВП станом на кінець 2010 р. до 98,7% ВВП на кінець 2013 р. Найвищим рівнем боргового навантаження характеризувалися такі країни: Бельгія – 97,1%, Греція – 142%, Ісландія – 96,6%, Ірландія – 96,1, Італія – 119%, Японія – 220,3%, Сінгапур – 97,2% та США – 96,1% ВВП.

У країнах, що розвиваються, та в країнах із ринками, які формуються, середній рівень державного боргу на кінець минулого року становив 35,1% ВВП. У регіональному розрізі найнижчим рівнем боргового навантаження відзначалися країни СНД – 13,1%, країни Близького Сходу та Північної Африки – 30,6%, азійські країни – 31,0%, країни Африки на південь

від Сахари – 31,4% ВВП. Водночас у країнах Центральної й Східної Європи та Латинської Америки й Карибського басейну рівень державного боргу був доволі значним – 46,9% і 50,4% ВВП. Причому саме в указаній групі країн показники боргового навантаження за кризовий період зросли найбільш різко.

Рівень боргового навантаження загалом є прийнятним, а в багатьох із них державні борги з плином часу зменшуються. У більшості країн останнім часом активно проводяться заходи податково-бюджетної консолідації, котрі сприяють скороченню бюджетних дефіцитів. У країнах – виробниках сировинних товарів, які виграють від високих експортних цін, економічне зростання набуває обертів, і органи макроекономічного регулювання постають перед необхідністю стримування «перегріву» економіки.

Незважаючи на вказані позитивні чинники, структури боргових портфельів урядів країн із ринками, що формуються, здебільшого залишаються слабкими, а їх уразливість до впливу макроекономічних шоків (змін обмінних курсів, товарних цін, інфляційних сплесків тощо) – високою [9].

Інструменти боргової політики, які було запроваджено в практику управління державними боргами в кризовий період у різних групах країн (уведення нових цінних паперів та зміна складу цінних паперів, які пропонуються ринку, зміна процедур і механізмів розміщення позик, операції на відкритому ринку), наведено в табл. 4.

У деяких країнах для задоволення зростаючих потреб урядів у позикових коштах було запроваджено нові інструменти запозичення. Наприклад, у США й Канаді почали розміщувати трирічні позики, в Австралії було введено облігації, прив'язані до темпів інфляції. Аналогічно в багатьох країнах із ринками, що формуються, набули поширення облігації з плаваючими процентними ставками.

У більшості країн органи, відповідальні за управління державним боргом, під час кризи проводили також спеціальні операції для підвищення ліквідності ринку. Такі операції включали передусім обмін і викуп боргу. Використання механізмів підтримки ринку, таких як операції репо, стало більш масовим.

Незважаючи на ці зусилля, ліквідність вторинного ринку цінних паперів, особливо в сегменті неконтрольованих випусків, залишалася низькою [7, с. 512].

Сьогодні велика потреба в рефінансуванні боргу країн із високим рівнем боргового навантаження й слабкою базою інвесторів у державні цінні папери негативно позначається на оцінці

Таблиця 4

Інструменти управління державним боргом у кризовий період у різних групах країн

Країни	Уведення нових цінних паперів та зміна складу цінних паперів	Зміна процедур і механізмів розміщення позик	Операції на відкритому ринку
<i>Розвинуті країни</i>			
Бельгія	x	x	x
Німеччина	x		
Італія	x	x	x
Нідерланди			x
Великобританія	x	x	x
США	x		x
<i>Країни з ринками, що формуються</i>			
Бразилія			x
Угорщина	x		x
Аорея	x		x
Мексика		x	x
Польща	x	x	x
Туреччина	x	x	x

суверенних ризиків ринковими суб'єктами та посилює загальну непевність на фінансових ринках.

В умовах посилення нестабільності міжнародних фінансових ринків та підвищення вартості державних запозичень виникає об'єктивна потреба в розробленні якісно нової боргової політики, у центрі якої: сильна система ризик-менеджменту; активне використання структури державного боргу для протидії впливові шоківих ситуацій; формування резервних фондів і буферів ліквідності; розширення бази інвесторів у державні цінні папери та задоволення попиту у фінансових активах найменш мінливих категорій інвесторів.

Глобальна фінансово-економічна криза засвідчила: за наявних зон вразливості, породжуваних борговими процесами, уряди мають створювати ефективні системи управління національними боргами та враховувати складні зв'язки між борговою політикою і ступенем фінансової стабільності. Дотримання боргової стійкості й зважене управління державними фінансами є необхідними передумовами для стримування суверенних ризиків та нівелювання загроз фінансової дестабілізації.

Провідні фахівці в галузі міжнародних фінансів дійшли згоди про те, що рівень державного боргу, міцність національної економіки до впливу зовнішніх шоків, а також курс економічної політики та її оцінка ринковими суб'єктами є ключовими чинниками, які визначають імовірність виникнення боргової кризи та загострення боргових проблем у конкретній країні [8, с. 645].

У таких умовах проблеми визначення допустимого рівня боргового навантаження набувають особливої актуальності. Державні позики можуть сприяти прискоренню темпів економічного зростання за рахунок фінансування продуктивних інвестицій, вони ж можуть пом'якшити наслідки дії несприятливих зовнішніх чинників в економіці. Проте якщо нація або уряд накопичують боргові зобов'язання понад рівень, котрий вони здатні обслуговувати, існує висока ймовірність виникнення боргової кризи, яка призведе до значних економічних і соціальних утрат.

В останнє десятиріччя з метою створення умов для довгострокової фінансової стабільності, забезпечення фіскальної дисципліни на всіх рівнях державної влади та підтримання довіри суб'єктів ринку до економічної політики багато країн прийняли певні бюджетні правила та включили їх до національного законодавства. Бюджетні правила накладають певні обмеження на фіскальну політику та на практиці набувають форми кількісних лімітів для бюджетних агрегатів чи індикаторів фінансової стабільності, таких як дефіцит бюджету, розмір державного боргу або ж їх окремі складники.

Ст. 18 Бюджетного кодексу України визначено, що загальний обсяг державного боргу та гарантованого державою боргу на кінець бюджетного періоду не може перевищувати 60% річного номінального обсягу ВВП [2].

Розробниками Бюджетного кодексу України не враховано, що ступінь уразливості до дії зовнішніх шоків країн із ринками, що формуються, є вищим, аніж розвинутих країн. Це зумовлено тим, що їхні економіки є менш

диверсифікованими, рівень заощаджень – нижчим, а національні фінансові системи – менш розвиненими. За накопичення значного обсягу зовнішніх зобов'язань дані країни, до яких належить і Україна, більшою мірою підпадають під дію «ефектів зараження», пов'язаних із нестабільністю міжнародних потоків капіталу.

Високий рівень державного боргу вимагає від урядів включення запобіжних механізмів для стримування високих темпів інфляції, а в екстремальних випадках – застосування схем реструктуризації боргу. Зокрема, якщо рівень накопиченого боргу дуже високий, платоспроможність держави стає менш гарантованою в очах міжнародних інвесторів, що може призводити до значної волатильності через труднощі з рефінансуванням державного боргу, що, своєю чергою, може порушити хитку фінансову стабільність.

Результати теоретичних та емпіричних досліджень свідчать про те, що високий державний борг негативно впливає на темпи економічного зростання за умови дії таких чинників, як:

- дестимулювання приватних інвестицій: ризики дефолту й фінансової дестабілізації посилюють макроекономічну непевність, до того ж інвестори можуть зазнавати втрат від надмірного оподаткування, монетизації бюджетного дефіциту та експропріації приватної власності;

- підвищення реальних процентних ставок: високий рівень боргу збільшує розмір ризикової премії, яку сплачують суверенні позичальники, а високі процентні ставки, своєю чергою, пригнічують темпи економічного зростання;

- зростання вразливості до дії зовнішніх шоків, посилення макроекономічної непевності та підвищення ймовірності дефолту [5, с. 17].

Події 2008–2009 рр. засвідчили, що економіки країн із високим ступенем боргової залежності найбільше постраждали від світової фінансової кризи. Окрім того, глобальна фінансова криза показала: для того щоб отримати належний простір для застосування стимулюючих заходів у період економічних негараздів, уряд повинен мати досить низький рівень державного боргу в докризовий період.

Менший розмір державного боргу визначає менші потреби в його рефінансуванні. Глобальна фінансово-економічна криза продемонструвала переваги невеликих потреб уряду в рефінансуванні накопичених боргів, а саме: зниження ризиків різких стрибків доходності боргових зобов'язань уряду під впливом психологічних настроїв інвесторів; зменшення негативного впливу переливів іноземних капіталів на обмінний курс національної валюти;

скорочення витрат на обслуговування державного боргу за погіршення кредитоспроможності уряду в очах інвесторів; розширення потенціалу для проведення стимулюючої фінансової політики та поглинання фінансових шоків, пов'язаних зі скороченням податкових доходів бюджету.

У міжнародній практиці вважається, що показники державного боргу та обслуговування державного боргу досягають небезпечного рівня тоді, коли наближаються до позначки, за якої інші держави в історичному ракурсі змушені були припинити обслуговування боргу та ставили перед кредитором питання про його реструктуризацію чи списання.

Фахівці Міжнародного валютного фонду і Світового банку під час оцінки граничних значень боргової стійкості зосереджують увагу на кількісних показниках у період, який передував виникненню боргових ускладнень. Вони встановили, що «поворотним пунктом» для країн із низьким і середнім рівнем доходів є досягнення державним боргом рівня 43% ВВП, 192% експорту товарів і послуг (для сумарного зовнішнього боргу) та 288% доходів бюджету [9].

К. Райнхарт, К. Рогофф і М. Савастано показали, що серед країн із середнім рівнем доходів 40% загальної кількості дефолтів і реструктуризацій боргу мали місце в країнах із борговим навантаженням від 41% до 60% ВВП, а 13% дефолтів і реструктуризацій боргу – у країнах, зовнішній борг яких був меншим за 40% ВВП.

Індикаторами макроекономічних і фінансових ризиків в економіці України виступають: сальдо поточного рахунку платіжного балансу, % ВВП; зміна індексу споживчих цін, %; зміна індексу номінального обмінного курсу гривні до долара США та індексу реального ефективного обмінного курсу гривні, %; міжнародні резерви України, % до короткострокового зовнішнього боргу; валовий зовнішній борг, % ВВП та % експорту товарів і послуг; державний і гарантований державою борг, % ВВП; дефіцит державного бюджету України, % ВВП; валові річні потреби в позиковому фінансуванні бюджету, % ВВП; фінансові результати діяльності підприємств України; дебіторсько-кредиторська заборгованість між підприємствами України; банківські вимоги за кредитами, % ВВП; співвідношення банківських кредитів і депозитів, %; частка проблемних кредитів у банківських портфелях, %; зміна індексу ПФТС, %.

На нашу думку, перелік зазначених індикаторів доцільно включити до

Положення про управління ризиками, пов'язаними з державним боргом, із метою проведення адекватної оцінки макроекономічних і фінансових ризиків, а також аналізу

їхнього потенційного впливу на стан державного боргу й державних фінансів України.

Організаційно-правове забезпечення управління державним боргом і законодавче регулювання розміру державного боргу України передбачають створення цілісного й ефективного механізму, який охоплюватиме уніфіковану систему планування, обліку, моніторингу і контролю утворення державного боргу, погашення боргу та використання державою запозичених коштів, а також розроблення й впровадження єдиної стратегії управління державним боргом.

Згідно зі ст. 2 проєкту закону України «Про державний борг та гарантований державою борг» від 07.06.2011, реєстраційний номер 8637 [10], Міністерство фінансів України розробляло середньострокову Стратегію управління державним боргом (далі – Стратегія) на трирічний період, яка затверджувалася Кабінетом Міністрів України в місячний строк після прийняття закону про державний бюджет.

На нашу думку, включення Стратегії до цілісної системи планування й реалізації фінансової політики держави вимагає забезпечення узгодженості стратегічних документів із питань боргової політики з бюджетною політикою держави. Тому в законопроєкті повинні бути відображені інституційні механізми інтеграції Стратегії в бюджетний процес України, а її окремі кількісні показники мають стати складовою частиною бюджетної стратегії або прогнозу бюджету на наступні за плановим два бюджетні періоди.

На нашу думку, Стратегія має стати одним з основоположних документів, які використовуються під час розроблення щорічних законів про державний бюджет: у частині регулювання боргових операцій уряду й місцевих органів влади, встановлення граничного розміру державного боргу України та граничних обсягів надання державних гарантій, визначення параметрів політики державних запозичень, планування видатків бюджету на погашення й обслуговування державного боргу.

У законопроєкті необхідно передбачити, що положення Стратегії на поточний період є обов'язковими для виконання під час розроблення закону про державний бюджет України на наступний рік, а затверджені Верховною Радою України норми закону про бюджет не повинні суперечити положенням чинної Стратегії.

Прогноз державного бюджету на наступні за плановим два бюджетних періоди та про-

ект закону про державний бюджет на плановий рік мають готуватися на основі положень чинної Стратегії, яка затверджується раз на три роки. В останній рік дії Стратегії на початку бюджетного року має готуватися новий документ терміном дії на три наступних роки. Процес підготовки Стратегії повинен корелювати з підготовкою проєкту закону про держбюджет на наступний рік та прогнозу державного бюджету України на наступні за плановим два бюджетних періоди.

Стратегія управління державним боргом має затверджуватися до початку бюджетного року, в якому вона набирає чинності. При цьому для забезпечення узгодженості бюджетно-податкової політики, котра реалізується через виконання закону про бюджет, із борговою політикою, перспективні напрями якої втілюються у Стратегії, необхідно підвищити її юридично-правовий статус. Зокрема, у законопроєкті доцільно передбачити, що Стратегія після схвалення Кабінетом Міністрів України передається на розгляд Верховної Ради України та затверджується її постановою [11].

Висновки з проведеного дослідження. Стратегія повинна стати основою для вироблення тактичних заходів з управління державним боргом та розроблення програми державних запозичень, яка готується у складі бюджетної документації. У законопроєкті слід передбачити, що на виконання положень Стратегії Міністерством фінансів України щорічно розробляються програми управління державним боргом, які безпосередньо включаються в процес бюджетного планування та містять детальний перелік заходів із регулювання обсягу і структури державного боргу, визначення оптимальних джерел та інструментів державного запозичення, погашення боргу та напрямів використання залучених коштів, моніторингу й контролю стану державного боргу.

В умовах істотної залежності національної економіки від зовнішньої кон'юнктури система управління державним боргом має бути значно посилена. Для оцінки ризиків, пов'язаних із державним боргом, треба проводити стрестестування портфеля боргових зобов'язань держави виходячи з оцінки економічних і фінансових потрясінь, на які потенційно може наражатися країна, та можливих сценаріїв відновлення економіки. Невід'ємним елементом системи управління державним боргом мають бути аналіз і моніторинг макроекономічних показників, що впливають на стан державних фінансів і боргову спроможність уряду.

Список використаних джерел:

1. Калитчук В. Концептуальні напрями мінімізації ризиків державного боргу. *Наукові праці НДФІ*. 2010. № 2. С. 94–103. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npndfi_2010_2_13 (дата звернення: 23.02.2021).
2. Бюджетний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення: 23.02.2021).
3. Про державний борг і гарантований державою борг : проєкт закону України від 07.06.2011, реєстраційний номер 8637. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc34?id=&pf3511=40610&pf35401=194341 (дата звернення: 23.02.2021).
4. Hedge (finance). *Wikipedia* : the free encyclopedia. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Hedge_\(finance\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Hedge_(finance)) (дата звернення: 23.02.2021).
5. Public Debt Management Framework : Republic of Ukraine / Ministry of Finance ; Barclays capital. April 2008. 20 p.
6. Hull J.C. *Options, futures and other derivatives*. 6th ed. New Jersey : Prentice Hall, 2006. 789 p.
7. Фабощи Ф. Дж. Рынок облигаций: анализ и стратегии / пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. 876 с.
8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk> (дата звернення: 23.02.2021).
9. Міжнародний валютний фонд. URL: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm> (дата звернення: 23.02.2021).
10. Проєкт закону про державний борг та гарантований державою борг. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=8637&skl=7 (дата звернення: 23.02.2021).
11. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 23.02.2021).

References:

1. Kalytchuk V. (2010) Konceptualni napryamy minimizaciyi ryzykiv derzhavnogo borghu [Conceptual directions of minimizing public debt risks]. *Scientific works of NDFI*, no. 2, pp. 94–103. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npndfi_2010_2_13 (accessed 23 February 2020).
2. Byudzhetnyj kodeks Ukrainy [Budget Code of Ukraine]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (accessed 23 February 2020).
3. Pro derzhavnyj borg i garantovanyj derzhavoyu borg : proekt zakonu Ukrainy vid 07.06.2011, reyestracijnyj nomer 8637 [On public debt and state-guaranteed debt: draft law of Ukraine dated 07.06.2011, registration number 8637]. Retrieved from: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc34?id=&pf3511=40610&pf35401=194341 (accessed 23 February 2020).
4. Hedge (finance) // Wikipedia : the free encyclopedia. Retrieved from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Hedge_\(finance\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Hedge_(finance)) (accessed 23 February 2020).
5. *Public Debt Management Framework : Republic of Ukraine* / Ministry of Finance ; Barclays capital. April 2008. 20 p.
6. Hull J. C. (2006) *Options, futures and other derivatives*. 6th ed. New Jersey : Prentice Hall, 789 p.
7. Faboczcy F. Dzh. (2005) Rynok oblygacyj : Analiz y strategyy [Bond Market : Analysis and Strategies] ; per. s angl. : Alpina Business Books. 876 p. (in Russian).
8. Oficijnyj sajt Ministerstva finansiv Ukrainy [Official site of the Ministry of Finance of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.mof.gov.ua/uk> (accessed 23 February 2020).
9. Mizhnarodnyj valyutnyj fond [International Monetary Fund]. Retrieved from: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm> (accessed 23 February 2020).
10. Proekt Zakonu pro derzhavnyj borg ta garantovanyj derzhavoyu borg [Draft Law on Public Debt and State-Guaranteed Debt]. Retrieved from: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=8637&skl=7 (accessed 23 February 2020).
11. Oficijnyj portal Verhovnoyi Rady Ukrainy [Official portal of the Verkhovna Rada of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.rada.gov.ua> (accessed 23 February 2020).

УДК 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-12>**Князева Т.В.**доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки та бізнес-технологій
Національного авіаційного університету**Алексеєнко І.М.**студентка
Національного авіаційного університету**Kniazieva Tetiana, Alekseienco Iryna**

National Aviation University

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

MARKETING STRATEGY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

У статті розглянуто теоретичні засади побудови маркетингової стратегії соціального бізнесу. Визначено, що формування концепції маркетингової стратегії соціального підприємства ґрунтується на аналізі маркетингового середовища підприємства та виборі конкретного цільового сегменту споживачів товарів і послуг соціального підприємства, формуванні комплексу маркетингу та розробленні можливої динаміки поведінки на визначеному сегменті. Сформульовано, що головною метою реалізації проекту соціального підприємництва є надання інформації про товар чи послугу цільовій аудиторії, що здійснюється завдяки використанню маркетингових комунікацій (соціальна реклама, проведення соціальних заходів, прямий маркетинг, зв'язки із громадськістю та місцевою владою). Ефективна маркетингова стратегія соціального бізнесу дає такі результати, як: зміна поведінки споживача, підвищення соціальної культури, зменшення навантаження на навколишнє середовище, лояльна клієнтура та, як наслідок, зростання продажів; розширення географії збуту, вихід на нові ринки збуту; випуск нових успішних товарів та послуг.

Ключові слова: маркетингова стратегія, соціальне підприємництво, соціальний маркетинг, соціальний проект, соціальний бізнес.

В статье рассмотрены теоретические основы построения маркетинговой стратегии социального бизнеса. Определено, что формирование концепции маркетинговой стратегии социального предприятия основывается на анализе маркетинговой среды предприятия и выбора конкретного целевого сегмента потребителей товаров и услуг социального предприятия, формировании комплекса маркетинга и разработке возможной динамики поведения на определенном сегменте. Сформулировано, что главной целью реализации проекта социального предпринимательства является предоставление информации о товаре или услуге целевой аудитории, что осуществляется благодаря использованию маркетинговых коммуникаций (социальная реклама, проведение социальных мероприятий, прямой маркетинг, связи с общественностью и местными властями). Эффективная маркетинговая стратегия социального бизнеса дает следующие результаты: изменение поведения потребителя, повышение социальной культуры, уменьшение нагрузки на окружающую среду, лояльную клиентуру и, как следствие, рост продаж; расширение географии сбыта, выход на новые рынки сбыта; выпуск новых успешных товаров и услуг.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, социальное предпринимательство, социальный маркетинг, социальный проект, социальный бизнес.

The analysis of the theoretical foundations of the formation of marketing strategies of a social enterprise showed that social business needs an appropriate marketing strategy that should consider the needs of consumers, the market situation, especially the provision of services. The study showed that to justify and effectively implement a social project, the business entity must develop a marketing strategy of the project, which is called a set of global (general for the whole project) targets (structure of goals, basic methods of achieving them), guiding all project marketing activities. in the direction of achieving maximum social, environmental and economic results. The main purpose of the social entrepreneur-

ship project is to provide information about the product or service to the target audience, which is carried out through the use of marketing communications (social advertising, social events, direct marketing, public relations and local government). An effective marketing strategy of social business gives the following results: change of consumer behavior, increase of social culture, reduction of load on environment, loyal clientele and as a result of growth of sales; expanding the geography of sales, entering new markets; release of new successful goods and services. The concept of marketing strategy of social entrepreneurship is presented in the work. The formation of the concept of marketing strategy of a social enterprise is based on the analysis of the marketing environment of the enterprise and the choice of a specific target segment of consumers of goods and services of a social enterprise, the formation of marketing and development of possible dynamics of behavior in a particular segment. The definition of the essence of a social enterprise is based on the basic criteria for classifying the enterprise as social, namely: the focus of social services (in the broadest sense of this type of service, not just in the sectoral context); service of socially vulnerable groups of the population (within the framework of social policy programs of the state); involvement of socially vulnerable people as employees.

Key words: marketing strategy, social entrepreneurship, social marketing, social project, social business.

Постановка проблеми. Розвиток соціально-економічних відносин демонструє неможливість ринкового механізму вирішувати серйозні суспільно значущі проблеми. Зростаюча нерівність якості життя різних груп населення, безробіття, недостатнє виробництво соціально значущих товарів і послуг, складність інтеграції в суспільне життя незахищених категорій громадян мають місце, як би успішно не розвивалася соціально-економічна система. Водночас держава, реалізуючи коригувальну функцію з метою забезпечення соціальної справедливості для всіх категорій громадян, будучи гарантом надання суспільних благ, часто демонструє неефективність у питаннях соціальної політики. У результаті еволюції форм відносин держави, бізнесу, громадського сектору та громадян виникло нове явище – соціальне підприємництво, завданнями якого є усунення «провалів» ринку і знаходження ефективних механізмів вирішення проблем у сферах охорони здоров'я, освіти, культури, екології, підтримки незахищених категорій громадян, орієнтуючись на досягнення як соціальної, так і економічної ефективності. Таким чином, стає актуальним серйозне дослідження функціонування соціального бізнесу, виявлення його галузевих особливостей, формування пріоритетних напрямів розвитку в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні маркетингові стратегії потребують адаптації до постійних змін у внутрішньому та у зовнішньому конкурентному середовищі. Нові моделі дозволяють гарантувати виробникам отримання оптимальних фінансових результатів, оптимізувати використання власних виробничих потужностей, трудового потенціалу, забезпечити успіх у конкурентній боротьбі неціновими методами, підвищити ефективність маркетингової діяльності, підвищити можливість адаптації до поведінкової реакції споживачів.

Теоретичні та практичні аспекти характеристик, регіональних особливостей, моделей соціального підприємництва та соціального маркетингу знайшли відображення у роботах таких вітчизняних учених, як: Т.Г. Белова, В.В. Гаврилова, Л.В. Козин, В.А. Полторак, І.М. Сотник. При цьому недостатньо висвітлено специфіку формування маркетингової стратегії соціального підприємництва в Україні та формування концептуальних положень розвитку маркетингових стратегій соціального бізнесу на сучасному етапі.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних та практичних аспектів формування та розвитку маркетингових стратегій соціального підприємництва в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині у вітчизняному суспільстві, незважаючи на перманентний процес реформування окремих складових соціально-економічного процесу, сформувалася нова модель соціальної політики держави, яка докорінно відрізняється від патерналістської моделі, що реалізовувалася в країні у радянський період і передбачала безальтернативну відповідальність держави за стабільний суспільний розвиток і надання соціальних послуг усім категоріям населення. Перехід до ринкової економіки і зміна ресурсного складника програм соціальної політики, переважання відносин конкуренції над відносинами соціальної взаємодії, поява значного числа нових проблемних крапок у суспільному розвитку поставила і нові завдання з пошуку додаткових джерел вирішення суспільних завдань, із залучення нових акторів як суб'єктів соціальної політики. Через обмеженість ресурсів держави, а в перехідні періоди і періоди криз це питання стоїть особливо гостро, держава не в силах прийняти на себе всю повноту відповідальності за соціальну сферу. Тим самим вимушений відхід держави із ключових позицій у вирішенні

соціальних завдань суспільства в умовах ринку передбачає, що якусь частину відповідальності за надання соціальних послуг повинні взяти на себе інші суб'єкти економічної діяльності. Досвід функціонування зарубіжних моделей соціальної політики показує, що виключно ринковий механізм реалізації соціальних завдань не здатний забезпечити гарантований рівень отримання соціальних послуг.

За допомогою соціальних підприємств вирішуються питання в секторах суспільства та економіки, які не охоплені державою, на які не звертається достатня увага через відсутність коштів, знань, навичок чи безперспективність отримання значних економічних вигод. Соціальні очікування щодо бізнесу в суспільстві зростають із кожним днем. Все більше керівників та власників бізнесу усвідомлюють, що сучасна модель бізнесу повинна бути соціально корисною та не бути спрямованою лише на збагачення своїх акціонерів. Соціальне підприємство намагається бути комерційно успішним, екологічно чутливим та створювати суспільне багатство. Успіх діяльності соціального підприємства вимірюється потрійним результатом діяльності. Підходи до визначення поняття соціального підприємства представлено в табл. 1.

Діяльність соціальних підприємств має далекосяжні економічні наслідки, наприклад:

1. Розвиток соціальних підприємств у регіонах сприяє зростанню потреби у найманих працівниках, що приводить до зниження безробіття та, як наслідок, зростання валового внутрішнього продукту, доходів місцевих бюджетів, національного доходу.

2. Поширення соціальних підприємств сприяє реформуванню та вдосконаленню нормативно-правової бази у соціальній сфері.

3. Соціальні підприємства можуть частково, а інколи повністю взяти на себе надання соціальних послуг пільговим категоріям населення.

Країни з розвинутою економікою все частіше запроваджують принципи на комерційних підприємствах, які побудовані на корпоративному громадянстві та готові працювати з невисокою прибутковістю. В Україні така діяльність нині не є привабливою для комерційного сектору.

Соціальний маркетинг є частиною глобальної стратегії бренду. Акції та кампанії, що організовує бренд у рамках соціальної активності, повинні перетинатись зі сферою діяльності бренду чи мають відноситися до філософії та цінностей компанії. Ключові цілі маркетингової стратегії соціального бізнесу – це створити привабливий образ та завоювати лояльність споживачів [4, с. 65]. Це досягається шляхом вибору проблеми, з якою компанія буде боротися та пропонувати готове рішення для її вирішення. Підприємницькі орієнтири, на які спрямовані соціальні маркетингові стратегії, зображено на рис. 1.

Основними проблемами, вирішенням яких займаються соціальні програми компаній, є: екологічні проблеми, інклюзивність та рівні права, допомога малозабезпеченим, ініціативи, пов'язані із здоров'ям, ініціативи, пов'язані з освітою, допомога дітям, допомога країнам третього світу, допомога людям, які потрапили у складне становище, проблеми свободи слова.

Основною відмінністю комерційної маркетингової стратегії від стратегії соціального маркетингу є те, що в першому випадку стратегія націлена конкретно на продаж товарів чи послуг, тоді як соціальний маркетинг орієнтується на зміну чи підтримку поведінки людей. Соціальний маркетинг спрямований на довго-

Таблиця 1

Основні підходи до визначення поняття «Соціальне підприємство»

Змістова характеристика	Назва підходу
<i>Соціальне підприємство</i> – бізнес-організація, яка здійснює виробництво і реалізацію товарів, робіт, послуг з метою задоволення соціальних потреб (найбільш розповсюджений підхід до визначення)	Школа соціально-орієнтованого бізнесу
<i>Соціальне підприємство</i> – діяльність організації спрямована на розробку та впровадження інновацій у соціальній сфері (обмеження кількості підприємств, лише такими, що впроваджують інновації)	Школа соціальних інновацій
<i>Соціальне підприємство</i> – неприбуткова організація, яка збільшує питому вагу самофінансування в структурі джерел її фінансування. (охоплює лише неприбуткові організації)	Школа заробленого доходу
<i>Соціальне підприємство</i> – організація, що залучає кошти із зовнішніх джерел для здійснення неприбуткової діяльності (гранти, пожертви, тощо) і відповідає певним критеріям, які поділені на наступні групи: економічні та підприємницькі; соціальні та колективного управління. (охоплює лише неприбуткові організації)	EMES підхід

Джерело: систематизовано авторами за [4; 7; 10]

строковий результат. Перш ніж будувати стратегію соціального маркетингу, підприємницьким структурам потрібно мати відповідь на 4 базових питання, наведених у таблиці 2.

Важливим є систематичний процес планування соціального маркетингу у парі з поведінковою економікою. Такий підхід дасть змогу подивитися на суспільство через призму поведінкової економіки, яка намагається усунути недоліки традиційної чи неокласичної економіки, з приділенням більшої уваги вивченню психологічного погляду на часто ірраціональну поведінку окремих осіб та груп. Соціальний маркетинг допомагає забезпечити політику, що базується на розумінні життя людей, роблячи цілі реалістичними та такими, що можуть бути досяжними. Соціальний маркетинг дозволяє розвивати продукти, послуги та комунікації, що відповідають потребам та мотивам людей.

Діяльність соціальних підприємців – це щоденний моральний вибір, прагнення балансу між отриманням задоволення і реалізації можливості для себе та для інших, можливість самому спрямовувати свої зусилля чи дозволяти іншим керувати собою. Схематично моральний вибір соціального підприємця зображено на рис. 2.

Стратегія не може передбачувати можливі конфлікти між щохвилинними потребами та тривалим благополуччям клієнта. Для впро-

вадження маркетингової стратегії соціального бізнесу є обов'язкові вимоги.

На рис. 3 наведена концепція маркетингової стратегії соціального підприємництва. Формування концепції маркетингової стратегії соціального підприємства ґрунтується на аналізі маркетингового середовища підприємства та виборі конкретного цільового сегменту споживачів товарів та послуг соціального підприємства, формуванні комплексу маркетингу та розробленні можливої динаміки поведінки на визначеному сегменті. При цьому визначення суті соціального підприємства базується на базових критеріях віднесення підприємства до категорії соціального, а саме: спрямованість діяльності на соціальні послуги (в широкому розумінні цього виду послуг, а не тільки в галузевому розрізі); обслуговування соціально вразливих груп населення (за рамками програм соціальної політики держави); залучення в якості співробітників осіб із соціально вразливих категорій населення.

Умовами для розроблення маркетингової стратегії соціального бізнесу є [7, с. 65]:

1. Основна мета підприємства повинна полягати у задоволенні розумних, здорових потреб споживачів відповідно до гуманних інтересів суспільства.

2. Підприємство постійно шукає можливість створення нових товарів, які найбільш повно

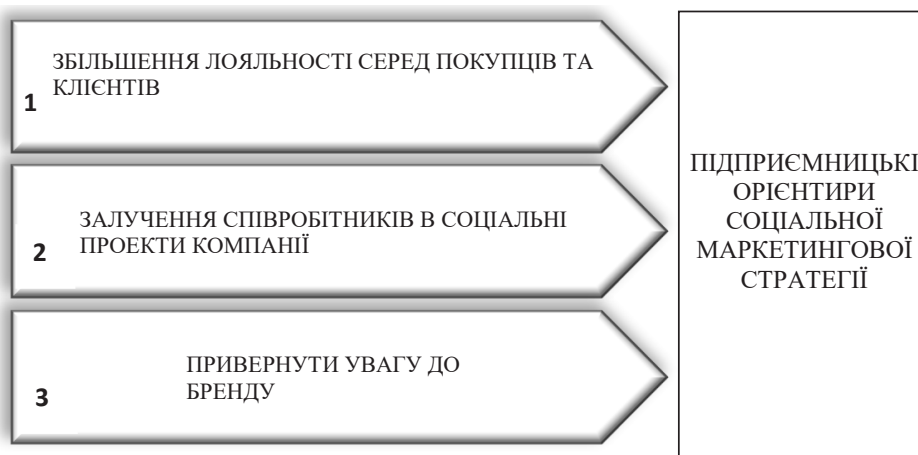


Рис. 1. Підприємницькі орієнтири соціальної маркетингової стратегії

Джерело: складено автором за матеріалами [1; 5; 9]

Таблиця 2

Базові питання для побудови стратегії соціального маркетингу

№	Питання
1.	Я дійсно розумію свою цільову аудиторію та бачу речі з її погляду.
2.	Я чітко розумію, що хочу, щоби зробила моя цільова аудиторія.
3.	Які перешкоди можуть бути на шляху до цільової аудиторії та як їх подолати у процесі досягнення бажаного (вигоди вищі, ніж перешкоди)
4.	Чи впроваджуються заходи, що спонукають людей до бажаних дій

Джерело: складено автором

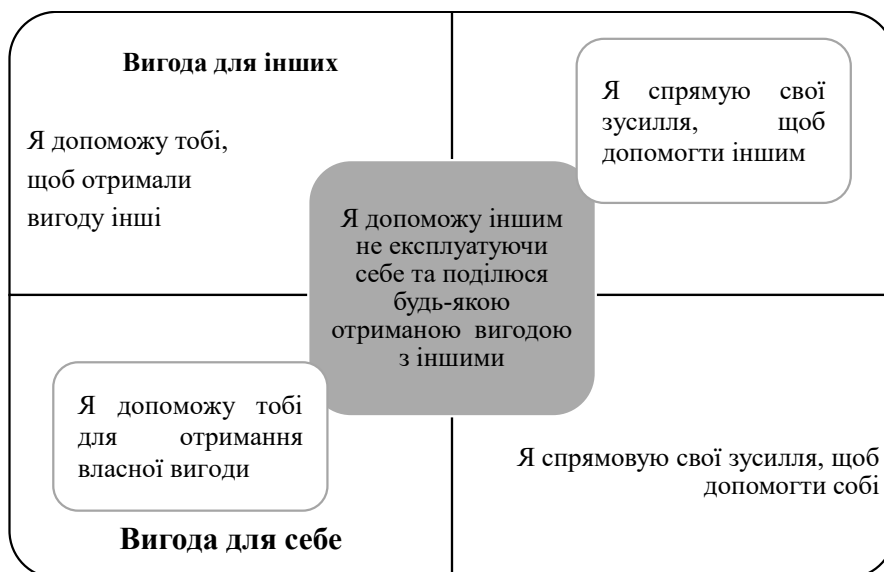


Рис. 2. Моральний вибір та баланс діяльності соціального підприємця

Джерело: систематизовано та побудовано за [2; 3; 6; 8; 10]

задовольняють потреби споживачів, та готове постійно вносити удосконалення у виробництво.

3. Підприємство не повинно виробляти та продавати товари, які суперечать інтересам споживачів, якщо вони можуть заподіяти шкоду споживачеві та суспільству загалом.

4. Споживачі підтримують підприємства, які підкреслено проявляють турботу про задоволення нормальних здорових потреб носіїв платоспроможного попиту (спираються на власну думку та на громадську думку).

5. Споживачі не купують товари, де використовуються екологічно «нечисті» технології навіть для виробництва потрібного людям товару, піклуючись про збереження та підвищення якості життя.

6. Підприємство запроваджує такі програми соціально-економічного розвитку, які будуть корисні для підприємства в цілому, трудового колективу а також регіону де воно функціонує.

Виконання вимог можливо у тому разі, коли підприємство цілком самостійне в господарському відношенні, діє в умовах конкурентного ринку, управління базується на гуманних, морально-етичних принципах, що дозволяють долати колективний егоїзм.

Висновки. Проведене дослідження теоретичних основ формування маркетингових стратегій соціального підприємства показало, що реалізація соціальних проектів ускладнюється та практично неможлива без відповідної маркетингової стратегії, що має враховувати потреби та запити споживачів, ситуацію на ринку, особливості надання послуг, бути спрямованою на досягнення цілей проекту, марке-

тингових цілей та місії компанії. Проведений аналіз існуючих визначень соціальних підприємств показав наявність різноманітних підходів до їх формування та можливість використання в різних сферах діяльності.

Головною метою реалізації соціального проекту є зміна поведінки споживачів щодо використаної упаковки, що здійснюється завдяки використанню маркетингових комунікацій (соціальна реклама, проведення соціальних заходів, прямий маркетинг, зв'язки з громадськістю та місцевою владою). Ефективна маркетингова стратегія соціального бізнесу дає наступні результати: зміна поведінки споживача, підвищення соціальної культури, зменшення навантаження на навколишнє середовище, лояльна клієнтура та, як наслідок, зростання продажів; розширення географії збуту, вихід на нові ринки збуту; випуск нових успішних товарів та послуг.

Визначено принципи формування соціально-орієнтованого маркетингу на підприємстві. Маркетингова стратегія проекту може включати кількісні та якісні показники, що дозволяють оцінювати процес реалізації проекту. Стратегія має бути комплексною і охоплювати всі сторони виконання соціального проекту. У процесі створення маркетингова стратегія проекту може переглядатися і коригуватися. Після цього здійснюється оцінка ефективності, а саме досягнення поставлених цілей проекту.

Пропонується побудувати оновлену маркетингову стратегію згідно з сучасними тенденціями, використовуючи за основу концепцію Маркетинг 3.0. Нині активно змінюється спо-

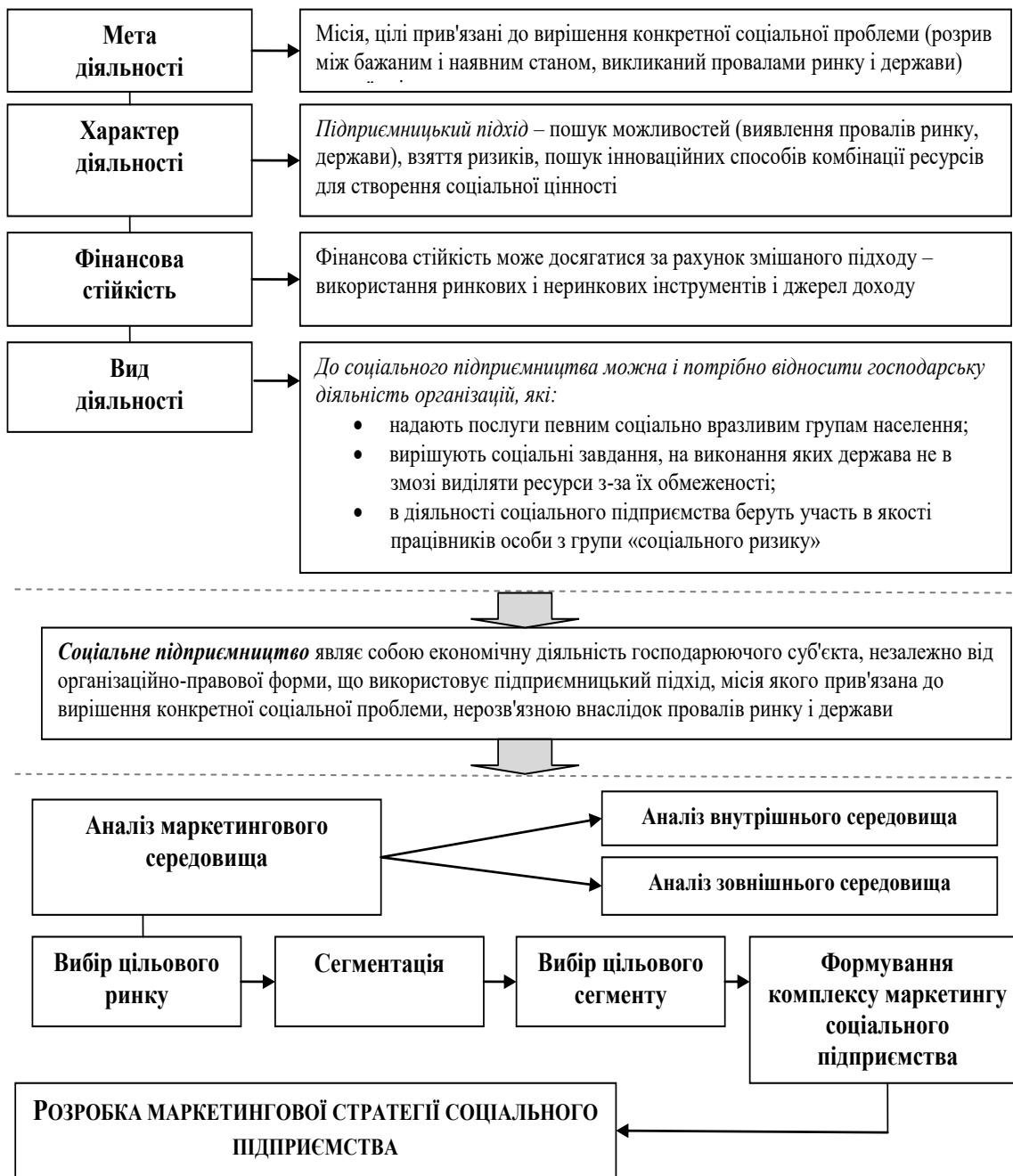


Рис. 3. Концепція маркетингової стратегії соціального підприємництва

Джерело: розробка автора

живач, відбувається зміна поколінь. Попередньому поколінню необхідний був широкий вибір, повна інформація про технічну складову частину, тоді вони вибирали товар самостійно. Нове покоління характеризується тим, що фактор вибору відійшов на другий план, більше

значення надається соціальній значущості, навколишньому середовищу, турботі про своє майбутнє. Сучасні тенденції говорять про те, що підприємство стає більш успішним за умови наявності соціально-відповідальної складової частини.

Список використаних джерел:

1. Белова Т.Г., Гулька В.І. Застосування концепції соціально відповідального маркетингу в діяльності підприємства. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Том 30 (69). № 2. С. 82-85.
2. Козин Л.В. Соціально відповідальний маркетинг і корпоративна соціальна відповідальність: зв'язок концепцій. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 9. С. 316–321.

3. Котлер Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М.: Альпина Бизнес Букс. 2012. 240 с.
4. Полторак В.А. Соціальний маркетинг: сучасні проблеми розвитку та застосування в освітній, медичній, культурній, територіальній, добродійній, ідеологічній сферах українського суспільства. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2015. Вип. 65–66. С. 12–24.
5. Разінькова М.Ю. Соціальні мережі як засіб системи маркетингових комунікацій сучасних підприємств. *Інтернаука: Міжнародний науковий журнал*. Серія: Економічні науки. 2018. № 7 (15). С. 69–74.
6. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. Том 1, № 1. С. 20–33.
7. Сотник І.М., Гаврилова В.В., Коваленко Є.В. Соціальне підприємництво як інструмент реалізації глобальних цілей сталого розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 2 (200). С. 62–73.
8. Смерічевський С.Ф., Ахунзянов О.В., Банасько Т.М., Брітченко І.Г. та ін. Закономірності і перспективи розвитку малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України: монографія. *Херсон: Видавничий дім «Гельветика»*, 2017. 224 с.
9. Audretsch, D. B., & Belitski, M. Entrepreneurial ecosystems in cities: establishing the framework conditions. *The Journal of Technology Transfer*, 2017, 42(5), pp. 1030–1051. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-016-9473-8>.
10. Xia, B., Guo, J. E., & Fung, R. Y. Quality investment timing by the startup and the established firm. *Managerial and Decision Economics*, 2018, 39(3), pp. 275–284. <https://doi.org/10.1002/mde.2902>

References:

1. belova T.H., Hul'ka V.I. (2019) Zastosuvannya kontseptsiyi sotsial'no vidpovidal'noho marketynhu v diyal'nosti pidpryyemstva [Application of the concept of socially responsible marketing in the activities of the enterprise]. *Scientific notes of TNU named after V.I. Vernadsky*. Series: Economics and Management, vol. 30 (69), no. 2, pp. 82–85.
2. Kozyn L.V. (2016) Sotsial'no vidpovidal'nyy marketynh i korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist': zv'yazok kontseptsiy [Socially responsible marketing and corporate social responsibility: the connection of concepts]. *Economics and business management*, vol. 9, pp. 316–321.
3. Kotler Ph. (2012) Marketing 3.0. *From products to consumers and further – to the human soul* [Marketing 3.0. Ot produktov k potrebitelyam i daleye – k chelovecheskoy dushe]. Moscow: Alpina Business Books. 240 p. (in Russian)
4. Poltorak V.A. (2015) Sotsial'nyy marketynh: suchasni problemy rozvytku ta zastosuvannya v osvitniy, medychniy, kul'turniy, terytorial'niy, dobrochynniy, ideolohichniy sferakh ukrayins'koho suspil'stva [Social marketing: modern problems of development and application in the educational, medical, cultural, territorial, charitable, ideological spheres of Ukrainian society]. *Social technologies: current issues of theory and practice*, vol. 65–66, pp. 12–24.
5. Razin'kova M.Yu. (2018) Sotsial'ni merezhi yak zasib systemy marketynhovyykh komunikatsiy suchasnykh pidpryyemstv [Social networks as a means of marketing communications of modern enterprises]. *Interscience: International scientific journal. Series: Economic Sciences*, no. 7 (15), pp. 69–74.
6. Savyts'ka N.L. (2017) Marketynh u sotsial'nykh merezhakh: stratehiyi ta instrumenty na rynku B2C [Social media marketing: strategies and tools in the B2C market]. *Marketing and digital technologies*, vol. 1, no. 1. pp. 20–33.
7. Sotnyk I.M., Havrylova V.V., Kovalenko Ye.V. (2018) Sotsial'ne pidpryyemnytstvo yak instrument realizatsiyi hlobal'nykh tsiley staloho rozvytku [Social entrepreneurship as a tool for achieving global goals of sustainable development]. *Current economic problems*, no. 2 (200), pp. 62–73.
8. Smerichevs'kyi S.F., Akhunzyanov O.V., Banas'ko T.M., Britchenko I.H., ta in. (2017) Zakonomirnosti i perspektyvy rozvytku maloho pidpryyemnytstva v strukturi natsional'noyi innovatsiynoyi systemy Ukrayiny: monohrafiya [Regularities and prospects of small business development in the structure of the national innovation system of Ukraine: monograph]. *Kherson: Vydavnychiy dim «Hel'vetyka»*, 224 p.
9. Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017) Entrepreneurial ecosystems in cities: establishing the framework conditions. *The Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030–1051. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s10961-016-9473-8>.
10. Xia, B., Guo, J. E., & Fung, R. Y. (2018) Quality investment timing by the startup and the established firm. *Managerial and Decision Economics*, 39(3), 275–284. <https://doi.org/10.1002/mde.2902>

Кушнір Т.М.кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
Львівського національного університету імені Івана Франка**Kushnir Taras**

Ivan Franko National University of Lviv

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО РИНКУ**MARKETING APPROACH TO POLITICAL MARKET RESEARCH**

У статті з'ясовано природу тенденцій переходу сучасного маркетингу в некомерційну сферу та обґрунтовано за доцільне визначати політичну сферу як некомерційну. На основі використання економічного та маркетингового інструментарію зроблено спробу з'ясувати сутність та структуру політичного ринку. З'ясовано проблемність трактування політичного ринку як ринку досконалої конкуренції, натомість обґрунтовано доцільність визначати політичний ринок ринком монополістичної конкуренції. Застосовано методологію теорії суспільного вибору до визначення ключових суб'єктів політичного ринку. Досліджено питання доступу до інформації в умовах політичного ринку та особливості його функціонування в умовах представницької демократії. Визначено функціональну роль політиків та виборців у системі суб'єктів політичного ринку. Також у межах дослідження з'ясовано природу та особливості задоволення потреб споживачами політичного товару.

Ключові слова: політичний ринок, маркетинг, досконала конкуренція, монополістична конкуренція, політик, політична партія, виборці.

В статье определена природа тенденций перехода современного маркетинга в некомерческую сферу и обоснована целесообразность определения политической сферы как некомерческой. На основе использования экономического и маркетингового инструментария сделана попытка выяснить сущность и структуру политического рынка. Определена проблемность трактования политического рынка как рынка совершенной конкуренции, в то же время обоснована целесообразность определения политического рынка рынком монополистической конкуренции. Применена методология теории общественного выбора до определения ключевых субъектов политического рынка. Исследованы вопросы доступа к информации в условиях политического рынка и особенности его функционирования в условиях представительной демократии. Определена функциональная роль политиков и избирателей в системе субъектов политического рынка. Также в рамках исследования обозначены природа и особенности удовлетворения потребностей потребителями политического товара.

Ключевые слова: политический рынок, маркетинг, совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, политик, политическая партия, избиратели.

The real picture of the modern world, in which one of the leading places is occupied by marketing, looks like that the development of commercial marketing is gradually entering the non-profit sphere. Thus, marketing today is becoming more complex, comprehensive and global. We are not dealing with traditional relationships involving the sale of material goods. Increasingly, the situation comes down to the fact that a set of marketing actions actualizes the problems of meeting consumer needs, which are impossible to see, touch or taste the process of meeting needs. The dynamic growth of the service sector in the information post-industrial society leads to the fact that marketing inevitably appears much earlier than the consumer can see or feel the result of the efforts of the counterparty. The political sphere can be a clear example of a high degree of social philanthropy, in which politicians are engaged in successful, effective people who can transfer their experience (professional, business, communication, social) to society, help those who do not have the appropriate competencies, satisfy their at least the most necessary needs. At the same time, due to the fact that the political sphere is clearly associated with the concept of "power", we have a radically different situation in which the motivation to participate in political life is not to serve ordinary people, but to realize their need for POWER. The article clarifies the nature of the trends in the transition of modern marketing to the non-profit sphere and justifies the expediency of defining the political sphere as non-profit. Based on the use of economic and marketing tools, an attempt is made to clarify the nature and structure of the political market. The problem of

interpreting the political market as a market of perfect competition is clarified, instead the expediency of defining the political market as a market of monopolistic competition is substantiated. The methodology of the theory of social choice is applied to the definition of key subjects of the political market. Research of the issue of access to information in the conditions of the political market and peculiarities of its functioning in the conditions of representative democracy. The functional role of politicians and voters in the system of political market actors is defined. The study also clarifies the nature and features of meeting the needs of consumers of political goods.

Key words: political market, marketing, perfect competition, monopolistic competition, politician, political party, voters.

Постановка проблеми. У сьогоднішніх українських реаліях зростає інтерес до дослідження політичних процесів. Однак традиційна політологія не дає відповіді на ті процеси, які інколи відбуваються на політичній арені. Спроба використання економічного та маркетингового інструментарію для вивчення політичного ринку України, на нашу думку, є проблемою актуальною та методологічно важливою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічний механізм функціонування політичного ринку був визначений представниками теорії суспільного вибору Дж. Б'юкененом та Л. Таллоком. Дослідження політичного ринку в Україні знаходимо в працях В. Бебика, В. Бокач, Л. Гонюкової, О. Дем'янчука.

Метою дослідження є з'ясування механізмів функціонування політичного ринку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реальна картина сучасного світу, в якому одне з чільних місць займає маркетинг, виглядає так, що розвиток комерційного маркетингу поступово входить у некомерційну сферу. Таким чином, маркетинг сьогодні стає більш комплексним, всеосяжним та глобальним. Ми не маємо справи з традиційними відносинами, пов'язаними з продажем матеріального товару. Усе частіше ситуація зводиться до того, що комплекс маркетингових дій актуалізує проблеми задоволення потреб споживача, які неможливо побачити, торкнутися чи відчутти на смак до процесу задоволення потреби. Динамічне зростання сфери послуг в умовах інформаційного постіндустріального суспільства призводить до того, що маркетинг неминуче з'являється значно раніше, ніж споживач може побачити чи відчутти результат зусиль контрагента.

Сфера послуг часто залишається сферою комерційною, метою діяльності в якій є задоволення потреби споживача та максимізація прибутку одночасно. Водночас є сфери застосування сучасного маркетингу, де ми говоримо про виробництво, просування та реалізацію соціально значимого продукту. Виникає, звісно, безліч запитань із приводу мотиваційного складника здійснення некомерційної діяльності, але ми не ставимо собі за мету

вникнути в психологічну природу здійснення такої діяльності. Зупиняємо свої розмірковування на тому, що існують окремі особи чи організації, які схильні до гуманізму, соціальної філантропії та прагнуть досягти значного соціального ефекту у своїй діяльності. Також виходимо з того, що, ймовірніше за все, мотивація некомерційної діяльності ховається десь на двох останніх щаблях піраміди А. Маслоу (в потребах визнання та самореалізації), що в принципі говорить про те, що такою діяльністю схильні займатися ті люди, які не відчувають дискомфорту з приводу задоволення своїх первинних потреб.

Однією з таких сфер є політична. Але тут, насправді, все набагато складніше. В ідеалі політична сфера може бути яскравим прикладом високого ступеню соціальної філантропії, за якої політикою займаються успішні, ефективні люди, що можуть перенести свій досвід (професійний, діловий, комунікаційний, соціальний) на суспільство, допомогти тим, хто не володіє належними компетенціями для задоволення своїх хоча б найнеобхідніших потреб. Водночас через те, що політична сфера чітко асоціюється з поняттям «влада», маємо кардинально іншу ситуацію, в якій мотивація до участі в політичному житті полягає не в служінні простим людям, а в реалізації своєї потреби ВЛАДИ. Зрозуміло, що такий стан справ призводить до того, що гуманістичний складник політичної сфери залишається глибоко в деклараціях та текстах популістських виступів.

Відстежуючи еволюційний розвиток сучасного маркетингу, бачимо, що політичний маркетинг зароджується в другій половині ХХ ст., саме тоді, коли популярною стає маркетинговоорієнтована концепція маркетингового управління, а згодом і концепція соціально-етичного маркетингу. Ми міркуємо таким чином, що політичний маркетинг тісно корелюється з маркетингом соціально-етичним (соціально відповідальним, гуманістичним тощо). Водночас наголошуємо на тому, що концепція соціально-етичного маркетингу придатна до використання в умовах зрілих суспільств із високим рівнем добробуту. Сутність цієї концепції полягає у досягненні цілей підприємства

з урахуванням потреб окремих споживачів та через досягнення певного соціального ефекту. Тобто соціально-етичний маркетинг полягає у здійсненні соціально значущої діяльності, яка, своєю чергою, має бути притаманна й політичному маркетингу.

Ключовими поняттями для розуміння маркетингу є «ринок», «товар», «попит», «обмін». Без усвідомлення особливостей трактування кожного із цих понять у політичній сфері складно говорити про доречність використання терміна «політичний маркетинг».

Оскільки термін «маркетинг» є похідним від поняття «ринок», спочатку з'ясуємо, наскільки прийнятним є використання дефініції «політичний ринок» в умовах нинішнього наукового дискурсу. Ринок у класичному трактуванні – це механізм взаємодії покупця і продавця з метою здійснення трансакції (себто обміну). Отже, для того щоб існував ринок, має бути «покупець», «продавець» та «об'єкт» для обміну (товар).

У сучасній науковій літературі політичний ринок визначають як «систему взаємодії конкуруючих політичних сил (суб'єктів політичних відносин), які змагаються за право розпоряджатися часткою політичної влади, яка їм довіряється пересічним громадянином під час виборів [2, с. 144; 8, с. 52].

О. Дем'янюк вважає, що «на політичному ринку активними дійовими особами виступають ті, хто разом становить політичну систему країни» [3, с. 42]. Однак, на нашу думку, тут спостерігається методологічна неточність у зв'язку з тим, що не всі суб'єкти політичної системи є продуцентами політичного товару. Та й питання з'ясування сутності «політичного товару» не розглядається.

Також зустрічаємо думку, що «політичний ринок – це простір, на якому відбувається обмін голосів виборців на передвиборчі обіцянки кандидатів, лояльності та підтримки громадян – на проєктовані політиками та управлінцями рішення. При цьому всі актори політичного ринку діють заради досягнення власних цілей» [7].

Деякі автори політичний ринок ототожнюють із поняттям ринку влади. Ми натомість схильні підтримати думку В. Бокач про те, що «функціонування розвиненого політичного ринку передбачає наявність таких відносно самостійних його сегментів, як ринок влади, цінностей і соціальних технологій» [1, с. 278]. Виділяючи окремі сегменти політичного ринку, авторка поглиблює наповнення категорії «політичний ринок».

Якщо розмірковувати економічною термінологією, то поняття «ринок» найбільш при-

датне до використання в умовах ринкової економіки, в якій ринок характеризується великою кількістю учасників (конкуренцією цих учасників), широким доступом цих учасників до джерел інформації та каналів її розповсюдження, вільним входом і виходом із ринку, однорідністю продукції. Вочевидь, що ринок існує й у командно-адміністративній економічній системі, але він занадто регульований, тому своїх природніх функцій виконувати неспроможний. Вочевидь, що й існування політичного ринку можливе лише в умовах демократичного суспільства, а саме в умовах представницької демократії, яка за своєю природою забезпечує найбільший рівень змагальності між суб'єктами політичного ринку. Саме демократію можемо визначити як вільний політичний ринок. Лише в умовах демократичного суспільства з представницькою демократією та плюралізмом можна говорити про значну кількість учасників політичного ринку, незначну кількість бар'єрів для входження та виходу з ринку, певний рівень доступності до різноманітних каналів комунікації. Чи можна виходячи з таких міркувань відкидати існування політичного ринку в умовах монопартійного суспільства чи двопартійної системи? Наша думка із цього приводу абсолютно підпадає під термінологію економічної теорії: так, і за монопартійної, і за двопартійної системи політичний ринок існує, але цей ринок існуватиме у формі монополії (за монопартійної системи) та олігополії (за двопартійної системи).

Водночас, говорячи про досконалу конкуренцію в економіці, ми розглядаємо її як найбільш ефективний спосіб організації ринку. Досконала конкуренція в концептуальному вигляді формується за наявності таких умов:

- велика кількість дрібних фірм;
- однорідний характер продукції;
- безперешкодний вхід/вихід у галузь;
- однаковий доступ до всіх видів інформації;
- ступінь контролю над ціноутворенням відсутній.

Чи можливо говорити про можливість існування досконалого конкурентного ринку в політичній сфері? Отже, чи можливе існування великої кількості дрібних фірм на «політичному ринку»? Очевидно, що так, але політична система, в якій немає великих учасників, приречена на нестабільність і політичну фрагментацію суспільства. Тому політичні системи тяжіють до укрупнення політичних гравців і присутності кількох «важковаговиків», які володіють серйозною електоральною підтримкою. Поява та зникнення дрібних учасників із перманентним успіхом цілком прийнятні для такої політичної ситуації.

Чи можливий однорідний характер продукції на політичному ринку? Навряд чи. Бо якщо під політичним товаром розуміти політичну ідеологію чи політичну програму, то, вочевидь, у різних політичних продуцентів і ідеології і програми повинні бути відмінними. Зрештою, відрізнятимуться і політичні лідери, медійні персонажі політичних сил тощо. Це, безумовно, говорить про те, що політичний ринок (за умов його існування), скоріше за все, буде ринком монополістичної конкуренції, тобто ринком із диференційованим продуктом.

Якщо говорити про бар'єри (перешкоди) для входу чи виходу з ринку. То в умовах політичного ринку неможливо досягти безбар'єрності. Перешкоди можуть існувати не тільки інституційні, вони передусім можуть бути фінансовими, медійними, кадровими. Але ці бар'єри часто не є настільки нездоланими, щоб монополізувати політичний ринок.

Проблеми з доступом до інформації в умовах сучасного інформаційного суспільства, здавалося б, не повинно бути. Однак такий доступ не є однаковим через те, що переважна більшість каналів комунікації сьогодні перебуває у приватних руках, які мають свої (у тому числі й політичні) інтереси. Дана ситуація є вкрай проблемною в умовах олігархічно-кланової політичної системи (яка притаманна Україні). Незважаючи на те що в останні десятиліття кількість інформаційних каналів значно зросла, найбільш впливовими в умовах «турбулентного» суспільства залишаються телевізійні канали, які часто зосереджені в руках кількох конкуруючих фінансово-промислових груп, тому доволі поширеною є така ситуація, за якої один політичний персонаж присутній на екрані телевізора 3 хвилини на день, а інший – 3–4 години, а то й більше (причому не тільки присутній, а ще й значно частіше згадуваний у позитивному ракурсі).

Чи присутнє вільне ціноутворення в умовах політичного ринку? Питання ціноутворення на політичному ринку вкрай складне. Зважаючи на те, що ціна формується передусім під впливом витрат, то актуальним є питання: чи можлива ситуація, щоб усі політичні актори несли однакові витрати у своїй діяльності на політичному ринку? Вочевидь, що ні. Тому, скоріше за все, на політичному ринку, виходячи з економічної термінології, можна говорити про диференційоване ціноутворення.

З огляду на вищевикладене, розуміємо, політичний ринок не може тяжіти до досконало конкурентного ринку. Найчастіше його можна визначити як ринок монополістичної конкуренції, головними рисами якого є:

– значна кількість дрібних фірм (за твердженням А.О. Задоя, «якщо для чистої конкуренції на ринку необхідно мати сотні або й тисячі фірм, то для монополістичної конкуренції досить 30, 50 чи 70 фірм» [5]);

- різноманітність продукції;
- ніяких ускладнень входу і виходу з галузі;
- деякі обмеження в доступі до інформації;
- середній рівень контролю над ціноутворенням.

Політичний ринок є об'єктом вивчення не лише політичних наук, він також знаходиться у центрі наукового аналізу в теорії суспільного вибору, у межах якої політичний ринок розглядається за аналогією до товарного ринку.

Дж. Б'юкенен у статті «Конституція економічної політики» зазначає, що «реальна політика ще далека від ідеального колективно-кооперативного обміну, заснованого на дії правила одногосподності. Витрати державної діяльності підштовхують людей до пошуку ідеальної моделі ефективної політики, який нерідко виходить за межі розумного, на відміну від пошуку моделі ефективного ринку. Але перешкоди на шляху реалізації ідеалу не означають, що суспільство не може наблизитися до нього. Навпаки, ці перешкоди слід урахувувати під час побудови моделі громадянської злагоди» [4].

Зустрічаємо таку думку, що основними елементами політичного ринку вважаються такі елементи суспільної сфери:

- суб'єкти політичного ринку як виробники політичного товару – органи державної влади та місцевого самоврядування, політичні лідери, політичні партії та блоки, групи інтересів, які мають забезпечити високу конкурентоспроможність, попит і реалізацію політичного продукту;
- об'єкти політичного ринку, на які спрямовують свій вплив суб'єкти політики;
- політичний продукт, що являє собою сукупність пропонувань на політичному ринку пропозицій, які можуть мати суспільну користь і повинні бути реалізовані суб'єктами політики після ймовірного обрання на владні посади;
- політичний товар, під яким розуміють політичні цінності у вигляді політичних програм, ідей, концепцій реформ, котрі фактично виступають на політичному ринку у формі політичного іміджу [1, с. 278–279].

Однак такий погляд не дає нам чіткого уявлення про механізм функціонування політичного ринку, немає розуміння того, як повинен відбуватися обмін і за рахунок чого такий обмін має здійснюватися, бо ринкові відносини передбачають взаємовигідні відносини між контрагентами. Уважаємо більш вірним з'ясування учасників політичного ринку, яке зустрічаємо у Є.М. Кирилюка, який із посилан-

ням на теорію суспільного вибору визначає, що учасниками політичних ринків є:

- виборці;
- політики (представницька влада);
- бюрократія (виконавча влада) [6].

Схематично політичний ринок можна проілюструвати за аналогією з ринками товарів та послуг, де повинні бути представлені учасники з боку попиту і пропозиції.

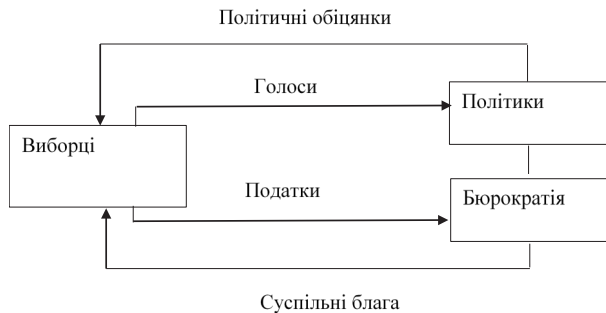


Рис. 1. Політичний ринок та його учасники

Джерело: складено за [6]

Виборці у даній моделі виступають споживачами політичних товарів. Попит виборців на передвиборчі програми та обіцянки політичних акторів виявляється у голосуванні, участі виборців у фінансуванні виборчих кампаній шляхом внесків у передвиборчі фонди політиків та політичних партій та відстоювання інтересів політиків, до яких виборці є прихильними.

Продавцями на політичному ринку в даному аспекті розглядаються політики та політичні партії, які займають виборні посади, починаючи від депутатів місцевих рад і закінчуючи посадою президента країни.

Своєрідним «каналом розподілу» (посередником), тобто шляхом, який проходить політичний товар (політична програма, виражена у конкретних діях) до свого кінцевого споживача (виборця), є бюрократія, або виконавча влада, яка фактично відповідає за втілення передвиборчих обіцянок у життя.

Важливим у контексті поведінки споживача на політичному ринку є те, що потреба, яка задовольняється виробником на цьому ринку, не споживається індивідуально, зазвичай такі потреби є колективними, тому інколи виборець змушений споживати товар того «виробника», якого обирає не він, а інші.

Висновки з проведеного дослідження. Щодо трактування сутності політичного ринку існує ще один погляд, суть якого зводиться до того, що покупцями на ринку виступають політики чи політичні партії, натомість продавцями є політичні технологи, консультанти, іміджмейкери, які продають свої послуги (політичний продукт у вигляді ідей, образів, текстів тощо). Дану концепцію ми вбачаємо за доцільне розглянути детальніше у подальших власних дослідженнях сутності та механізмів функціонування політичних ринків.

Список використаних джерел:

1. Бокач В. Особливості функціонування політичного ринку в умовах політичної конкуренції. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2015. Vol. 2. Iss. 4. С. 278–281.
2. Гонюкова Л. Державне регулювання політичного ринку сучасної України. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип. 2. С. 143–151.
3. Дем'янчук О.П. Модель «політичного ринку» в процесах формування державної/публічної політики в Україні. *Наукові праці. Політичні науки*. 2007. Вип. 56. С. 40–45.
4. Б'юкенен Дж. Конституція економічної політики. URL: <https://openuni.io/course/13-course-7-6/lesson/1/material/923/>.
5. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій та вправи : навчальний посібник ; 2-е вид., стер. Київ : Знання, КОО, 2002. 211 с. URL: <https://buklib.net/books/26392/>.
6. Кирилюк Є.М. Мікроекономічний аналіз державної політики. URL: https://pidru4niki.com/82446/ekonomika/mikroekonomichniy_analiz_derzhavnoyi_politiki.
7. Павко А. Основні принципи сучасного виборчого маркетингу. *Віче*. 2011. № 5. С. 19–21.
8. Телетов О.С., Титаренко Ю.В., Шевченко О.Ю. Загальна концепція та інструменти політичного маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 2. С. 49–63.

References:

1. Bokach V. (2015) Osoblyvosti funktsionuvannya politychnoho rynku v umovakh politychnoi konkurentsii. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2015. Vol. 2, no. 4. S. 278-281.
2. Honyukova L. (2012) Derzhavne rehuliuвання politychnoho rynku suchasnoi Ukrainy. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy*. Vyp. 2. S. 143-151.
3. Dem'ianchuk O.P. (2007) Model «politychnoho rynku» v protsesakh formuvannya derzhavnoi/publichnoi polityky v Ukraini. *Naukovi pratsi: Naukovo-metodychnyi zhurnal*. Vyp. 56. Politychni nauky. Mykolaiv: Vyd-vo MDHU im. P. Mohyly, S. 40-45.

4. Dzheims Biukenen. Konstytutsiia ekonomichnoi polityky. URL: <https://openuni.io/course/13-course-7-6/lesson/1/material/923/>.
5. Zadoia A.O. (2002) *Mikroekonomika*: Kurs lektsii ta vpravy. Navch. posib. 2-he vyd., ster. K.: T-vo «Znannia», KOO, 211 s. URL: <https://buklib.net/books/26392/> (in Ukrainian).
6. Kyryliuk Ye.M. *Mikroekonomichnyi analiz derzhavnoi polityky*. URL: https://pidru4niki.com/82446/ekonomika/mikroekonomichnyi_analiz_derzhavnoi_politiki.
7. Pavko A. (2011) Osnovni pryntsypy suchasnoho vyborchoho marketynhu. *Viche*. 2011. no. 5. S. 19-21.
8. Tielietov O.S., Tytarenko Yu.V., Shevchenko O.Yu. (2013) Zahalna kontseptsiiia ta instrumenty politychnoho marketynhu. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. no. 2. S. 49-63.

УДК 504.062+339.13

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-14>

Нагієва Айсель

аспірант

Національного авіаційного університету

Naghiyeva Aysel

National Aviation University

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ

FORMATION OF THE MARKET OF ECOLOGICAL SERVICES: ESSENCE, FEATURES, TOOLS

У статті визначено, що ринок екологічних послуг – це механізм, що дає змогу узгодити інтереси виробників і споживачів, підприємців і суспільства, окремих держав із позиції використання суспільних благ і ресурсів, споживаних спільно. Екологічна цінність товарів (послуг) полягає в тому, що вони мають здатність зберігати якість довкілля та умови життєдіяльності людини на всіх стадіях свого життєвого циклу. Перевищення соціальної вигоди виробництва подібних благ над приватною вигодою виступає формою реалізації позитивних екстерналій. Систематизовано необхідні умови формування ринку екологічних товарів і послуг, а саме: становлення суспільного укладу, що забезпечує перехід від стандартизованого виробництва до індивідуалізованого та достатні умови розвитку відповідного ринку: екологічні інновації, розвиток екологічних потреб і екологічної культури, підвищення суспільного й індивідуального добробуту, формування інститутів, що стимулюють виробництво і споживання екологічної цінності.

Ключові слова: екологічний маркетинг, екологічний менеджмент, екологічні послуги, еколого-орієнтований бізнес, сталий розвиток суспільства.

В статье определено, что рынок экологических услуг – это механизм, позволяющий согласовать интересы производителей и потребителей, предпринимателей и общества, отдельных государств с позиции использования общественных благ и ресурсов, потребляемых совместно. Экологическая ценность товаров (услуг) заключается в том, что они обладают способностью сохранять качество окружающей среды и условия жизнедеятельности человека на всех стадиях своего жизненного цикла. Превышение социальной выгоды производства подобных благ над частной выгодой выступает формой реализации положительных экстерналий. Систематизированы необходимые условия формирования рынка экологических товаров и услуг, а именно: становление общественного уклада, что обеспечивает переход от стандартизированного производства к индивидуализированному и достаточные условия развития соответствующего рынка: экологические инновации, развитие экологических потребностей и экологической культуры, повышение общественного и индивидуального благосостояния, формирование институтов, стимулирующих производство и потребление экологической ценности.

Ключевые слова: экологический маркетинг, экологический менеджмент, экологические услуги, эколого-ориентированный бизнес, устойчивое развитие общества.

The article clarifies the concept of the economic category "service", its characteristic features, shows the increasing role and place of the service sector in the socio-economic structure of the national economy, highlights the distinctive features of its formation and development; the classification of services of an environmental nature was carried out on the basis of the following signs: in relation to public consumption funds; by the form of presentation; in relation to the activities of the enterprise; in terms of social significance and guarantee by the state. This classification is intended to justify the place of ecological services in the service sector and adapt the existing classifications to the characteristics of environmental services, the term "ecological market" has been clarified, which defines the organizational and economic mechanism that ensures the coordination of the interests of consumers, producers, business structures and society from the standpoint of optimizing use public resources and goods of general consumption without causing tangible damage to the environment. It has been proven that market entities operate in accordance with the principles of balance, scientific nature, feedback, integrity, adaptability, permanence, innovation, transparency, prevention, priority, social responsibility; high transaction costs of property rights protection, information retrieval and quality measurement determine the ownership of environmental goods and services to the number of experienced or confidential. The necessary (the formation of a post-industrial order, ensuring the transition from standardized to individualized production; violation of the ecological and economic balance as a result of the excess of the volume of anthropogenic impact on nature over the volume of the assimilation potential of the biosphere) and sufficient conditions for the formation of a market for ecological goods and services (formation of ecological entrepreneurship, innovation, development of environmental needs and environmental culture, increasing social and individual welfare, the formation of institutions that stimulate the production and consumption of environmental value).

Key words: ecological marketing, ecological management, ecological services, ecologically-oriented business, sustainable development of society

Постановка проблеми. Структурна трансформація українського суспільства наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть проходить в умовах загострення глобальних проблем людства, серед яких особливе місце займає екологічна проблема, що зумовила необхідність розроблення механізмів сталого розвитку на локальному, національному та наддержавному рівнях. Усвідомлення катастрофічних наслідків порушення рівноваги природного і природно-антропогенного типів під впливом перманентного зовнішнього впливу людини стало передумовою формування ринку екологічних товарів і послуг, що, в свою чергу, викликало розвиток екологічного бізнесу, застосування впровадження принципів раціонального природокористування в усі сфери економічної діяльності, становлення попиту на продукцію екологічно відповідальних виконавців. Ринку екологічних товарів і послуг виступає складовою частиною ринкового простору й одночасно є інструментом реалізації концепції сталого розвитку, спрямованої на забезпечення поступальної динаміки відповідно до принципу збалансованості економічної, екологічної та соціальної сфер життєдіяльності [1, с. 95].

В Україні сегмент органічних продуктів знаходиться на стадії формування, що зумовлює домінування в цьому секторі імпортованих товарів. Розвитку виробництва екологічно чистої продукції сільськогосподарства та проведення дієвих заходів у сфері природокористування перешкоджає відсутність ефективного інституційного середовища. Низькою ефектив-

ністю характеризуються механізми біологічної класифікації сприятливих територій і соціально відповідальних підприємств, інструменти економічного стимулювання виробництва екологічно безпечних товарів, робіт і послуг. Визнання значних обсягів потенційного попиту на екологічно чисті продукти не сприяє активізації досліджень фактів споживчої поведінки у цьому сегменті ринку, що перешкоджає його розвитку й обмежує можливості екологічного маркетингу. Недосконаліми залишаються методи визначення економічної цінності екологічних товарів і послуг, що перешкоджає розробленню дієвих інструментів регулювання цього сегменту ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринку екологічних товарів і послуг знаходиться на стадії формування. У зв'язку з цим, незважаючи на наявність значного обсягу досліджень проблем еколого-економічного розвитку, ключові закони і закономірності його функціонування не знайшли належного відображення в економічній літературі, що істотно обмежує можливості використання його потенціалу під час формування практичних рекомендацій, спрямованих на його розвиток, на застосування інструментарію екологічного менеджменту і маркетингу, на екологізацію бізнес-відносин. Теоретичні та практичні аспекти особливостей та маркетингових інструментів формування і розвитку екологічного бізнесу та ринку екологічних послуг знайшли відображення в роботах таких вітчизняних та зарубіжних учених, як: Н.О. Іксарова, Т.В. Князева,

Т.В. Пімоненко, Л.О. Плахотнікова, С.Ф. Смерічевський, О.В. Чайкін, П. Кюмар [P. Kumar] та інші.

Мета статті: виявити сутність ринку екологічних товарів і послуг, розкрити його структуру і функції, сформулювати необхідні і достатні умови формування ринку екологічних товарів і послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок екологічних товарів і послуг можна визначити як сегмент ринку кінцевих благ і одночасно як сегмент екологічного ринку, об'єктами якого виступають фактори виробництва, сертифіковані відповідно до екологічних норм, і екологічні товари особистого споживання [3, с. 365].

Ринок екологічних послуг є одним із найважливіших секторів сфери послуг. У сучасних умовах ринок екологічно чистої продукції, що розвивається прискореними темпами й охоплює практично всі сфери виробництва та послуг, є одним із головних напрямів і нових можливостей для розвитку бізнесу. Найбільш прийнятним є трактування сутності ринку екологічних послуг як організаційно-економічного механізму забезпечення процесу узгодження інтересів між споживачами і виробниками, між суспільством і бізнесом, а також окремих держав у питаннях використання соціальних благ і ресурсів спільного споживання. При цьому стабільність і ефективність функціонування екологічного ринку тісно пов'язані з формуванням попиту, пропозиції та ціни на продукцію природоохоронного значення. Остання являє собою продукцію, послуги і роботи виробничого і невиробничого характеру, виробництво (надання, виконання) та використання яких сприяє відтворення природних ресурсів і охорони навколишнього середовища. У сучасних умовах поки немає остаточно сформованої міжнародної класифікації і чіткої статистики розвитку екологічного ринку, але, використовуючи досвід країн з розвиненим ринком екопослуг, можна виділити основні види послуг екологічного спрямування, що найбільш часто надаються (рис. 1).

Належність товарів (послуг) до числа екологічних передбачає наявність екологічної цінності у складі структури їхньої цінності поряд з економічною і соціальною або за відсутності останніх. При цьому вони належать до числа економічних благ, що володіють альтернативною вартістю.

Природні блага (рекреаційні послуги ліси та ін.) до складу екологічних товарів і послуг не входять. Екологічна цінність товарів (послуг) полягає в тому, що вони мають здатність зберегти якість довкілля та умови життєдіяльності

людини на всіх стадіях свого життєвого циклу. Перевищення соціальної вигоди виробництва подібних благ над приватною вигодою виступає формою реалізації позитивних екстерналій. Екологічні послуги мають атрибутивними властивостями послуг і водночас володіють специфічною ознакою – вони забезпечують попередження або зниження шкоди природно-антропогенної зовнішньому середовищі.

Екологічна цінність товарів (послуг) проявляється в тому, що вони мають здатність задовольняти потреби всіх рівнів (відповідно до діаграми ієрархії людських потреб за А. Маслоу), а саме [2, с. 125]: фізіологічні потреби (задовольняються в процесі відтворення екологічно чистих продуктів харчування та ін.), потреби в безпеці (задовольняються в процесі відтворення екологічних товарів (послуг), пов'язаних із допустимим рівнем негативного впливу природних і антропогенних факторів на навколишнє середовище та людину, що є передумовою для задоволення потреб сьогодення і майбутнього часу), потреби в прихильності і любові (задовольняються в процесі відтворення послуг громадських організацій із захисту навколишнього середовища – незалежної міжнародної організації «Greenpeace», Всесвітнього фонду дикої природи та ін.), потреби в повазі (задовольняються в процесі формування компетентності в проблемах соціо-еколого-економічного розвитку в межах екологічного моніторингу), пізнавальні потреби (задовольняються в процесі споживання освітніх послуг, екологічного виховання та освіти), естетичні потреби (задовольняються в процесі насолоди об'єктами навколишнього середовища і результатами антропогенного впливу), потреби в самоактуалізації (задовольняються в процесі реалізації стратегії сталого розвитку території проживання, держави і світового господарства). При цьому виділені рівні потреб не характеризуються ознакою дискретної ієрархічності.

Аналіз показав, що відсутність єдиної міжнародної класифікації ринку екологічних товарів і послуг є основною причиною того, що ні в національній, ні в міжнародній статистиці екологічна продукція особливо не виділена. Така ситуація призвела до того, що в різних країнах світу до екологічного ринку відносять різну продукцію. До екологічних послуг загалом належить екологічне страхування, екологічний аудит, екологічний менеджмент. Подальший розвиток цієї галузі пов'язаний з екологічною сертифікацією, екологічним ліцензуванням, екологічним маркетингом, утилізацією твердих побутових відходів, екотуризмом тощо.

Виходячи з наведеного переліку, в роботі

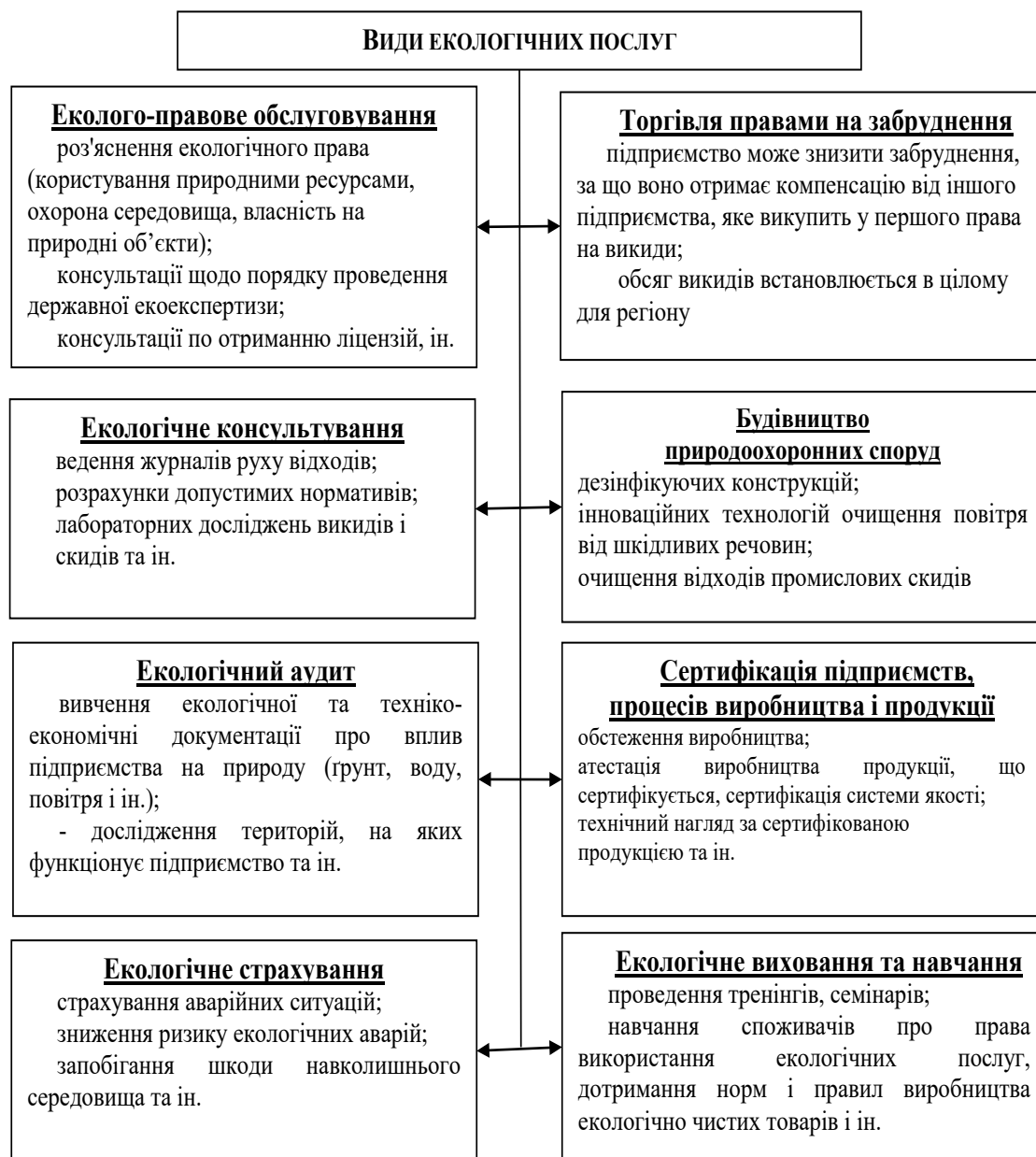


Рис. 1. Класифікація послуг на екологічному ринку

Джерело: складено автором за матеріалами [4; 5; 7; 8; 9]

проведена класифікація екологічних послуг за такими ознаками, як:

- ставлення до суспільних фондів споживання (платні послуги, такі як очищення промислових стічних вод, переробка змішаних твердих побутових відходів, інфраструктурні проекти (очищення річок і водойм));
- форма надання (безкоштовні, добровільні, обов'язкові, такі як екологічне страхування, екологічна сертифікація, екологічний менеджмент на підприємстві);
- ставлення до діяльності підприємства (внутрішні та зовнішні, такі як екологічний аудит, екологічний менеджмент, екологічний маркетинг);
- характер споживання (індивідуальні, гро-

мадського характеру, такі як екологічна експертиза проекту, моніторинг екологічної обстановки);

- соціальна значущість і гарантованість державою (послуги, гарантовані державою, ринкові послуги, такі як забезпечення безпеки навколишнього середовища державою);
- ступінь матеріалізації послуги (послуги матеріального і нематеріального характеру, такі як будівництво очисних споруд, розроблення безвідходних технологій, екологічний туризм, екологічна освіта).

Таким чином, ринок екологічних послуг розглядається як організаційно-економічний механізм, що дозволяє узгодити інтереси виробників і споживачів, підприємців і суспіль-

ства, окремих держав із позиції використання суспільних благ і ресурсів, споживаних спільно.

У сучасних умовах сфера екологічних послуг виступає як пріоритетний напрям розвитку національної і регіональної економіки. Останнє тісно пов'язане з жорсткістю вимог до якості компонентів навколишнього середовища через посилення техногенного впливу людини на природу, що виражається в процесі екологізації економічного розвитку не тільки через посилення прямого державного втручання, а й шляхом формування і розвитку ринку екологічних послуг.

Більшість індустріально розвинених країн світу стикаються з проблемами, пов'язаними із забрудненням природного середовища, що зумовило: а) посилення і розширення нормативної бази регулювання, а також покладання витрат за забруднення навколишнього середовища конкретно на підприємство-забруднювач; б) узаконення екологічного підприємництва і регламентування його діяльності, завдяки чому воно увійшло в число найбільш прибуткових галузей бюджету.

Таким чином, можна визначити, що проблеми забруднення треба вирішувати на глобальному рівні, що пов'язано зі складністю міжнародних відносин, посиленням процесів інтеграції і глобалізації. Підвищення ефективності екологічного ринку залежить від єдиного підходу всіх країн до природного середовища і його захисту від впливу життєдіяльності людини. Водночас необхідно реалізувати концептуальні положення сталого еколого-економічного розвитку, для чого необхідно: встановити єдині «правила гри» для всіх без винятку суб'єктів (окремі країни); гармонізувати економічний розвиток різних країн і регіонів; виробити відповідні сучасним вимогам політичні підходи для врегулювання еколого-економічних відносин між державами. Політика більшості зарубіжних країн в сфері екології цілеспрямована і послідовна. Розвиток екологічного бізнесу і ринку екологічних послуг у цих країнах нині виступає одним із найважливіших механізмів ресурсозбереження, впровадження передових природозберігаючих технологій і оздоровлення навколишнього природного середовища.

Необхідність поліпшення умов проживання населення і забезпечення екологічної безпеки країни тісно пов'язана з масштабом соціально-економічного розвитку в країні, посиленням техногенного впливу на природне середовище. Стратегічні документи соціально-економічного розвитку, прийняті в Україні, а також необхідність відповідності міжнародним стандартам поставили перед вітчизняним суспільством

завдання серйозного аналізу ситуації в еколого-економічній сфері та забезпечення екологічної безпеки.

У 2020 році Україна увійшла в антирейтинг європейських країн за кількістю смертей, які пов'язані із забрудненням навколишнього середовища, повідомляє Глобальний альянс з питань здоров'я та забруднення. Дослідники порахували, що в Україні щорічно помирають через забруднення навколишнього середовища понад 57 тисяч осіб. Це четвертий показник у Європі. У трійку «лідерів» увійшли Туреччина (57 779 смертей), Німеччина (68 300) і Росія (11 8687). Тут і шкода від великої промисловості, і від глобальних чинників, і наслідки діяльності простих людей.

Очолює список топ-10 екологічних проблем України забруднення атмосфери. Щорічно кількість шкідливих викидів в атмосферу підприємствами нашої країни збільшується в середньому на 8%. Разом з тим фінанси, виділені на реалізацію шляхи вирішення основних сучасних регіональних екологічних проблем, не використовуються досить ефективно. Основні актуальні проблеми сучасної регіональної екології, а точніше її погіршення, відбувається внаслідок відмови великих заводів від використання природного газу. Підприємства і населення перейшло на використання більш дешевого, але разом з тим шкідливого для нашої екології твердого палива. Всі підприємства, які так чи інакше забруднюють атмосферу продуктами своєї діяльності, є платниками до фонду екологічного податку, який повинен покривати збитки від їхньої діяльності. Відповідно до джерел, ця сума становить до 4,2 млрд грн. на рік. Витрати на охорону навколишнього природного середовища за напрямками в Україні станом на 01.01.2020 р. наведено на рис. 2.

Як передумови формування ринку екологічних товарів (послуг), поряд із загальними (поглиблення суспільного розподілу праці, специфікація правомочностей власності), мають місце специфічні фактори, у складі яких виділяються необхідні і достатні. До числа необхідних відносяться становлення постіндустріального укладу, що спричинило суперечливі наслідки: з одного боку, сформувалися об'єктивні передумови для переходу від масового стандартизованого виробництва до індивідуалізованого, орієнтованого на потреби окремих економічних агентів, з іншого боку, формування постіндустріального укладу відбувається у взаємозв'язку з процесами глобалізації світового простору, що зумовлює уніфікацію потреб економічних агентів незалежно від території їх розміщення. У цих умовах здатність формувати і задовольняти індивідуалізо-

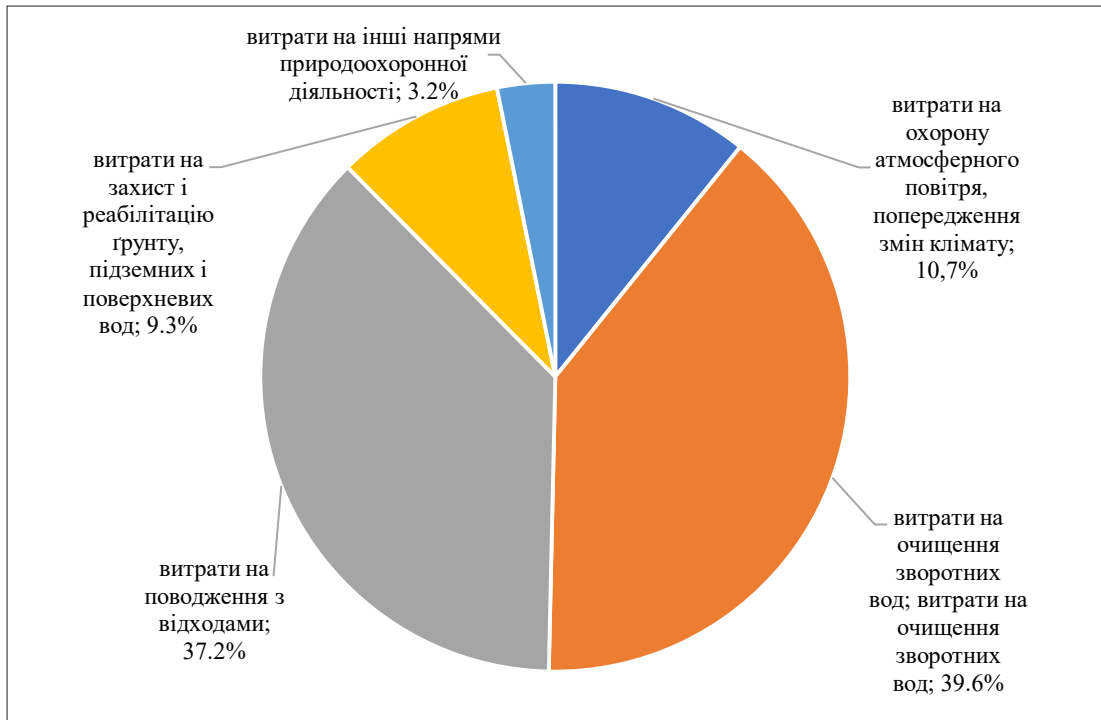


Рис. 2. Витрати на охорону навколишнього природного середовища за напрямками в Україні в 2019 р.

Джерело: розраховано та побудовано автором за матеріалами [6]

вані потреби стає однією з ключових складових частин конкурентного потенціалу суб'єктів господарювання, що визначає їх вибір на користь екологічно і соціально орієнтованих стратегій розвитку.

Як достатні умови формування ринку екологічних товарів (послуг) виступають становлення екологічного бізнесу, в структурі якого виділяються суб'єкти, що здійснюють бізнес у ресурсо-екологічній сфері (спеціалізовані проекти). Створення попиту на екологічно чисті товари і послуги трактується як процес екологізації споживання, що передбачає формування екологічних потреб у засобах захисту навколишнього середовища від техногенного впливу, в технологіях, що знижують споживання природних ресурсів та утворення відходів виробництва, в продуктових екоінноваціях.

До числа достатніх умов формування локального ринку екологічних товарів і послуг належить екологічний потенціал території, який визначається можливістю накопичувати її ресурсний потенціал без порушення еколого-економічної рівноваги.

Висновок. Ринок екологічних послуг є одним із секторів сфери послуг, яка в сучасних умовах являє собою одну із перспективних сфер економіки, що охоплює широке коло діяльності, починаючи від транспорту і торгівлі і закінчуючи страхуванням і освітою. Займаючи одне з лідируючих положень серед основних напрямків розвитку економік більшості країн світу, сфера послуг дозволяє задовольнити потреби як окремої людини, так і різних соціальних груп і людського соціуму загалом. Основна відмінність ринку послуг від інших секторів ринку полягає в тому, що дати оцінку послугі неможливо до її отримання, і послуга з'являється тільки в момент її надання. Сфера послуг і ринок екологічних послуг мають досить складний діалектичний взаємозв'язок, що на перший погляд визначити досить важко. Очевидно, що екологічний ринок входить до складу ринку товарів і послуг, водночас сфера послуг, що має динамічний розвиток у всьому світі, в тому числі і в Україні, є найбільш сильне джерело забруднення природного середовища. Саме з цього погляду можна міркувати про їх взаємний вплив.

Список використаних джерел:

1. Звонар В.П. *Соціальна відповідальність як соціоекономічний феномен: теорія та українські реалії*. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, 2018. 288 с.
2. Іксарова Н.О. Розвиток еколого-орієнтованого бізнесу як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної економіки. *Фінанси, учет, банки*. 2014. № 1(20). С. 122–128.

3. Кравченко М. С., Погорелов В. М. Екологічне підприємництво в Україні: сутність поняття, сучасний розвиток і перспективи цього виду діяльності в країні. *Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць ДВНЗ «ПДТУ»*. Маріуполь, 2017. Вип. 34. С. 361–368.
4. Пимоненко Т. В. Маркетинг і менеджмент зелених інвестицій: теоретичні засади, сучасні виклики та перспективи розвитку: монографія. Суми: «Ярославна», 2019. 264 с.
5. Плахотнікова Л.О., Булах Т.М. Екологічний маркетинг у системі формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2019, № 4. С. 101–108.
6. *Статистичний щорічник України за 2019 рік*. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/11/zb_yearbook_2019.pdf (дата звернення 12.01.2021)
7. Chaikin O.V. Ecologically certified products promotion alternative methods. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2015. Vol. 37. № 2. P. 179–188.
8. Dergachova V., Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S. Tools for formation and development of the environmentally friendly food products market: regional aspect in Ukraine. *Environmental Economics*, 2020, 11(1), pp. 96–109. doi:10.21511/ee.11(1).2020.09.
9. Kumar P., Ghodeswar B. Factors Affecting Consumers' Green Product Purchase Decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 2015, 33(3), pp. 330–347. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2014-0068>.

References:

1. Zvonar V. (2018). Sotsialna vidpovidalnist yak sotsialno-ekonomichne yavlyshche: teoriia ta ukraïnski realii [*Social responsibility as a socioeconomic phenomenon: theory and Ukrainian realities*]. Kyiv: Ptukha Institute of Demography and Social Research, NAS of Ukraine, 288p. [in Ukrainian]
2. Iksarova N.O. (2014) Rozvytok ekoloho-oriyentovanoho biznesu yak faktor pidvyshchennya mizhnarodnoyi konkurentospromozhnosti vitchyznyanoi ekonomiky [Development of ecologically-oriented business as a factor of increase of international competitiveness of domestic economy]. *Finance, accounting, banks*, no 1 (20), pp. 122–128. [in Ukrainian]
3. Kravchenko M.S., Pohorelov V.M. (2017) Ekolohichne pidpryyemnytstvo v Ukrayini: sutnist' ponyattya, suchasnyy rozvytok i perspektyvy ts'oho vydu diyal'nosti v krayini [Ecological business in Ukraine: essence of concept, modern development and prospects of this kind of activity in the country]. *Bulletin of the Azov State Technical University: Coll. scientific works of SHEI «PDTU»*, Mariupol, Issue 34, pp. 361–368. [in Ukrainian]
4. Pimonenko T.V. (2019) Marketynh i menedzhment zelenykh investytsiy: teoretynchni zasady, suchasni vyklyky ta perspektyvy rozvytku: monohrafiya [Marketing and management of green investments: theoretical principles, modern challenges and prospects of development: monograph]. *Sumy: «Yaroslavna»*, 264 p. [in Ukrainian]
5. Plakhotnikova L.O., Bulakh T.M. (2019) Ekolohichnyy marketynh u systemi formuvannya sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu [*Ecological marketing in the system of formation of social responsibility of business*]. *Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Auditing*. № 4. pp. 101-108. [in Ukrainian]
6. Statystychnyy shchorichnyk Ukrayiny za 2019 rik [*Statistical Yearbook of Ukraine for 2019*]. State Statistics Service of Ukraine Statistical Yearbook of Ukraine for 2019. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/11/zb_yearbook_2019.pdf [in Ukrainian]
7. Chaikin O.V. (2015) Ecologically certified products promotion alternative methods. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. Vol. 37, no 2, pp. 179–188. [in English]
8. Dergachova V., Smerichevskiy S., Kniazieva T., Smerichevska S. (2020). Tools for formation and development of the environmentally friendly food products market: regional aspect in Ukraine. *Environmental Economics*, 11(1), pp. 96–109. doi:10.21511/ee.11(1).2020.09. [in English]
9. Kumar P., Ghodeswar B.M. (2015). Factors Affecting Consumers' Green Product Purchase Decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(3), pp. 330–347. <https://doi.org/10.1108/MIP-03-2014-0068> [in English]

Шевченко А.В.кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Національного авіаційного університету**Савченко А.Ю.**студентка
Національного авіаційного університету**Квітко Д.**студентка
Національного авіаційного університету**Shevchenko Anna, Savchenko Anna, Kvitko Diana**
National Aviation University**ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ДОСВІДУ СПОЖИВАЧІВ****AN INTEGRATED APPROACH TO STUDYING
THE CONSUMER EXPERIENCE**

У статті розглянуто теоретичні підходи до вивчення досвіду споживачів у восьми ключових галузях: маркетинг послуг, споживчі дослідження, роздрібна торгівля, сервісно-домінантна логіка (SD), дизайн послуг, Інтернет-маркетинг, брендинг та маркетинг досвіду. Проведено аналіз сумісностей літератури та розподіл її на групи у три етапи: перший – систематичний огляд та групування досліджень у вісім галузей літератури; другий – розподіл цих галузей за двома різними традиціями дослідження на основі явищ досвіду споживачів; третій – формування інтегрованого уявлення про досвід споживачів на основі сумісних елементів дослідницьких традицій. Визначено актуальність типів реакцій споживачів залежно від контексту. Зроблено висновки щодо стимулів досвіду споживачів та різноманітності їх реакції на подразники. Виділено проблему відсутності загального визначення та методів визначення досвіду споживачів.

Ключові слова: брендинг, досвід споживача, дизайн послуг, Інтернет-маркетинг, маркетинг, маркетинг досвіду, споживчі дослідження, сервісно-домінантна логіка.

В статье рассмотрены теоретические подходы к изучению опыта потребителей в восьми ключевых областях: маркетинг услуг, потребительские исследования, розничная торговля, сервисно-доминантная логика (SD), дизайн услуг, Интернет-маркетинг, брендинг и маркетинг опыта. Проведён анализ совместимости литературы и распределение ее на группы в три этапа: первый – систематический обзор и группировка исследований в восемь отраслей литературы; второй – распределение этих отраслей по двум разным традициям исследования на основе явлений опыта потребителей; третий – формирование интегрированного представления об опыте потребителей на основе совместных элементов исследовательских традиций. Определена актуальность типов реакций в зависимости от контекста. Сделаны выводы о стимулах потребительского опыта и разнообразия их реакций на раздражители. Выявлена проблема отсутствия общего определения и методов изучения опыта потребителей.

Ключевые слова: брендинг, опыт потребителя, дизайн услуг, Интернет-маркетинг, маркетинг, маркетинг опыта, потребительские исследования, сервисно-доминантная логика.

The article considers and compares theoretical developments and approaches to the consumer experience studies in eight key areas: service marketing, consumer research, retail, service-dominant logic (also known as SD), service design, Internet marketing, branding and experience marketing. There is an analysis of the compatibility of literature and its division into groups in three stages was made. Above mentioned three stages are described in the next way: the first is a systematic review and grouping of researches in eight branches of literature; the second is the distribution of these industries in two different traditions of research, based on the phenomena of consumer experience; the third is the formation of an integrated view of the consumer experience, based on compatible elements of research traditions. Four fundamental prerequisites for the consumer experience are developed to help resolving key differences in the existing literature. Significant differences between the branches of literature in terms of volume and nature of the

customer experience are identified. The relevance of reaction types, depending on the context, is determined. The operationalization of comparison elements at metatheoretical analysis is carried out. Conceptual confusions in the existing literature review, concerning assumptions, definition of experience and the nature of experiences of the consumer, are allocated and analyzed through. Certain conclusions have been made on the incentives for consumer experience and the diversity of their response to stimuli, based on the literature that is processed. Separations of ontological, epistemological and methodological assumptions, available in the literature on the study of this issue, are revealed. The problem of lack of a general definition of consumer experience is highlighted. Methods for improving the classification of knowledge accumulation are proposed in order to compare the weight of types of reactions in different contexts.

Key words: branding, customer experience, service design, internet marketing, marketing, marketing experience, consumer research, service-dominant logic.

Постановка проблеми. Керівники бізнесу вважають, що досвід клієнтів є ключовим для конкурентоспроможності фірми, а маркетингологи називають його фундаментальною основою управління маркетингом. Не існує єдиного розуміння щодо того, що передбачає досвід клієнтів. Деякі дослідження стверджують, що досвід клієнтів відображає пропозиції, які фірми розробляють, а інші дослідження визначають це як реакцію клієнтів на контакт, пов'язаний із фірмою. Деякі дослідники обмежують сферу споживчого досвіду в певному контексті, наприклад під час контакту з послугами або в роздрібних сферах, а інші розглядають це ширше, як таке, що виникає у житті клієнтів. Відсутність єдиного погляду створює значні проблеми для розвитку теорії. Різноманітні концептуалізації досвіду споживачів означають, що його функціоналізація відрізняється від дослідження до дослідження, створюючи проблеми з вимірюванням та обґрунтованістю, з обсягом та межами конструкції споживчого досвіду, його попередників та наслідків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання досвіду споживачів вивчено у низці праць вітчизняних і зарубіжних науковців: М. Акессона [1], Ф. Бардена [10], С. Барона [2], Л. Беккера [3], Д. Бонарді [6], Г. Бюррелла [7], Б. Едвардсона [1], О. Зозульова [11], М. Курда [8], Д. Ковера [8], Ф. Котлера [12], Г. Моргана [7], К. Міллера [5], Б. Тронволла [1], А. Халінен [5], К. Харріса [2], Е. Яккола [3]. Аналіз останніх публікацій показує, що є необхідність у подальшому вивченні досвіду споживачів, чинників зовнішнього та внутрішнього впливу на нього та класифікації й стандартизації результатів раніше проведених досліджень.

Метою дослідження є розроблення інтегрованого підходу до вивчення досвіду споживачів, основних передумов його виникнення та виділення основних концептуальних внесків, інтегрування існуючих знань у концептуальну сферу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вирішення наведених питань варто розпочати із систематичного огляду літератури для визначення досвіду споживачів у восьми ключових

галузях: маркетинг послуг, споживчі дослідження, роздрібна торгівля, сервісно-домінантна логіка (SD), дизайн послуг, Інтернет-маркетинг, брендинг та маркетинг досвіду.

Наступним кроком є аналіз сумісності цих полів із метатеоретичним підходом, який підтримує порівняння фрагментованої, розрізаної літератури певної концепції. На основі цього порівняння інтегровані ці вісім полів у дві дослідницькі позиції вищого порядку, що визначаються їх підходом до досвіду споживачів як реакція на управлінські стимули або реакція на процеси споживання. Завдяки цьому аналізу можна пояснити основні припущення кожної дослідницької традиції, а також надати найсучасніший опис історії вивчення досвіду клієнтів.

Окрім того, визначаються співмірні елементи, які застосовуються як до дослідницьких традицій, так і в різних контекстах, для визначення фундаментальних передумов досвіду споживачів.

Розвиток інтегративного уявлення про досвід споживачів вимагає організації розподілу літератури на групи та аналіз їх сумісностей. Цей аналіз включає три етапи:

1. Систематичний огляд літератури щодо досвіду споживачів, який групує окремі дослідження у вісім різних галузей літератури.

2. Організація восьми галузей літератури у дві різні традиції дослідження на основі явищ досвіду споживачів.

3. Формування інтегрованого уявлення про досвід споживачів, спираючись на сумісні елементи в рамках дослідницьких традицій.

Етап перший – визначення та групування відповідних досліджень досвіду споживачів. Проведено систематичний огляд літератури, щоб відібрати відповідні статті, які вивчають досвід споживачів у маркетингу.

Логіка SD, дослідження споживачів, маркетинг послуг та дизайн послуг, які раніше були визначені як відповідні сфери дослідження досвіду споживачів. Коли статті не відповідали цим галузям із погляду їхніх основних осередків дослідження (аспекти досвіду споживачів), було додано нову категорію, що виділило ще чотири

додаткові сфери: роздрібна торгівля, Інтернет-маркетинг, брендування та досвідчений маркетинг. Наприклад, брендинг з'явився як чітко окреслене поле, яке зосереджується на стимулах бренду, таких як логотип та упаковка [9].

Наступним кроком була класифікація статей щодо літературних полів за трьома критеріями: первинні дослідження стимулів споживача, контекст досвіду споживача та ключові посилання, що використовуються для визначення споживчого досвіду (табл. 1).

Щоб класифікуватися у певній галузі літератури, дослідження має відповідати принаймні двом із цих трьох критеріїв.

Другий етап – аналіз природи явищ досвіду споживача та метатеоретичних припущень у галузевій літературі. Дотримуючись теорії закордонних учених [6], проаналізовано вісім галузей літератури з погляду основних явищ, що враховуються, та прийнятих онтологічних, гносеологічних та методологічних припущень (ета. 2). Використовуючи ці елементи, зроблено порівняння цих галузей літератури з прагненням визначити більш широкі групи. Розмістивши вісім полів літератури на теоретичній карті, можна було б орієнтуватися по них і робити висновки про їх сумісність.

Етап 3 – це розроблення інтегрованого уявлення про досвід клієнтів. Для інтеграції двох дослідницьких традицій використовується метод, аналогічний триангуляції. Для визначення елементів досвіду споживачів порівняно дві дослідницькі традиції з мета теоретичного погляду, які є спільними для двох, окремі але

сумісні елементи та унікальні елементи, які не відповідають припущенням з інших дослідницьких традицій. Інтеграція сумісних елементів призвела до розвитку чотирьох основних передумов досвіду споживачів.

У табл. 3 представлено опис ключових явищ досвіду споживачів, які розглядаються, та метатеоретичні припущення, прийняті у восьми визначених галузях літератури.

Як видно з табл. 3, між літературними галузями існують значні відмінності щодо обсягу та характеру досвіду споживачів як дослідницького явища. У літературі з експериментального маркетингу досвід розглядається як сама пропозиція. Однак найбільш поширена точка зору в інших сферах розглядає досвід клієнта як реакцію на певні стимули.

Логіка SD та дослідження споживачів, навпаки, розглядають стимули, пов'язані із загальним процесом споживання, охоплюючи чинники, що виходять за рамки діадичної взаємодії фірми та замовника. У цих дослідженнях доведено висновок, що досвід споживачів також виникає через не пов'язані з ринком процеси, на які впливає ціла низка зацікавлених сторін, таких як колективи споживачів, і навіть інституційні механізми.

Із погляду онтологічних, гносеологічних та методологічних припущень, наявних у літературі про досвід споживачів, аналіз виявляє деякі чіткі розділення (табл. 3). Ці сфери, як правило, застосовують позитивістський епістемологічний підхід, прагнучи пояснити зовнішню конкретну реальність шляхом об'єктивного

Таблиця 1

Класифікація галузей літератури, що вивчають досвід споживачів у галузі маркетингу

Літературна галузь	Вивчені стимули первинного споживчого досвіду	Контекст
Маркетинг послуг	Стимули, пов'язані зі службовими зустрічами (наприклад, сервісне середовище, обслуговуючий персонал та основна служба)	Зустріч зі службою
Дослідження споживачів	Стимули, пов'язані з гедонічними/ експериментальними, символічними та соціальними аспектами процесу споживання (наприклад, соціальні зв'язки)	Увесь процес споживання (не обов'язково пов'язаний із ринком)
Роздрібна торгівля	Стимули, пов'язані з роздрібною торгівлею (наприклад, ціна та товари)	Пряма або непряма взаємодія з продавцем
Сервісно-домінуюча логіка	Стимули, не обмежені однією фірмою чи пропозицією; вся екосистема послуг впливає на досвід, який переплітається із цінністю	Екосистема послуг
Дизайн послуг	Стимули, пов'язані з дизайном подорожі клієнта, його фазами та етапами (наприклад, плавні переходи через багатоканальні точки дотику)	Увесь (багатоканальний) шлях клієнта
Інтернет-маркетинг	Стимули, обмежені Інтернет-середовищем (наприклад, макет вебсайту, простота використання, конфіденційність)	Інтернет-середовище
Брендинг	Стимули, пов'язані з брендом (наприклад, спілкування, події, реклама, пов'язана з брендом)	Пряма або непряма взаємодія з брендом

Джерело: складено авторами

Таблиця 2

Операціоналізація елементів порівняння під час метатеоретичного аналізу

Тип	Опис	Операціоналізація	Список авторів
Характер явищ досвіду споживачів	Субфеномен досвіду споживача, який досліджується або намагається пояснити, що насправді вивчають дослідники, коли використовують концепцію досвіду споживачів	Викладені цілі та дослідницькі питання: – визначення досвіду споживача та його стимулів; – характеристика досвіду споживачів; – рівень сукупності досвіду споживачів (від діадичного до системного)	Меллер (2013) [4], Халінен (2000) [5], Бонарді (2011) [6]
Онтологічні припущення	Припущення про природу реальності досвіду клієнта	Викладені припущення про природу реальності у статті: – об'єктивна (реалістична): соціальний світ існує незалежно від особистості; існує зовнішня реальність; – суб'єктивна (номіналізм): реальність – це продукт розуму; реальність базується на індивідуальному осмисленні світу	Буррелл і Морган (1979) [7]
Гносеологічні та методологічні припущення	Припущення про те, що можна прийняти як доказ і як збираються дані під час вивчення досвіду споживачів	Викладені епістемологічні припущення у статті: - позитивістська епістемологія: знання отримуються шляхом пошуку закономірностей та причинно-наслідкових зв'язків; – інтерпретаційна епістемологія: знання отримуються з погляду осіб, безпосередньо пов'язаних із досліджуванним явищем	Бюрелл та Морган (1979) [7], Курд та Ковер (1998) [8]

пошуку закономірностей та причинно-наслідкових зв'язків. На відміну від них споживчі дослідження та логіка SD приймають суб'єктивну точку зору та інтерпретаційну гносеологію.

Дослідження у цих галузях убачають, що клієнтський досвід вбудований у життя кожного клієнта та інтерпретується замовником. Зовнішня реальність не існує, а служить лише для опису суб'єктивної реальності. Логіка управління рішень та дослідження споживачів прагнуть зрозуміти, як клієнти в їхній унікальній ситуації переживають контакт з об'єктом. Тому ці дослідники розглядають суб'єктивність споживачів, висвітлюють роль контекстуальних чинників і віддають перевагу якісним методам. Більшість досліджень споживачів використовує інтерпретаційний та індуктивний підходи, що фіксує символічне значення досвіду споживання. У логіці SD часто застосовується феноменологічний підхід, спрямований на розуміння того, як цінність виникає під час використання послуги в контексті замовника.

Перший дослідницький спосіб поєднує маркетинг досвіду, маркетинг послуг, Інтернет-маркетинг, роздрібну торгівлю, брендинг та дизайн послуг. Ці сфери розглядають досвід споживачів як реакцію на управлінські стимули.

Загальною метою цієї дослідницької традиції є вивчення того, як фірми можуть впливати на досвід споживачів, керуючи різними типами стимулів та, як правило, зосереджуючись на контрольованих фірмою точках дотику. Другий дослідницький спосіб включає дослідження споживачів та логіку SD, які розглядають досвід споживачів як реакцію на процеси споживання. Дослідження, що використовують даний спосіб, показують, що досвід споживача вбудований у світ життя замовника та інтерпретується замовником так, що він відображає інтерпретаційне філософське позиціонування. Отже, варто розробляти фундаментальні передумови досвіду споживачів, які надають можливості розширити дослідження в рамках обох традицій.

Багато авторів підкреслюють необхідність побудови «мостів» між дослідницькими способами для встановлення всебічного розуміння дослідницької сфери. Ключове питання для розроблення більш уніфікованої теорії досвіду споживачів – наскільки можна поєднати літературу із цих двох способів?

Загальний аналіз виявив два дослідницьких способи, які відрізняються між собою за своїми метатеоретичними припущеннями, впливаючи на розуміння та вивчення досвіду споживачів.

Таблиця 3

Явища та метатеоретичні припущення у восьми галузях літератури, що вивчають досвід клієнтів

Сфера літератури	Адресовані явища		Метатеоретичні припущення	
	Первинна мета	Характеристика досвіду споживачів	Онтологічні припущення	Гносеологічні та методологічні припущення
Маркетинг послуг	Поліпшити взаємодію з клієнтами за допомогою елементів зіткнення із сервісом	Індивідуальна оцінка, відповідь або реакція, що впливають із взаємодії замовника з будь-яким прямим або непрямим контактом з фізичним оточенням фірми, працівниками, іншими клієнтами, основними послугами або іншими аспектами, пов'язаними з наданням послуг.	Об'єктивний погляд на реальність	Позитивістська епістемологія; Гіпотетико-дедуктивне міркування
Дослідження споживачів	Розкрити символічне значення та експериментальні аспекти споживчого досвіду	Особисті, суб'єктивні переживання, які виникають внаслідок взаємодії споживача та предметів, навколишнього середовища чи інших людей. Переживання емоційні, гедоністичні, нерегулярні, а іноді і трансформаційні, мають символічне значення, відчуття спільності та течії.	Суб'єктивний погляд на реальність	Інтерпретаційна гносеологія Якісні методи
Роздрібна торгівля	Поліпшити взаємодію з клієнтами завдяки роздрібній торгівлі елементами (тобто цілим комплексом маркетингу)	Суб'єктивні відповіді, які замовники повинні спрямовувати (наприклад, фізичне середовище, товари) або непрямі (наприклад, комунікації) взаємодії з продавцем.	Об'єктивний погляд на реальність	Позитивістська гносеологія Кількісні методи
Сервісна логіка	Запропонувати цілісний і орієнтований на споживача погляд	Суб'єктивне явище, що виникає через реакції на процес цілісного обслуговування. Досвід створюється спільно з багатьма суб'єктами, які беруть участь в інтеграції ресурсів, вбудовані в контекст та пов'язані з цінністю.	Суб'єктивний погляд на реальність	Інтерпретаційна гносеологія Якісні методи
Дизайн послуг	Поліпшити взаємодію з клієнтами шляхом проектування процесу обслуговування протягом усього шляху клієнта	Внутрішні та суб'єктивні реакції на всі взаємодії клієнта з фірмою, що має різні точки дотику під час подорожі клієнта.	Об'єктивний погляд на реальність	Позитивістська епістемологія Якісні та кількісні методи (інструменти управління)
Інтернет-маркетинг	Поліпшити взаємодію з клієнтами за допомогою онлайн-елементів	Психологічний стан, сприйняття, оцінка або суб'єктивна реакція, що впливають із взаємодії клієнта з об'єктом в Інтернеті, включаючи функціональні, афективні та соціальні атрибути та відповіді, а також відчуття потоку.	Об'єктивний погляд на реальність	Позитивістська епістемологія Гіпотетико-дедуктивне міркування Кількісні методи
Брендинг	Поліпшити взаємодію з клієнтами за допомогою стимулів, пов'язаних із брендом	Суб'єктивні та внутрішні реакції на взаємодію клієнта зі стимулами, пов'язаними з брендом (наприклад, дизайн та ідентичність бренду, комунікації та упаковка).	Об'єктивний погляд на реальність	Позитивістська гносеологія Кількісні методи
Досвідчений маркетинг	Створити цікаву пропозицію, влаштувавши незабутній досвід	Тип пропозиції (пам'ятна подія чи епізод), яка залучає клієнта особисто	Об'єктивний погляд на реальність	Позитивістська гносеологія Якісні та кількісні методи

Джерело: складено авторами

чів. На основі цього аналізу можна розробити чотири фундаментальних передумови досвіду споживачів, які ґрунтуються на спільних припущеннях та допомагають у вирішенні ключових розбіжностей в існуючій літературі.

Метатеоретичний аналіз дає змогу виявити безліч визначень для досвіду споживачів, які, зрештою, припускають різні явища (табл. 3). Сучасна література про досвід споживачів не узгоджується ні з визначенням досвіду споживачів, ні з його номологічною мережею. у деяких дослідженнях досвід споживачів збігається зі змінними результатів, такими як задоволення чи цінність, тоді як в інших він є незалежною змінною, що веде, наприклад, до задоволення. Окрім того, деякі дослідження розглядають досвід як характеристику товару, а не як реакцію замовника на нього, що суперечить традиції інтерпретації, яка завжди розглядає досвід як суб'єктивне сприйняття людиною та навіть як синонім використання у використанні. Щоб усунути цю плутанину, варто визначити досвід споживачів як ненавмисні, спонтанні реакції та реакції на певні подразники.

Інша концептуальна плутанина в існуючій літературі стосується припущень щодо природи переживань. Оскільки реакція споживачів може варіюватися від слабкої до сильної, варто вважати, що ця інтенсивність краще вказує на різницю між звичайним та надзвичайним досвідом споживачів. Звідси випливає, що чим слабші реакції клієнта, тим більш звичайний досвід, і навпаки. Таким чином, клієнт може отримати надзвичайний досвід у відповідь на повсякденну пропозицію.

Отже, підсумовуючи, варто зазначити таке:

1. Досвід споживачів включає необдумані, спонтанні реакції та реакції на стимули, пов'язані з пропозицією, протягом подорожі клієнта.

2. Досвід клієнтів коливається від звичайного до надзвичайного, що відображає інтенсивність реакцій клієнта на подразники.

Дотримуючись пункту 1, дослідники повинні відрізнити досвід споживачів від стимулів (наприклад, пропозиція) та оціночних результатів (наприклад, цінність у використанні). Наприклад, під час оперативного застосування досвіду споживачів дослідники не повинні ґрунтуватися на оціночній шкалі або використовувати задоволеність та якість послуг як довірені особи, як це часто роблять зараз. Натомість операціоналізація досвіду споживача повинна зосереджуватися на спонтанних реакціях клієнта та реакціях на стимули, пов'язані з пропозицією. Сучасна література щодо досвіду споживачів пропонує кілька вагомих заходів, які можуть стати відправною точкою для подальшого розвитку.

Тому пропонуємо сформулювати заходи відповідно найпоширенішим вимірам досвіду, що використовуються в існуючих дослідженнях: когнітивні, афективні, фізичні, сенсорні та соціальні реакції – для полегшення накопичення знань, зрештою, це дасть змогу порівняти вагу кожного типу реакції в різних контекстах. З існуючих досліджень випливає, що актуальність різних типів реакцій споживачів може різнитися залежно від контексту, але відсутність загального визначення та заходів визначення досвіду споживачів завадила ефективно розвинути ці знання.

Визначення досвіду споживачів як спонтанних реакцій свідчить про те, що питання часу є актуальним для його вимірювання. Згідно з проведеними дослідженнями літератури, бачимо, що більшість дослідників використовує дослідницькі інструменти, де респонденти повинні покладатися на пам'ять, щоб повідомити про свій досвід. Для обґрунтованості висновків рекомендуємо використовувати дослідницькі проекти, де реакції клієнтів фіксуються відразу після того, як відбулася взаємодія зі стимулами, пов'язаними з пропозицією.

Розмежування концептуальної сфери досвіду споживачів також вимагає визначення стимулів, що впливають на його формування. Основні розбіжності в досліджуваній літературі стосуються джерела розглянутих стимулів та рівня аналізу. Більшість досліджень зосереджено на певному наборі контрольованих фірмою точок дотику, а інтегративний погляд відсутній. Літературні галузі, що розглядають цілісний досвід споживачів у їхньому житті, мають більш широке уявлення, але їм не вистачає точності та розуміння того, як виникає досвід, пов'язаний із конкретними пропозиціями.

Висновки з проведеного дослідження.

У статті сформовано інтегрований підхід до вивчення досвіду клієнтів, охопленого чотирма основними передумовами, які можуть закріпити напрям дослідження у майбутньому. Виділено чотири конкретні концептуальні внески. Проведене дослідження диференціює концепцію досвіду споживача та ті дослідження, які його вивчають. Також визначено дві різні дослідницькі традиції, які вивчають досвід споживачів: досвід споживача як відповідь на управлінські стимули та досвід споживача як відповідь на процеси споживання. Ця диференціація полегшує порівняння між потоками досліджень та створює умови для їх інтеграції. Метатеоретичний аналіз виділяє різні припущення, що лежать в основі досліджень досвіду споживачів, і формулює ключові відмінності між літературними галузями та дослідницькими традиціями, надаючи

найсучасніший опис досліджень у сфері споживчого досвіду. Це допомагає дослідникам зрозуміти суперечливі висновки досліджень у більш ранній літературі, розташувати свої

дослідження у класифікації, взяти до відома концептуальні межі вибраної ними літературної галузі та відкривати теоретичні перспективи власних досліджень даного питання.

Список використаних джерел:

1. Akesson, M., Edvardsson, B., & Tronvoll, B. Customer experience in terms of self-service system. *Journal of Service Management*. 2014. № 25(5). P. 677–698.
2. Baron, S. and Harris, K. To understand consumers' views on experience. *Journal of Service Marketing*. 2010. № 24(7). P. 518–531.
3. Becker, L., Jaakkola, E. Customer experience: implications for research. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 2020. № 48. P. 630–648.
4. Meller, K. Map of business marketing theory: relationships and prospects of networks. *Industrial Marketing Management*. 2013. № 42(3). P. 324–335.
5. Meller, K., & Halinen, A. Relationship marketing theory: its roots and directions. *Marketing Management Journal*. 2000. № 16(1–3). P. 29–54.
6. Okhuysen, G., & Bonardi, J. Problems of building theory by combining lenses. *Academy of Review Management*. 2011. № 36(1). P. 6–11.
7. Burrell, G., & Morgan, G. Sociological paradigms and organizational analysis. Aldershot : Ashgate, 1979.
8. Curd, M., & Cover, J. Philosophy of Science: Central Problems. New York: WW Norton, 1998.
9. Reshetnikova I., Smerichevskyi S., Polishchuk Y. Multican Marketing as an Innovation Technology of Providing Services in the Conditions of Globalization of the Banking Market. *Marketing and Management of Innovations*. 2019. V. 3. P. 142–150.
10. Барден Ф. Взлом маркетинга: наука о том, почему мы покупаем / науч. ред. В. Шульпин ; пер. с англ. И. Антипкиной ; 6-е изд. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. 295 с.
11. Давидова, О.Б., Солнцев, М.И., Зозульов, О.В. Споживач у сучасному світі: проблеми ідентифікації, самосприйняття і взаємовідносини з навколишнім світом. Використання в маркетингу. *Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського «Актуальні проблеми економіки та управління»*. 2018. № 12.
12. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / пер. с англ. Москва : АСТ, 2001, 272 с.

References:

1. Akesson, M., Edvardsson, B., & Tronvoll, B. (2014). Customer experience in terms of self-service system. *Journal of Service Management*, 25 (5), 677–698.
2. Baron, S. and Harris, K. (2010). To understand consumers' views on experience. *Journal of Service Marketing*, 24 (7), 518–531.
3. Becker, L., Jaakkola, E. Customer experience: implications for research. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 48, 630–648 (2020).
4. Meller, K. (2013). Map of business marketing theory: relationships and prospects of networks. *Industrial Marketing Management*, 42 (3), 324–335.
5. Meller, K., & Halinen, A. (2000). Relationship marketing theory: its roots and directions. *Marketing Management Journal*, 16 (1–3), 29–54.
6. Okhuysen, G., & Bonardi, J. (2011). Problems of building theory by combining lenses. *Academy of Review Management*, 36 (1), 6–11.
7. Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*. Aldershot: Ashgate.
8. Curd, M., & Cover, J. (1998). *Philosophy of Science: Central Problems*. New York: WW Norton.
9. Reshetnikova I., Smerichevskyi S., Polishchuk Y. Multican Marketing as an Innovation Technology of Providing Services in the Conditions of Globalization of the Banking Market. *Marketing and Management of Innovations*. V.3 2019. P. 142-150.
10. Barden F. *Vzлом marketinga: nauka o tom, pochemu my pokupaem* / Fil Barden; [nauch. red. V. Shulpin]; per. s angl. Inny Antipkinoy. 6-e izd. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2019. 295 p.
11. Davydova, O.B., Solntsev, M.I., Zozulov, O.V. *Spozhyvach u suchasnomu sviti: problemy identyfikatsiyi, samospriynyattya i vzayemovidnosyny z navkolyshnim svitom. vykorystannya v marketingu*. Zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh fakultetu menedzhmentu ta marketingu KPI im. I. Sikorskoho «Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnya». K.: NTUU «KPI». № 12, 2018.
12. Kotler F. *Marketing v tretem tysyacheletii: Kak sozdat, zavoevat i uderzhat rynek* / Per. s angl. M.: AST, 2001, 272 p.

Шупрудько Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, міжнародної економіки та туризму
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Shuprudko Nataliia

Chernivtsi Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

ПРИНЦИПИ БЕЗПЕКИ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ

PRINCIPLES OF FINANCIAL INSTITUTIONS SECURITY IN UKRAINE

У статті розроблено принципи безпеки фінансових установ, які визначають особливості діяльності та є основною домінантою функціонування системи їхньої безпеки. Визначено, що безпека має для фінансових установ два виміри: 1) фінансові установи мають формувати власну систему безпеки як суб'єкти господарювання; 2) фінансові установи мають пропонувати безпечні фінансові послуги. Розкрито сутність системи забезпечення безпеки фінансових установ як комплексу ефективних управлінських рішень по локалізації реальних та потенційних внутрішніх та зовнішніх загроз. Автором обґрунтовано поняття принципів безпеки фінансових установ як основних правил, які формують систему безпеки фінансових установ з огляду на особливості їх діяльності. Виділено їх основні характеристики. Запропоновано основні принципи, якими варто керуватись при розробці системи безпеки фінансових установ: законності, повноти, взаємодії, безперервності, своєчасності, системності, комплексності, адаптованості, динамічності, цілеспрямованості, оптимальності, узгодженості, економічної доцільності, оперативності, конфіденційності.

Ключові слова: фінансові установи, безпека, управління безпекою, принципи, система безпеки.

В статье разработаны принципы безопасности финансовых учреждений, которые определяют особенности деятельности и является основной доминантой функционирования системы их безопасности. Определено, что безопасность имеет для финансовых учреждений два измерения: 1) финансовые учреждения должны формировать собственную систему безопасности как субъекты хозяйствования; 2) финансовые учреждения должны предлагать безопасные финансовые услуги. Раскрыта сущность системы обеспечения безопасности финансовых учреждений как комплекса эффективных управленческих решений по локализации реальных и потенциальных внутренних и внешних угроз. Автором обосновано понятие принципов безопасности финансовых учреждений как основных правил, которые формируют систему безопасности финансовых учреждений учитывая особенности их деятельности. Выделены их основные характеристики. Предложены основные принципы, которыми следует руководствоваться при разработке системы безопасности финансовых учреждений: законности, полноты, взаимодействия, непрерывности, своевременности, системности, комплексности, адаптированности, динамичности, целеустремленности, оптимальности, согласованности, экономической целесообразности, оперативности, конфиденциальности.

Ключевые слова: финансовые учреждения, безопасность, управление безопасностью, принципы, система безопасности.

A system of financial institutions security in the country is formed by certain principles that determine the most important features, content and peculiarities of safe activity of financial institutions. The principles of financial institutions security, which determine the features of activity and are the main dominant of the functioning of their security system are worked out in the article. It is determined that security is characterized by two dimensions for financial institutions: 1) financial institutions must form their own security system as business entities; 2) financial institutions should offer safe financial services. The essence of the system of ensuring the security of financial institutions as a set of effective management decisions to localize real and potential internal and external threats is revealed. The author substantiates the concept of financial institutions security principles as the basic rules that form the security system of financial institutions according to the peculiarities of their activities. Their main characteristics are highlighted as follows: there are rules that are dynamic and interact with each other;

they are coordinated with the mission and the goals of the financial institution development; they are created in order to form an effective system for counteracting the negative manifestations of threats to the security of the financial institution; can be improved in accordance with the revised or changed goals, the adopted management strategy of the financial institution, thus are able to adequately reflect the changes caused by changes in strategic guidelines, macroeconomic policy, etc. The basic principles which should be used for the development of the financial institutions security system are offered: legality, completeness, interaction, continuity, timeliness, consistency, complexity, adaptability, dynamism, purposefulness, optimality, coherence, economic expediency, efficiency, confidentiality. A set of measures ensuring security should be taken by both financial institutions and customers as well as the government to prevent negative impacts that may be posed by internal and external threats in order to maintain the stability of the country's financial sector. The prospect of further research is to study the components of the security system of financial institutions, which would contain a typology of security facilities, institutional security provision, policy to counteract threats to the security of financial institutions in the country.

Key words: financial institutions, security, security management, principles, security system.

Постановка проблеми. Фінансові установи змушені організовувати свою діяльність в умовах невизначеності, непередбачуваності, загроз і небезпек, породжених умовами сучасного розвитку. Неefективна організація системи безпеки підвищує ймовірність виникнення викликів та загроз, негативний вплив яких часто приводить до фінансових втрат та послаблення довіри до фінансових установ в країні. Небезпечність та багатоаспектний характер цих загроз потребують системного та наукового підходу до вирішення питань безпеки фінансових установ в країні. Вибудовують систему безпеки фінансових установ в країні певні принципи, які визначають найбільш важливі риси, зміст та особливості безпечної діяльності фінансових установ. У зв'язку з цим актуалізується питання основних принципів безпеки фінансових установ в країні.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Проблеми безпеки фінансових установ вивчалися авторитетними вітчизняними науковцями, при цьому окремі – вивчали безпеку конкретних фінансових установ. Так, Зачосова Н. В. у своїх працях класифікуючи фінансові установи з позиції економічної безпеки, розкриває концептуальні основи формування системи економічної безпеки фінансових установ [1; 2; 3].

Відомий теоретик та практик В. Фурман, виділяє етапи процесу управління економічною безпекою страхової компанії [4, с. 23].

Т. Яворська вважає, що процес гарантування економічної безпеки страхових компаній не має полягати у протистоянні, захисті від економічних злочинів, а мусить бути процесом більш містким та охоплювати заходи щодо виявлення, попередження небезпек та загроз, як випадкових, так і зумисних, спрямованих проти власності, персоналу чи фінансових, адміністративних, іміджевих ресурсів [5, с. 291].

Адаменко С. І. зазначає, що саме стабільність та надійність банківської системи, удоско-

налення банківського менеджменту і зміцнення його стратегічної складової можуть забезпечити фінансову безпеку держави [6, с. 54].

Відомий дослідник проблем безпеки Барановський О. І. пояснює безпеку банку як сукупність умов, при яких потенційно небезпечні для фінансового стану банківської установи дії або обставини ліквідовані або зведені до такого рівня, при якому вони не можуть завдавати збитків при функціонуванні банку, збереженню і відтворенню його майна, інфраструктури, а також перешкоджати досягненню банком статутних цілей; стан захищеності фінансових інтересів комерційного банку, його фінансової стійкості, а також середовища, в якому він функціонує [7, с. 12].

Серед вітчизняних науковців немає єдності та детального вивчення принципів безпеки фінансових установ, найбільше розкриті принципи щодо безпеки банків. Так, Сухонос В. В. при визначенні концептуальних організаційно-правових засад функціонування системи економічної безпеки банків пропонує керуватись такими принципами, як принцип безперервності, принцип оптимальності, принцип плановості, принцип координаційності, принцип компетентності, принцип гласності, принцип конфіденційності і принцип відповідальності [8, с. 65]. На думку Петрушко Я. незважаючи на використання в літературі терміну «економічна безпека банку», де під ним розуміється сукупність охорони комерційної та банківської таємниці, в понятійному аспекті його значення визначається предметом всієї банківської безпеки. Будь-які втрати банку – матеріальні, фінансові, кадрові, інформаційні тощо – мають економічні наслідки. При цьому окремі проблеми та види банківської безпеки пов'язані між собою [9].

Формулювання цілей дослідження. Розробка принципів безпеки фінансових установ, які б визначали особливості діяльності цих

фінансових посередників в країні та були основною домінантою функціонування системи їхньої безпеки.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. У сучасних умовах, безпека є невід'ємною характеристикою будь-якого економічного суб'єкта, найперше, фінансової установи. Найчастіше і ми схилиємось до такої позиції, безпеку тлумачать як захищеність суб'єкта від небажаних, шкідливих для нормального функціонування впливів та їх наслідків, спроможність протистояти відповідним змінам. Для фінансових установ поняття безпеки має два виміри:

по-перше, фінансові установи формують власну систему безпеки як суб'єкта господарювання;

по-друге, фінансові установи мають пропонувати безпечні фінансові послуги.

Безпека фінансових установ визначає фінансову безпеку країни. Як результат, безпека окремого фінансового посередника і безпека фінансової системи тісно пов'язані між собою і взаємозалежні. Проблеми, що виникають в окремій фінансовій установі, як структурного елемента фінансової системи, часто приводять до серйозних порушень і проблем на фінансовому ринку загалом. Тому основними цілями управління безпекою фінансових установ є зростання їх прибутковості та ринкової вартості за умов своєчасного виявлення та усунення загроз та небезпек.

Система забезпечення безпеки фінансових установ нами розглядається як комплекс ефективних управлінських рішень по локалізації реальних та потенційних внутрішніх та зовнішніх загроз. Саме загрози окремій фінансовій установі визначають зміст діяльності та основні завдання управління їх безпекою. Серед них:

1. Оцінювання рівня безпеки фінансової установи.

2. Прогнозування впливу зовнішніх та внутрішніх загроз.

3. Застосування інструментарію з метою запобігання, нейтралізації, або ліквідації загроз.

4. Моніторинг зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування фінансової установи.

Керуючись такими методологічними підходами, вважаємо, що безпека фінансових установ – це складова національної безпеки країни, яка характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стабільного функціонування.

У «Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року» визначено такі страте-

гічні цілі, які, на нашу думку, визначають безпеку фінансових установ в країні [10]:

1. Прозорий фінансовий сектор.

2. Стійкість фінансового сектору до викликів (шоків).

3. Підвищення якості управління ризиками у фінансовому секторі.

4. Посилення захисту прав споживачів фінансових послуг.

Окремо, у статті 67 Закону України «Про банки і банківську діяльність» зазначено, що метою банківського нагляду є стабільність банківської системи та захист інтересів вкладників і кредиторів банку щодо безпеки зберігання коштів клієнтів на банківських рахунках [11]. Цією нормою визначено як головне – безпеку банківських послуг.

У іншому нормативно-правову документі «Про організацію заходів із забезпечення інформаційної безпеки в банківській системі України» визначені принципи забезпечення інформаційної безпеки [12]:

1) підхід до забезпечення інформаційної безпеки має бути системним (комплексним);

2) процес удосконалення та розвитку інформаційної безпеки має бути безперервним і здійснюватися шляхом обґрунтування та реалізації раціональних засобів, методів, заходів із застосуванням найкращого міжнародного досвіду;

3) заходи захисту від реальних та потенційних загроз інформаційній безпеці банку мають бути своєчасні й адекватні;

4) забезпечення належного рівня інформаційної безпеки банку неможливе без підтримки та контролю з боку керівників банку;

5) сталий розвиток систем інформаційної безпеки можливий лише в разі забезпечення достатності ресурсів, у тому числі фінансових.

У новому документі Національного банку України «Біла книга. Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні» в основі реалізації ризик-орієнтованого підходу закладено такі принципи [13]:

– принцип пропорційності – регуляторні вимоги та інтенсивність нагляду визначаються на підставі розміру, значущості, складності бізнес-моделі та профілю ризиків страхових компаній;

– принцип перспективного погляду – аналіз діяльності здійснюється з огляду на розуміння бізнес-плану, перспективи діяльності та потенційні ризики компанії;

– принцип раннього виявлення та вчасного реагування – оцінка потенційних ризиків та їх виявлення на ранній стадії для своєчасної подальшої комунікації чи вжиття відповідних заходів;

– принцип професійного судження – оцінка ґрунтується на вмотивованих та обґрунтованих висновках, заснованих на знаннях і досвіді, а також на комплексному та всебічному аналізі інформації;

– принцип правової визначеності – полягає у встановленні чітких та зрозумілих для дотримання вимог через систему законодавчих та нормативно-правових актів, включно з графіками приведення діяльності фінансових установ у відповідність до нових вимог.

Згідно чинного документа система управління ризиками повинна забезпечувати виявлення, моніторинг, контроль, звітування та мінімізацію всіх суттєвих ризиків для діяльності страхової компанії з урахуванням її розміру, складності, виду. У глобальному огляді ризиків та формуванні системи ризик менеджменту у світовому вимірі, окремо виділяється одна з складових такої системи – принципи ризик-менеджменту [15].

Щодо інших небанківських фінансово-кредитних установ, то у 2010 р. Нацкомфінпослуг (з липня 2020 року функції здійснює Національний банк України) розробила концепцію впровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами та програму розвитку системи пруденційного нагляду [14]. Згідно документу, пруденційний нагляд – це система наглядових процедур за дотриманням фінансовою установою пруденційних правил, яка дозволяє зменшити наглядове навантаження на фінансові установи, діяльність яких не несе загрози невиконання зобов'язань перед існуючими клієнтами, і посилити наглядіві зусилля за установами, діяльність яких є чи може бути загрозою для виконання таких зобов'язань [14].

Цим законом пруденційний нагляд визначено як складову частину загальної системи нагляду. Він ґрунтується на регулярному оцінюванні загального фінансового стану фінансової установи, результатів діяльності, системи та якості управління нею, дотриманні обов'язкових нормативів та інших показників і вимог. Основними напрямками пруденційного нагляду є додержання встановлених критеріїв та нормативів щодо ліквідності, капіталу та платоспроможності, прибутковості, якості активів і ризиковості операцій, якості систем управління та управлінського персоналу, додержання правил надання фінансових послуг [14]. Тобто має відбутися перехід від перевірки за дотриманням вимог та правил до оцінки внутрішньої системи управління ризиками фінансових установ.

На нашу думку, принципи – це основні правила, які формують систему безпеки фінан-

сових установ з огляду на особливості їх діяльності. На нашу думку, їхні основні характеристики такі:

1. Є правилами, які є динамічними та взаємодіють між собою.

2. Узгоджені із місією та цілями розвитку фінансової установи.

2. Створюється з метою формування ефективної системи протидії негативним проявам загроз безпеці фінансової установи.

3. Можуть удосконалюватися відповідно до уточнених або змінених цілей, прийнятої стратегії управління фінансової установи тобто здатні адекватно відображати зміни, викликані зміною стратегічних орієнтирів, здійснюваної макроекономічної політики тощо.

Зважаючи на проведений аналіз, основними принципами, якими варто керуватись при розробці системи безпеки фінансових установ: законності, повноти, взаємодії, безперервності, своєчасності, системності, комплексності, адаптованості, динамічності, цілеспрямованості, оптимальності, узгодженості, економічної доцільності, оперативності, конфіденційності.

Принцип законності передбачає, що дії усіх суб'єктів безпеки фінансової установи здійснюються відповідно до ухвалених законів, нормативно-правових актів, розпоряджень, положень, інструкцій тощо.

Принцип повноти полягає у виявленні та детальному вивченні всіх фактів, що містять ознаки або прояви небезпек чи загроз безпеці фінансової установи. З іншого боку, система безпеки фінансової установи має бути за сукупністю заходів безпеки достатньою та гарантувати нормальне функціонування фінансової установи.

Принцип взаємодії означає, що всі елементи механізму повинні взаємодіяти, а зусилля суб'єктів безпеки (відповідальних осіб, служб, підрозділів, держави) мають бути скоординованими.

Принцип безперервності передбачає постійний моніторинг внутрішнього і зовнішнього середовища з метою виявлення можливих загроз або небезпек і, як результат, створення можливості вибору відповідного у певний час підходу до організації безпеки фінансової установи.

Принцип своєчасності передбачає попереджувальний характер заходів щодо формування безпеки. Вчасно прийняті рішення у діяльності фінансової установи призводять до коректних дій з формування комплексної безпеки на попередніх стадіях розроблення системи безпеки кожного окремого фінансового посередника на підставі аналізу та прогнозування

обставин, загроз безпеці, а також розробки ефективних заходів попередження. Цей принцип має використовуватися в управлінні безпекою фінансової установи так, щоб на ранніх стадіях виявляти різноманітні деструктивні чинники і вживати адекватні заходи щодо запобігання негативним наслідкам та заподіяння шкоди об'єктам безпеки.

Принцип системності – захист діяльності фінансової установи, доцільно будувати на системному підході з визначеними заходами та засобами. Безпека фінансової установи є самостійною підсистемою з відповідними структурними елементами, що пов'язані спільними цілями, завданнями щодо узгодженості інтересів та компетентності визначених суб'єктів. Системність означає єдність та сумісність усіх складових управління безпекою фінансової установи. Аналіз діяльності вітчизняних фінансових установ показує, що такої системи часто бракує їм, оскільки зустрічається неузгодженість всередині фінансової установи, дій працівників щодо надання конкретних видів фінансових послуг та відносин фінансового посередника з його клієнтами, які негативно впливають на формування системи безпеки.

Принцип комплексності – необхідно врахувати загрози зовнішнього та внутрішнього характеру, які впливають на безпеку фінансової установи. Цей принцип доповнює попередній принцип та визначає комбінований підхід до внутрішньо-структурних процесів формування системи управління безпеки та відповідає за злагодженість, взаємодоповнюваність, а у випадку необхідності – взаємозамінність її елементів. Принцип комплексності передбачає максимально широке використання різноманітних інструментів з метою надійного та повного захисту об'єктів безпеки від різного роду загроз та небезпек.

Принцип адаптованості – характеризує здатність системи управління безпекою адаптуватися до чинників впливу, вимог керівництва та динаміку основних макроекономічних показників, прийняття рішень щодо зміни організаційної структури установи, режиму та правил роботи її підрозділів, гнучкості внутрішніх підрозділів та їх здатності швидко адаптовуватися до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Принцип динамічності – вказує на відкритість системи безпеки фінансової установи та здатність вносити будь-які обґрунтовані корективи у план реалізації основних заходів, спрямованих на покращення якості її функціонування одразу – за необхідності або у майбутньому.

Принцип цілеспрямованості полягає у дотриманні визначеного вектору безпекового

розвитку, корелює з визначеною місією фінансової установи, сформульованими цілями та визначеними завданнями. Передбачає підтримання безпеки у строгій відповідності до цілей розвитку та зазначених напрямів функціонування у відповідний період часу.

Принцип оптимальності полягає у виборі найефективнішого управлінського рішення, яке б забезпечило підвищення якості в процесі управління заходами безпеки та досягло оптимального співвідношення «результат – витрати».

Принцип узгодженості – дотримання компромісу між ступенем ризику у діяльності фінансової установи і очікуваними результатами. Передбачає єдність корпоративних інтересів щодо досягнення визначеної мети. Уникнення конфліктів у розрізі відокремлених підрозділів є ключовою стратегічною метою якісного управління ризиками, адже чимало ризиків мають внутрішньо системний характер. Внутрішні конфлікти породжують небезпеки зовнішнього характеру.

Принцип економічної доцільності – формування безпеки діяльності фінансової установи не повинно приводити до погіршення умов діяльності та стану її платоспроможності та стійкості, перешкоджати реалізації їх інтересів, а, в першу чергу – оцінювати можливі збитки та витрати на забезпечення безпеки.

Принцип оперативності – формування безпеки фінансової установи повинно здійснюватися на постійній основі, що дозволяє своєчасно реагувати на появу зовнішніх та внутрішніх загроз. Передбачає швидке реагування на прояви загроз і ризиків, своєчасне доведення до відома керівництва наявних даних для прийняття зважених управлінських рішень.

Принцип конфіденційності передбачає використання відповідних заходів та засобів безпеки з дотриманням правил нерозголошення. З іншого боку, інформація фінансової установи щодо можливості виникнення кризових процесів та зниження фінансової стійкості повинна бути комерційною таємницею фінансової установи, оскільки її розголошення може викликати паніку серед його клієнтів, викликати негативну реакцію партнерів, контрагентів та інвесторів. Так, у Законі України «Про банки та банківську діяльність», банківською таємницею є інформація про системи охорони банку та клієнтів; про коди банків для захисту інформації [11].

Висновки з проведеного дослідження. Формування безпеки фінансових установ в країні є досить складним і трудомістким процесом, який повинен проводитись на постійній основі, безперервно, цілеспрямовано і наполегливо, з необхідним ступенем активності. Сукупність

заходів, які гарантують безпеку мають проводити як фінансові установи, такі і клієнти та держава задля запобігання негативному впливу, який можуть чинити загрози внутрішнього і зовнішнього характеру з метою збереження стабільності фінансового сектору країни.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні складових системи безпеки фінансових установ, яка б містила типологію об'єктів безпеки, інституційне забезпечення безпеки, політику протидії загрозам безпеці фінансових установ в країні.

Список використаних джерел:

1. Zachosova N. V. Methodical approaches to evaluation the effectiveness of the financial institutions economic security system management. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. 2016. Vol. 3, pp. 34–41.
2. Zachosova N. V. Foundations of the Concept of financial institution economic security. *International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings*. Klaipeda: Baltija Publishing. 2016, pp. 276–279.
3. Zachosova N. V. Characteristics of threats to economic security of financial institutions in Ukraine. Information aspects of socioeconomic systems' development : Series of monographs. Monograph 5 [ed. by A. Ostenda and T. Nestorenko]. – w. Katowicach: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej, 2016. 450 p.
4. Фурман В. М. Страхування: теоретичні засади та стратегія розвитку : монографія. Київ : КНЕУ, 2005. 296 с.
5. Яворська Т. В. Державне регулювання страхового підприємництва в Україні : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. 420.
6. Адаменко С. І. Характеристика та класифікація загроз у банківській системі України. *Стратегічна панорама*. 2004. № 4. С. 48–52.
7. Барановський О. І. Фінансова безпека: монографія. Київ : Фенікс, 2008. 338 с.
8. Сухонос В. В. Концептуальні організаційно-правові засади функціонування системи економічної безпеки банків. *Правовий вісник Української академії банківською справи*. 2011 № 1. С. 64–66.
9. Petrushko Y. Security of the bank credit activity: analysis of conceptual categorial apparatus and selection of principles. *Modern Science*. 2018. № 3. S. 45–51.
10. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року: Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy>
11. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
12. Про затвердження Положення про організацію заходів із забезпечення інформаційної безпеки в банківській системі України: Постанова Правління Національного банку України від 28.09.2017 р. № 95 / Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0095500-17>
13. Біла книга. Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні. Київ, 2020. 27 с.
14. Про затвердження Концепції запровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами та Програми розвитку системи пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами: Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг № 585 від 15.07.2010 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr585486-10>
15. Global Risk Management Survey 2019. URL: <https://www.aon.com/2019-top-global-risks-management-economics-geopolitics-brand-damage-insights/index.html>

References:

1. Zachosova N. V. (2016) Methodical approaches to evaluation the effectiveness of the financial institutions economic security system management. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*, 3, 34–41.
2. Zachosova N. V. (2016) Foundations of the Concept of financial institution economic security. *International Scientific-Practical Conference Modern Transformation of Economics and Management in the Era of Globalization: Conference Proceedings*, 276–279.
3. Zachosova N. V. (2016) Characteristics of threats to economic security of financial institutions in Ukraine. Information aspects of socioeconomic systems' development : Series of monographs. Monograph 5 [ed. by A. Ostenda and T. Nestorenko], 228–234.
4. Furman V. M. (2005) *Strakhuvannia: teoretychni zasady ta stratehiia rozvytku* : monohrafiia [Insurance: theoretical principles and development strategy]. Kyiv: KNEU.
5. Javorska, T. V. *Derzhavne rehuliuвання strakhovoho pidpriemnytstva v Ukraini*: monohrafiia [The state regulation of the insurance business in Ukraine]. Lviv: LNU imeni Ivana Franka. [in Ukrainian]

6. Adamenko S. I. (2004) Kharakterystyka ta klasyfikatsiia zahroz u bankivskii systemi Ukrainy [Characteristics and classification of threats in the banking system of Ukraine]. *Stratehichna panorama*, 4, 48–52.
7. Baranovskyi O. I. (2008) Finansova bezpeka: monohrafiia [Financial security]. Kyiv : Feniks.
8. Sukhonos V. V. (2011) Kontseptualni orhanizatsiino-pravovi zasady funktsionuvannia systemy ekonomichnoi bezpeky bankiv [Conceptual organizational and legal principles of the banking economic security system functioning]. *Pravovyi visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoiu spravy*, 1, 64–66.
9. Petrushko Y. (2018) Security of the bank credit activity: analysis of conceptual categorial apparatus and selection of principles. *Modern Science*, 3, 45–51.
10. Stratehii rozvytku finansovoho sektoru Ukrainy do 2025 roku [Strategies for the development of the financial sector of Ukraine until 2025]: Natsionalnyi bank Ukrainy. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy>
11. Pro banky i bankivsku diialnist [On banks and banking]: 2000 (Verkhovna Rada Ukrainy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
12. Pro zatverdzhennia Polozhennia pro orhanizatsiiu zakhodiv iz zabezpechennia informatsiinoi bezpeky v bankivskii systemi Ukrainy 2017 [On approval of the Regulations on the organization of measures to ensure information security in the banking system of Ukraine] (Natsionalnyi bank Ukrainy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0095500-17>
13. Bila knyha. Maibutnie rehuliuвання rynku strakhuvannia v Ukraini [White Paper. Future regulation of the insurance market in Ukraine] (2020). Kyiv.
14. Pro zatverdzhennia Kontseptsii zaprovadzhennia prudentsiinoho nahliadu za nebankivskymy finansovymy ustanovamy ta Prohramy rozvytku systemy prudentsiinoho nahliadu za nebankivskymy finansovymy ustanovamy 2010 [On approval of the Concept of introduction of prudential supervision over non-banking financial institutions and the Program for development of the prudential supervision system over non-banking financial institutions] (Verkhovna Rada Ukrainy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr585486-10>
15. Global Risk Management Survey 2019. URL: <https://www.aon.com/2019-top-global-risks-management-economics-geopolitics-brand-damage-insights/index.html>

Іванчов П.В.аспірант,
ВНЗ «Національна академія управління»**Ivanchov Pavlo**

National Academy of Management

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

ANALYSIS OF INNOVATION AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE MEDICAL INDUSTRY IN UKRAINE

У статті проаналізовано глобальні тенденції розвитку інновацій та науково-технологічної діяльності у медичній галузі. Проаналізовано стан здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт у галузі медичних наук, результативність діяльності Національної академії медичних наук України. Досліджено можливості та проблеми інноваційної діяльності в медичній галузі. На основі здійсненого аналізу встановлено, що інноваційно-технологічний розвиток медичної галузі відзначається низкою проблем, насамперед пов'язаних із: відсутністю простежуваності реального стану науково-технологічного на рівні установ освіти та науки, медичних закладів державної та комунальної власності, приватних закладів охорони здоров'я та інше; зниженням кількості виконаних науково-дослідних робіт та впровадження інновацій; відсутність державної стратегії науково-технічного та інноваційного розвитку галузі; низький рівень фінансування НДР та інноваційної діяльності установ, організацій та підприємств у медичній галузі; відсутність державного замовлення тощо. Запропоновано шляхи вирішення проблем державного управління науково-технологічним та інноваційним розвитком галузі.

Ключові слова: науково-дослідні роботи, інноваційна діяльність, інновації, наукова діяльність, інноваційно-технологічний розвиток, медична галузь.

В статье проанализированы глобальные тенденции развития инноваций и научно-технологической деятельности в медицинской отрасли. Проанализировано состояние осуществления научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в области медицинских наук, результативность деятельности Национальной академии медицинских наук Украины. Исследованы возможности и проблемы инновационной деятельности в медицинской отрасли. На основе проведенного анализа установлено, что инновационно-технологическое развитие медицинской отрасли отмечается рядом проблем, прежде всего связанных с: отсутствием прослеживаемости реального состояния научно-технологического на уровне учреждений образования и науки, медицинских учреждений государственной и коммунальной собственности, частных учреждений здравоохранения и прочее; снижением количества выполненных научно-исследовательских работ и внедрения инноваций; отсутствие государственной стратегии научно-технического и инновационного развития области; низкий уровень финансирования НИР и инновационной деятельности учреждений, организаций и предприятий в области медицины; отсутствие государственного заказа и тому подобное. Предложены пути решения проблем государственного управления научно-технологическим и инновационным развитием отрасли.

Ключевые слова: научно-исследовательские работы, инновационная деятельность, инновации, научная деятельность, инновационно-технологическое развитие, медицинская отрасль.

The global trends of innovation and scientific and technological activities in the medical field are analyzed in the article. The state of research and development work in the field of medical sciences, the effectiveness of the National Academy of Medical Sciences of Ukraine are analyzed and it is found that the creation of new scientific developments remains limited due to the reduction of scientific, technological and innovative opportunities, because the number of research performers decreases annually, number of training of scientists in the field of medical sciences, financing of research works, etc. Possibilities and problems of innovative activity in the medical field are investigated. Based on the analysis, it is established that the innovative and technological development of the medical industry is marked by a number of problems, primarily related to: lack of traceability of the real state of science and technology at the level of educational and scientific institutions, state and municipal medical institutions, private health

care facilities and others; reduction of the number of performed research works and introduction of innovations; lack of a state strategy for scientific, technical and innovative development of the industry; low level of funding for research and innovation of institutions, organizations and enterprises in the medical field; lack of state order, etc. It is proved that the creation and transfer of new methods, techniques and technologies for diagnosis, treatment and prevention of the most common human diseases remains one of the most important components of state health policy and requires significant improvement of public management of Ukraine's medical system transformation according to innovative technological principles. Ways to solve the problems of public administration of scientific, technological and innovative development of the industry, such as improving the legal framework and state strategy of innovation and technological development of the industry; stimulating scientific and technological progress; development of innovation clusters, formation of medical technology transfer centers on the basis of universities, scientific medical institutes and private partners; promoting the development of public-private partnership as a way to expand innovation and investment activities of health care providers, etc. are proposed.

Key words: research works, innovative activity, innovations, scientific activity, innovative-technological development, medical branch.

Постановка проблеми. Розвиток галузі охорони здоров'я характеризується необхідністю постійного підвищення продуктивності медичних послуг в умовах обмеження первинних ресурсів. Проте динамічний соціально-економічний розвиток країни неможливий без всебічного та безперервного використання нововведень, які є каталізаторами загального розвитку. В першу чергу, мотивуючим фактором для розвитку інновацій у сфері охорони здоров'я є трансформація медичної системи на ринкових засадах та загострення конкуренції. Відповідно, лікувально-профілактичні установи, які освоюватимуть ефективні новації, зможуть надавати якісні медичні послуги, підвищуючи ресурсоощадність та отримують вагомому перевагу перед конкурентами. Тому актуальним є дослідження науково-технічного та інноваційного потенціалу медичної галузі та перспектив інноваційно-технологічного розвитку медичної системи зокрема.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми інноваційного розвитку закладів охорони здоров'я та реформування системи охорони здоров'я викликають чималий науковий інтерес. Огляд наукових праць свідчить про те, що це питання досліджувалось досить широко, зокрема, його вивчали Т.К. Кваша [1], О.А. Петрух [2], Т.В. Писаренко [1], М.Д. Тронько [3], З.В. Юринець [2], В.І. Цимбалюк [4] та багато інших науковців. Однак, детального аналізу потребує дослідження стану та можливостей інноваційно-технологічного розвитку медичної галузі.

Мета статті – аналіз тенденцій та слабких місць у науково-технічного та інноваційного розвитку медичної галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині світова медицина активно впроваджує новітні досягнення науки й техніки з метою підвищення ефективності медичної допомоги, спрощення ходу та наслідків складних хірургіч-

них втручань та вирішення проблем медицини та біотехнологій.

У рамках глобальних тенденцій виділено сфери, в яких на даний час активно впроваджуються дослідження і розробки [1, с. 62]:

- біотехнології та генна інженерія, що покращить якість життя і глобальне здоров'я, зменшить витрати на охорону здоров'я;

- застосування наноматеріалів, при щорічному зростанні цього ринку на 12,6% протягом 2017-2023 рр.;

- досягнення в обчисленні і високопродуктивних технологіях, зокрема, секвенування ДНК, при щорічному зростанні цього ринку на 19,0% протягом 2018-2025 рр.;

- оптичний моніторинг нейронів і оптогенетична модуляція нейронної активності, що допомагатиме нейрофізіологам спостерігати за дією мозку для запобігання або лікування захворювань, таких як деменція, паркінсонізм і шизофренія.

Технологіями, які в глобальному масштабі впливатимуть на розвиток медицини та усіх її сфер в найближчому майбутньому, визначено наступні: штучний інтелект; обробка великих даних; mHealth; імунотерапія раку; хірургічні роботи; 3D-друк людських тканин та ін.

Проте в Україні створення та широке впровадження таких технологій, незважаючи на високий кадровий науковий потенціал залишається обмеженим через скорочення науково-технологічних та інноваційних можливостей, адже щорічно зменшується кількість виконавців науково-дослідних розробок, кількість підготовки науковців у галузі медичних наук, фінансування науково-дослідних робіт та ін.

Зокрема, показовим є стрімке (на 42%) зниження кількості працівників, які здійснювали науково-дослідні роботи у галузі медичних наук (дослідників, техніків, допоміжного персоналу самостійних науково-дослідних, конструкторських, проектно-конструкторських організацій

та працівників лабораторій або відокремлених підрозділів у вищих навчальних закладах чи на підприємствах, основною діяльністю яких є виконання НДР). Крім того, у 2018 р. проти 2013 р. більше, ніж вшестеро зменшилася кількість докторантів та понад як вдсятеро – кількість аспірантів.

За даними Державної служби статистики України [5-8] суттєвим є зниження фінансування виконання науково-дослідних робіт, оскільки загальні витрати на це зменшилися у 18,5 рази, витрати на фундаментальні дослідження – у 2,6 рази, прикладних досліджень у 3,9 рази. Це у свою чергу негативно позначається на результативності науково-дослідної діяльності, хоча офіційних статистичних даних щодо кількості створених нових винаходів, знань та інших інновацій за останні роки взагалі не ведеться та не дозволяє отримати повно-

цінні дані для розуміння реального стану інноваційно-технологічного розвитку медицини.

Разом із тим, основний науковий потенціал медичної галузі формує Національна академія медичних наук України (НАМН України), яка об'єднує 35 наукових установ, на базі яких відбувається отримання нових та поглиблення наявних знань у галузі медицини, організовано виконання фундаментальних та прикладних наукових досліджень з пріоритетних напрямів розвитку медичної науки. Так у 2019 р. було зусиллями НАМН України виконано 291 прикладних НДР та звершено 86 фундаментальних НДР. Як результат було створено 6 нових виробів (1 у 2018 р.), 118 нових технологій (106 у 2018 р.), 27 матеріалів (вдвічі менше, ніж у 2018 р.), сформовано 308 нових методів й теорій (276 у 2018 р.), створено 8 зразків програмного забезпечення (5 у 2018 р.). Також НАМНУ



Рис. 1. Динаміка кадрового потенціалу в галузі медичних наук у 2013-2019 рр., осіб
Джерело: [5-8]

Таблиця 1

Внутрішні витрати на виконання науково-дослідних робіт у галузі медичних наук у 2019-2014 рр., тис. грн

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2019 р. до 2014 р., +/-
Фундаментальні дослідження	248554,3	2457019,5	69678,5	76567,8	121776,9	94386,6	-154167,7
Прикладні дослідження	1660603,7	1706300,0	237312,9	359661,5	460874,4	425500,6	-1235103,1
Науково-технічні розробки (експериментальні дослідження)	5937799,4	6180737,9	16980,9	23032,7	33452,5	26712,6	-5911086,8
Усього	10083644,4	11884057,4	323972,3	459262,0	616103,8	546599,8	-9537044,6

Джерело: розраховано автором за [5-8]

було створено 848 видів іншої наукової/науково-технічної продукції (664 у 2018 р.), яка включає проекти нормативно-правових актів, державних санітарних норм і правил, державних норм, гігієнічних нормативів, нових штамів мікроорганізмів, корисних моделей, додатків до технічних регламентів тощо.

Результати фундаментальних досліджень були опубліковані у 3421 (3541 у 2018 р.) наукових працях (526 з них у виданнях, що індексуються у міжнародних наукометричних базах Web of Science та/або Scopus), у 65 монографія (9 з яких видані у провідних закордонних видавництвах), 79 підручниках та навчальних посібниках, 54 науково-довідникових виданнях та 1450 інших публікаціях [4, с. 95-96].

Державні установи НАМН України, зокрема за останні п'ять років, ефективно здійснювали фундаментальні дослідження за такими напрямками: розробка технологій отримання та використання стовбурових клітин для корекції порушень життєдіяльності людського організму і окремих органів; розробка нових технологій лікування і профілактики вірусних інфекцій, ендокринних захворювань; створення нових способів отримання більш ефективних клітинних препаратів; розробка засобів профілактики передчасного старіння; розробка нових технологій лікування і профілактики з використанням наночасток; збереження трудового та репродуктивного потенціалу нації; вивчення порушень геному у віддаленому періоді після аварії на ЧАЕС; розкриття нових механізмів розвитку основних неінфекційних захворювань; синтез нових фармакологічних препаратів тощо [3].

Слід зазначити, що у 2019 р. спостерігається зростання обсягів бюджетних призначень НАМН України на проведення наукової діяльності: на 55% проти рівня 2015 р. та на 25% (табл. 2). Це є позитивним сигналом для інноваційно-технологічного розвитку галузі, адже стрімке скорочення бюджетних видатків на науко-дослідну діяльність академії спричиняло стрімку низхідну тенденцію щодо кількості НДР: у 2015 р. було виконано 460 робіт, у 2016 р. – 439, у 2017 р. – 404, у 2018 р. – 394 та у 2019 р. – 377. Загалом кількість здійснених НДР за 5 років зменшилася на 14% або -83.

Хоча й збільшилися витрати держави на фінансування наукових робіт НАМН України, сума виділених коштів не може покрити всіх внутрішніх витрат, необхідних для проведення наукової діяльності, адже відсоток затверджених видатків від потреби (без капітальних видатків) складає лише 56,7% (на 6,7 в.п. менше, ніж у 2015 р.). Таке недофінансування призводить до поступового скорочення наукового кадро-

вого та матеріально-технічного потенціалу та результативності науково-дослідної роботи.

Ще гірша ситуація спостерігається у сфері інноваційної діяльності та імплементації новітніх технологій у діяльності медичних закладів. Найбільшою проблемою вважаємо відсутність моніторингу стану інноваційної активності та технологічної модернізації галузі – національний орган статистики визначає тільки рівень інноваційної діяльності окремих видів промислових підприємств, які створюють та впроваджують інновації, до таких у медичній сфері належать підприємства, задіяні у виробництві основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів. При цьому дані щодо впровадження «ноу-хау» на рівні надавачів медичних послуг взагалі не ведеться.

Проте, аналізуючи доступні дані, можемо стверджувати, що кількість інноваційно активних фармацевтичних підприємств є незначною: 30 підприємств у 2019 р. (35 у 2017 р. та 29 у 2014 р.), 16 з яких здійснювали внутрішні НДР, 6 – зовнішні НДР, 12 придбали машини, обладнання та програмне забезпечення, 1 підприємство придбало зовнішні знання та 13 підприємств здійснювали інші види інноваційної діяльності.

Якщо порівнювати витрати на таку діяльність, вони зросли в 1,8 рази проти рівня 2014 р. (табл. 3) та здебільшого направлялися на внутрішні НДР (39% у загальній структурі витрат), зовнішні НДР (1%), придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (47%) та іншу активність (13%).

Незважаючи на це, досягти істотної модернізації виробництва інноваційно активних підприємств не вдалося: кількість впроваджених нових технологічних процесів у 2014-2019 рр. зменшилася на 2,6 рази, а кількість імplementованої інноваційної продукції у 2019 р. зросла на 33% проти рівня 2014 р., але водночас зменшилася проти 2018 р. на 31% або на 70 одиниць.

Таким чином, інноваційно-технологічний розвиток медичної галузі відзначається низкою проблем, насамперед пов'язаних:

- із відсутністю простежуваності реального стану науково-технологічного на рівні установ освіти та науки, медичних закладів державної та комунальної власності, приватних закладів охорони здоров'я та інше;
- зниженням кількості виконаних науково-дослідних робіт та впровадження інновацій;
- відсутність державної стратегії науково-технічного та інноваційного розвитку галузі;
- низький рівень фінансування НДР та інноваційної діяльності установ, організацій та підприємств у медичній галузі;
- відсутність державного замовлення тощо.

Таблиця 2
Обсяги затверджених бюджетних призначень НАМН України на проведення наукової діяльності у 2015-2019 рр.

	2015 р.		2016 р.		2017 р.		2018 р.		2019 р.		2019 р. до 2015 р., +/-	
	млн грн	к-сть НДР	млн грн	к-сть НДР	млн грн	к-сть НДР	млн грн	к-сть НДР	млн грн	к-сть НДР	млн грн	к-сть НДР
Всього	239,74	460	197,20	439	226,11	404	298,56	394	371,42	377	131,68	-83
<i>У тому числі:</i>												
Фундаментальні дослідження	80,18	145	61,74	109	59,70	99	68,67	91	84,93	86	4,75	-59
Науково-дослідні роботи по прикладних розробках	153,50	310	129,87	329	159,03	304	222,09	302	280,80	291	127,3	-19
Виконання науково-технічних програм та наукових частин державних цільових програм у сфері профілактики і лікування хвороб людини	1,91	5	0,59	1	0,58	1	0,58	1	0	0	-1,91	-5
Підготовка наукових кадрів за державним замовленням	3,84	-	4,69	-	6,48	-	6,23	-	4,86	-	1,02	-
Фінансова підтримка об'єктів, що становлять національне надбання	0,32	-	0,32	-	0,32	-	0,79	-	0,82	-	0,5	-
Потреба в поточних видатках	378,36	-	491,74	-	454,61	-	535,0	-	633,0	-	254,64	-
Відсоток затверджених видатків від потреби (без капітальних видатків)	63,4%	-	40,1%	-	49,7%	-	55,8%	-	56,7%	-	-6,7 в.п.	-

Джерело: [4, с. 95-96]

Тому вважаємо, що доцільно модернізувати державне управління трансформацією медичної системи в контексті інноваційного розвитку. Особливу увагу варто звернути на:

- поліпшення законодавчо-правової бази та державної стратегії інноваційно-технологічного розвитку галузі;
- сформувані чітку процедуру проведення тендерів на проекти НДДКР, створення програми довготермінових партнерських НДДКР та впровадження вітчизняних розробок,
- стимулювання науково-технічного прогресу: надання пільг на участь суб'єктів господарювання у виконанні субконтрактів для державного замовлення на створення новітніх медичних технологій, лікарських засобів, виробів медичного призначення тощо;
- розвиток інноваційних кластерів, областей, позабюджетних фондів, формування центрів трансферу медичних технологій на основі

вузів, наукових медичних інститутів та приватних партнерів;

- сприяння розвитку державно-приватного партнерства як спосіб розширення інноваційно-інвестиційної діяльності надавачів медичних послуг;

– створення венчурних фондів за участю держави з метою постійного та кваліфікованого контролю за виконанням інноваційних проектів та фінансування національних програм зі створення нових інноваційних лікарських засобів, медичної техніки та виробів медичного призначення тощо;

- створити Національну лізингову компанію, яка б здійснювала пільгові закупівлі медичної техніки, обладнання та устаткування і мала право визначення науково-експертних центрів щодо експертизи виробів медичного призначення, що підлягають внесенню до Державного реєстру;

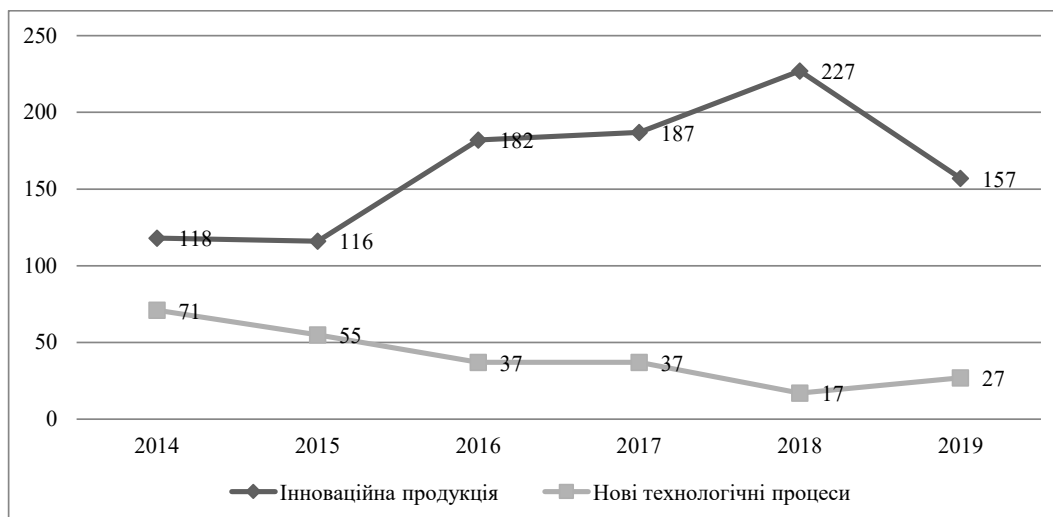


Рис. 2. Динаміка кількості впроваджених видів інноваційної продукції та технологічних процесів підприємствами медичної галузі, од.

Джерело: розраховано автором за [5-8]

Таблиця 3

Динаміка витрат підприємств на здійснення інноваційної діяльності, тис. грн

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2019 р. до 2014 р., +/-
Внутрішні НДР	146383,8	861566,3	374077,7	328545,2	362782,2	569086,7	422702,9
Зовнішні НДР	73410,7	65059,1	58230,7	23283,2	70685,8	14834,7	-58576
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	524923,3	569622,9	141935,2	312295,5	131012,3	684691,7	159768,4
Придбання інших зовнішніх знань	1119,6	2057,5	2538,9	5145,3	715,3	180576,6	-
Інше	69889,3	91080,8	76649,4	121271,6	29027,7		
Усього	815726,7	1589386,6	653431,9	790540,8	594223,3	1449189,7	633463,0

Джерело: розраховано автором за [5-8]

– формування програми державних пілг та програм фінансування медичних закладів, які співпрацюють із закладами освіти та науки й впроваджують вітчизняні досягнення науки й техніки у виробничий процес тощо.

Висновки. Науково-технічний розвиток медичної галузі характеризується низкою проблем, тому створення та трансфер нових способів, методів і технологій діагностики, лікування та профілактики найбільш розповсюджених захворювань людини (у т.ч. нових лікарських засобів, медичної техніки та медичних виробів) залишається однією з найважливіших складових реалізації політики держави в галузі охорони здоров'я та потребує суттєвого удосконалення державного управління трансформацією медичної системи України за інноваційно-технологічними принципами відповідно до запропонованих вище напрямів.

Список використаних джерел:

1. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. Київ : УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.
2. Юринець З.В., Петрух О.А. Напрями державного регулювання інноваційного розвитку сфери охорони здоров'я України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. Вип. 21. С. 116–121.
3. Тронько М.Д. Аналіз та перспективи розвитку фундаментальної медичної науки в НАМН України, погляд в майбутнє. URL: https://drive.google.com/file/d/1qYO11BslIGPvDKA_K_2AXKHH_VPHSwoYN/view (дата звернення 12.08.2020)
4. Діяльність Національної академії медичної наук України за 2019 р. / за ред. В.І. Цимбалюка. URL: https://drive.google.com/file/d/1gBoMrT7EtI9znj7FUD_H9BPOu459YG9f/view (дата звернення 12.08.2020)
5. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність України – 2019» / за ред. С.М. Кузнецова. Державна служба статистики. Київ, 2020. 100 с.
6. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність України – 2018» / за ред. С.М. Кузнецова. Державна служба статистики. Київ, 2019. 108 с.
7. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність України – 2017» / за ред. О.О. Кармазіна. Державна служба статистики. Київ, 2018. 178 с.
8. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність України – 2015» / за ред. О.О. Кармазіна. Державна служба статистики. Київ, 2016. 257 с.

References:

1. Pisarenko T.V., Kvasha T.K. et al. (2019) Stan innovatsiinoi diialnosti ta diialnosti u sferi transferu tekhnolohii v Ukraini u 2018 rotsi [The state of innovation and activity in the field of technology transfer in Ukraine in 2018: analytical reference]. Kyiv: UkrINTEI, 80 p. [in Ukrainian]
2. Yurinetz, Z.V. and Petrukh, O.A. (2018). Napriamy derzhavnoho rehuliuвання innovatsiinoho rozvytku sfery okhorony zdorovia Ukrainy [Directions of state regulation of innovative development of health care in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, Vol. 21, pp. 116-121. [in Ukrainian]
3. Tronko, M. D. (2020). Analiz ta perspektyvy rozvytku fundamentalnoi medychnoi nauky v NAMN Ukrainy, pohliad v maibutnie [Analysis and prospects of development of basic medical sciences in the National Academy of Medical Sciences of Ukraine, a look into the future]. Retrieved from: https://drive.google.com/file/d/1qYO11BslIGPvDKA_K_2AXKHH_VPHSwoYN/view [in Ukrainian] (accessed 14 August 2020).
4. Tsimbalyuk V.I. (2020) Diialnist Natsionalnoi akademii medychnoi nauk Ukrainy za 2019 r. [Activities of the National Academy of Medical Sciences of Ukraine for 2019]. Retrieved from: https://drive.google.com/file/d/1gBoMrT7EtI9znj7FUD_H9BPOu459YG9f/view (accessed 14 August 2020).
5. Kuznetsova S.M. (2020) Statystychnyi zbirnyk «Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy – 2019» [Statistical digest “Research and innovation Ukraine – 2019”]. Kyiv, 100 p. [in Ukrainian]
6. Kuznetsova S.M. (2019) Statystychnyi zbirnyk «Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy – 2018» [Statistical digest “Research and innovation Ukraine – 2018”]. Kyiv, 108 p. [in Ukrainian]
7. Karmazina O.O. (2018) Statystychnyi zbirnyk «Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy – 2017» [Statistical digest “Research and innovation Ukraine – 2017”]. Kyiv, 178 p. [in Ukrainian]
8. Karmazina O.O. (2016) Statystychnyi zbirnyk «Naukova ta innovatsiina diialnist Ukrainy – 2015» [Statistical digest “Research and innovation Ukraine – 2015”]. Kyiv, 257 p. [in Ukrainian]

УДК 378.4.091.33

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2021-1-17>**Зрибнєва І.П.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича**Zrybnieva Iryna**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

**ВИБІР МЕТОДИКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
З УРАХУВАННЯМ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА****THE CHOICE OF METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS
OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP, WITH CONSIDERATION
TO THE EXTERNAL ENVIRONMENT**

Стаття присвячена вивченню питання методики оцінки конкурентоспроможності інноваційного підприємства. Незважаючи на відносно глибоке вивчення проблеми забезпечення конкурентоспроможності, єдиного підходу до її кількісної оцінки досі немає. Проблеми оцінки конкурентоспроможності складні і багатогранні. Успішність конкуренції на ринку діяльності залежить від наявності конкурентних переваг або ключових компетенцій, які утворені сукупністю складових (ціннісних і цінових). Правильна і об'єктивна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства дозволяє менеджменту приймати доцільні і правильні рішення, які спрямовані на досягнення поставлених стратегічних цілей. На даний момент науковцями розглядається досить багато методів для оцінки конкурентоспроможності, однак відсутня загальноприйнята методика, що була б визнана як і науковцями так і практиками. Досліджуючи методи і моделі оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів автор приходить до висновку, що всі підходи сфокусовані на багатокритеріальній оцінці будь-якої однієї функціональної області, яка описує конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства. Тому, вважає доцільним розробити авторський підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства.

Ключові слова: методика, метод, методологія, оцінка, інноваційне підприємство, конкурентоспроможність.

Статья посвящена изучению вопроса методики оценки конкурентоспособности инновационного предприятия. Несмотря на относительно глубокое изучение проблемы обеспечения конкурентоспособности, единого подхода к ее количественной оценке пока нет. Проблемы оценки конкурентоспособности сложные и многогранные. Успешность конкуренции на рынке деятельности зависит от наличия конкурентных преимуществ или ключевых компетенций, которые образованы совокупностью составляющих (ценностных и ценовых). Правильная и объективная оценка конкурентоспособности субъектов инновационного предпринимательства позволяет менеджменту принимать целесообразные и правильные решения, направленные на достижение поставленных стратегических целей. На данный момент учеными рассматривается достаточно много методов для оценки конкурентоспособности, однако отсутствует общепринятая методика, которая была бы признана как учеными, так и практиками. Исследуя методы и модели оценки конкурентоспособности, хозяйствующих субъектов автор приходит к выводу, что все подходы сфокусированы на многокритериальной оценке какой-либо одной функциональной области, которая описывает конкурентоспособность субъектов инновационного предпринимательства. Поэтому, видит целесообразным разработать авторский подход к оценке конкурентоспособности субъектов инновационного предпринимательства.

Ключевые слова: методика, метод, методология, оценка, инновационное предприятие, конкурентоспособность.

The article is devoted to the study of the method of assessing the competitiveness of an innovative enterprise. Despite a relatively in-depth study of the problem of ensuring competitiveness, there is still no single approach to its quantification. Problems of competitiveness assessment are complex and multifaceted. The success of competition in the market depends on the presence of competitive

advantages or key competencies, which are formed by a set of components (value and price). The correct and objective assessment of the competitiveness of the subjects of innovative entrepreneurship allows management to make appropriate and correct decisions that are aimed at achieving strategic goals. At present, scientists are considering quite a few methods for assessing competitiveness, but there is no generally accepted methodology that would be recognized by both scientists and practitioners. Examining the methods and models of assessing the competitiveness of economic entities, the author concludes that all approaches are focused on multicriteria assessment of any one functional area, which describes the competitiveness of innovative entrepreneurs. Therefore, he considers it expedient to develop an author's approach to assessing the competitiveness of innovative entrepreneurs. The competitiveness of innovative entrepreneurship is formed through the successful transformation of resources into the final product with which the business entity is represented in the market. Thus, it is established that, first, the indicator of competitiveness is a measure or reflection of the effectiveness of the operation and development of the subject of innovative entrepreneurship. And, secondly, the actual indicator of competitiveness is an integrated assessment, incorporates a number of indicators that characterize the ability of the business entity to convert resources into results and maximize the effects. Competitiveness of innovative entrepreneurs can be seen as the ability or combination of their abilities aimed at achieving almost one goal – maximizing entrepreneurial benefits – through comprehensive actions based on organizational knowledge and key competencies aimed at improving and / or optimizing the functioning of subsystems management of functioning and development of subjects of innovative business. Given that the competitiveness of innovative entrepreneurs is considered by us as a multi-criteria category, which is formed under the influence of many external and internal factors, as well as environmental determinants, respectively, it should be assumed that the most important role in competitiveness is played by social, technological and economic aspects.

Key words: methods, method, methodology, evaluation, innovative enterprise, competitiveness.

Постановка проблеми. В умовах нестабільного і вельми часто агресивного зовнішнього середовища функціонування і розвитку суб'єктів інноваційного підприємництва вміння передбачати зміни в зовнішніх тенденції і забезпечити поряд з цим зміни у внутрішньому середовищі стає головним принципом проактивного стратегічного управління, їх діяльністю, яка повинна характеризуватися належним рівнем конкурентоспроможності. Тому важливість вироблення методик оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва є незаперечним фактом і потребує детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень. Вивченню питання методики оцінки конкурентоспроможності підприємств присвятили свої дослідження такі науковці як: В.Д. Адріанова, А.П. Градова, І.Н. Герчикова, П.Р. Діксон, Е. Дихтль, М.Г. Долинська, І.В. Зулькарпаєва, Л.Р. Ільсова, З.А. Калугіна, Ф. Котлер, І.У. Ліпсиц, В.С. Мисакова, С.І. Савчук, А. Селезнева, І.А. Соловійова, Р.А. Фатхутдінов, Х. Хершген, О.Г. Янков та ін.

Мета статті. Дослідити та виробити методику оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж безпосередньо приступити до вироблення методики оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва, необхідно визначитися з поняттями, які, з одного боку, є схожими, а з іншого боку, є різні категорії.

До таких понять в першу чергу необхідно віднести терміни «метод», «методика», «мето-

дологія». У філософському словнику даний термін трактується двояко: в загальному сенсі – це спосіб досягнення мети, конкретно – це певним чином упорядкована діяльність. Отже, метод є способом пізнання досліджуваного предмета або об'єкта, що узгоджується з визначенням, яке дається в словнику С.І. Ожегова: «метод – спосіб теоретичного дослідження або практичного здійснення чого-небудь».

Очевидно, що основою для даних визначень служить посил до того, що метод – є спосіб досягнення мети за рахунок будь-яких конкретних дій, прийомів або операцій. Фактично в основі терміна «метод» лежить діяльнісний підхід, який невіддільний від теорії.

Таким чином, стосовно оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва метод являє собою спеціальний прийом, спосіб, правило і набір необхідних дій для вибору, розробки та подальшого використання аналітико-оцінного інструментарію. В даному випадку методи оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва ґрунтуються на загальній теорії управління, інноваційному менеджменті, загалом і в стратегічному менеджменті як наукових дисциплінах. І очевидно, що методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва повинні базуватися на міждисциплінарному підході.

Розширеними поняттями, які виходять також з терміна «метод» (в тому числі і метод оцінки конкурентоспроможності), є поняття «методика» і «методологія».

При цьому в словнику С.І. Ожегова дається таке визначення терміна «методика» – це «сукупність методів практичного виконання чого-небудь». Навпаки, в філософському словнику відсутній трактування терміна «методика» і дається визначення терміна «методологія» як «сукупність пізнавальних засобів, методів, прийомів, використовуваних в будь-якій науці, або область знання, що вивчає засоби, передумови і принципи організації пізнавальної і практично-перетворюючої діяльності».

Очевидно, що поняття «метод» в повній мірі включено в терміни «методика» і «методологія», при цьому якщо методика – є агрегування практичних (діяльнісних) методів, то методологія – є агрегування теоретичних і практичних методів. Тому якщо метод можна розглядати як засіб або спосіб вирішення будь-якої частини завдання, то методика можна розглядати як засіб або спосіб комплексного вирішення завдання. Оскільки формування оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва базується на міждисциплінарному підході, то, відповідно, сукупність використовуваних підходів, інструментів і засобів характеризує склад використовуваних методів, тобто являє собою методика. Методика в практичному плані спрямована на вирішення завдання формалізації інструментів оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва і методологічно, з урахуванням теоретичних і нормативно-законодавчих положень, регламентує систему і структуру управління діяльністю зазначених суб'єктів.

Незважаючи на відносно глибоку опрацьованість проблеми забезпечення конкурентоспроможності, єдиного підходу до її кількісної оцінки досі немає. Проблеми оцінки конкурентоспроможності складні і багатогранні.

Свій внесок у вирішення цих проблем внесли такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як М. Портер, Ф. Котлер, Е. Дихтль і Х. Хершген, які розробляли теоретичні та методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів. Однак до сих пір немає чіткої систематизація отриманих результатів досліджень.

Слід ще раз звернути увагу на те, що до недавнього часу конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємництва, розглядалася виключно в маркетинговому аспекті, як в плані теорії, так і в плані методології. Однак в даний час такий підхід є помилковим, оскільки конкурентоспроможність розглядається як системоутворююча аналітико-оцінна категорія.

Конкурентоспроможність становить основу сталого розвитку господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприєм-

ництва. Успішність конкуренції на ринку діяльності залежить від наявності конкурентних переваг або ключових компетенцій, які утворені сукупністю складових (ціннісних і цінових). Правильна і об'єктивна оцінка конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва дозволяє менеджменту приймати доцільні і правильні рішення, які спрямовані на досягнення поставлених стратегічних цілей.

У науковій літературі представлений ряд методів і моделей оцінки конкурентоспроможності різних бізнес-структур, в тому числі, інноваційного підприємництва. В теорії та практиці прийнято виділяти дві групи методів оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів – це група аналітичних методів і група графічних методів (Рис. 1).

Згідно з концепцією, використання тих чи інших методів оцінки конкурентоспроможності має бути диференційовано залежно від об'єктів оцінки. Об'єктом оцінки може бути власне господарюючий суб'єкт, в тому числі суб'єкт інноваційного підприємництва, або продукція, що випускається даним господарюючим суб'єктом.

Всі представлені на рис. 1 методи і моделі оцінки конкурентоспроможності традиційні, існує досить великий досвід їх наукового і практичного застосування. Але в той же час ці методи і моделі не позбавлені недоліків. Зокрема, матриця БКГ, матриця Портера – це статичні оціночні моделі, модель Розенберга і модель на основі оцінки споживчої вартості багато в чому суб'єктивні, інші методи також не відрізняються достатньою об'єктивністю і динамічністю, крім цього, дані моделі не дозволяють оцінювати здатність господарюючих суб'єктів використовувати в як ключовий переваги психолого (когнітивні) ресурси. Тому використовувати запропоновані методи і моделі для оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва не доцільно.

Крім вище описаних методів і моделей оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, існує ще близько десяти методичних підходів, серед них варто виділити: метод порівняльних переваг, який, по суті, являє собою порівняльну оцінку ключових компетенцій, що забезпечують здатність суб'єкта до конкуренції на ринку діяльності; метод оцінки профілів якості продукції, який передбачає визначення рівня якості самого продукту і здатності цього продукту задовольняти основні споживчі запити; метод бенчмаркінгу, в рамках якого оцінюється кращий досвід діяльності суб'єкта підприємництва, в розглянутому сегменті – краща пропозиція товарної продукції; на основі зіставлення визначається рівень від-

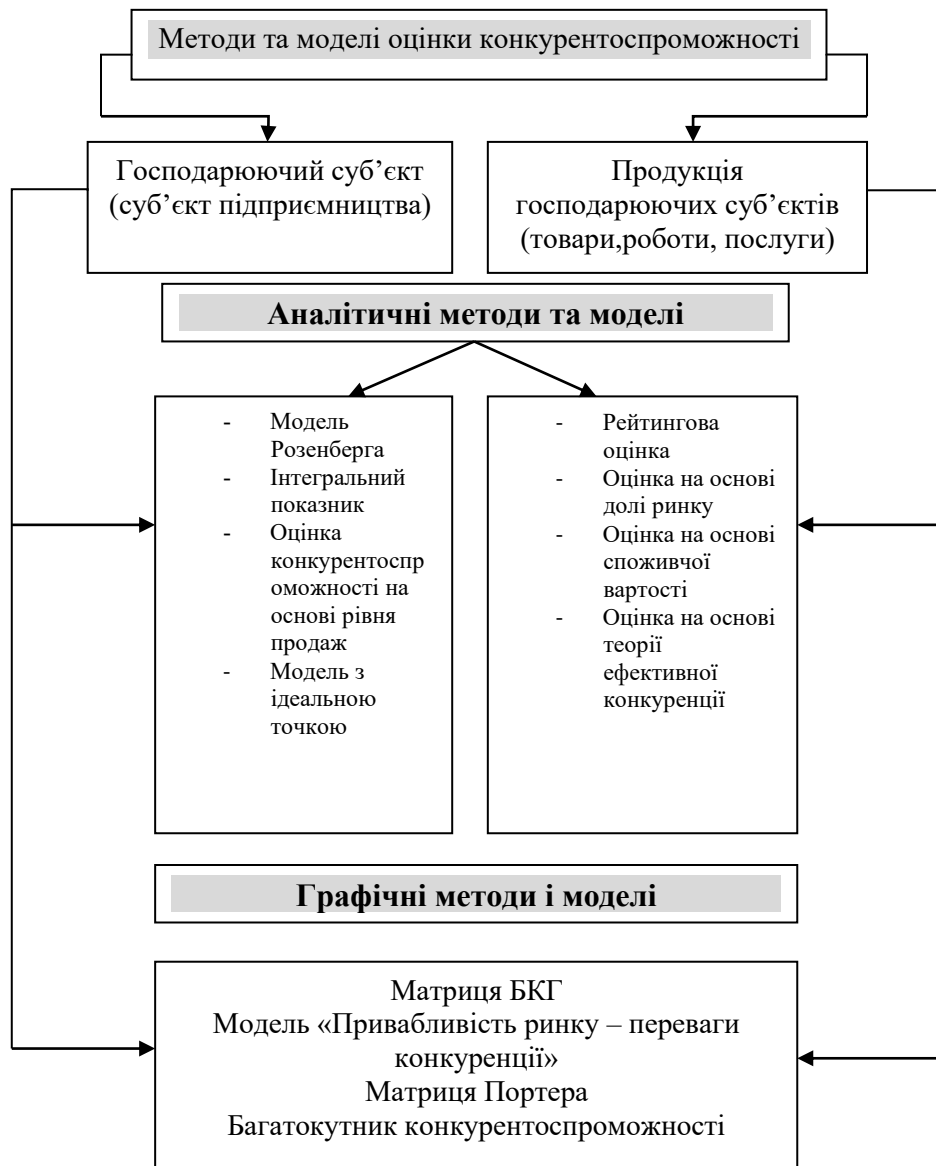


Рис. 1. Методи оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, які використовуються на практиці

повідності аналізованого суб'єкта і його продукту кращого досвіду.

Систематизація методів оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, дозволила умовно класифікувати їх за трьома основними групами: методи, що інтегрують конкурентоспроможність товару і конкурентний потенціал суб'єкта; методи, що оцінюють рівень конкурентоспроможності тільки господарюючого суб'єкта (окремо взятого господарюючого суб'єкта); методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності товарної продукції, при цьому не враховується конкурентоспроможність виробника.

Очевидно, що існує досить багато підходів до оцінки конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, але кожен них не тільки володіє

певними недоліками, але і не розкриває методичну специфіку проведення оцінки, набору використовуваних показників або критеріїв в оцінці, використовуваного економіко-аналітичного інструментарію. Більш того, необхідно відзначити, що жодна з розглянутих вище методик не дозволяє оцінювати конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємництва, оскільки не враховує специфіку ведення такої діяльності.

Якщо звернутися безпосередньо до досліджень, що розкриває сутність методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємництва, то можна відзначити, що в даному випадку методи оцінки конкурентоспроможності ґрунтуються також на використанні багатокритеріального підходу. Розрахунок комплексного показника,

який включає бально-рейтингову оцінку таких основних критеріїв включає: ринкову активність; матеріально-технічна сферу; організаційно-управлінську сферу; конкурентоспроможність продукції; інноваційно-інвестиційна сфера; фінансова сфера.

Можна відзначити, що будь-які бально-рейтингові методики засновані на використанні для оцінки експертної думки, що може бути причиною зниження її об'єктивності, тому в таких методиках необхідно використовувати додаткові аналітичні інструменти, що дозволяють оцінювати узгодженість думок експертів. Одним з таких інструментів є розрахунок коефіцієнта конкордації, що підвищує рівень складності проведення оціночних процедур.

Можна оцінювати конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємництва по підставі наявності результатів інтелектуальної діяльності і здатності комерціалізувати дані результати. На нашу думку, такий підхід не є в повній мірі вірним, оскільки не враховує значимість і затребуваність ринком результатів інтелектуальної діяльності.

Інноваційна культура персоналу являє собою ключовий фактор інноваційності самого господарюючого суб'єкта, який переходить на новий рівень розвитку за рахунок використання організаційних знань (інтелектуального капіталу) своїх співробітників.

Безумовно, інтелектуальний капітал являє собою значимий ресурс інноваційного розвитку суб'єктів підприємництва, в той же час, на нашу думку, інтелектуальний капітал – це один з факторів формування конкурентних переваг, який не завжди використовується в практиці управління функціонуванням і розвитком господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємництва.

В науковій літературі зустрічається думка, що конкурентоспроможність всіх без винятку суб'єктів господарювання утворена деяким безліччю факторів, серед яких найголовнішими є:

1) фактор цінової конкуренції, який полягає в зниженні ціни на продукцію з метою збільшення прибутку за рахунок подальшого зростання обсягів реалізації. Збільшення обсягів продажів обумовлене як залученням покупців, раніше користуються аналогічним товаром інших виробників, так і залученням покупців з ринкового сегмента з більш низьким доходом. Завданням цінової конкуренції є забезпечення зростання попиту необхідним рівнем фірмового пропозиції. Мета цінової конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті зниження цін відбулося збільшення прибутку;

2) фактор якісної конкуренції, який полягає в підвищенні попиту на продукцію суб'єкта

підприємництва, в тому числі інноваційного, шляхом пропозиції ринку товарів більш високої якості. В основу концепції покладено правило – більш висока якість є причиною підвищеної уваги споживачів до товару. Якість продукції розуміється як сукупність реалізованих в товарі споживчих властивостей (функцій), здатних задовольняти потреби покупців. Якісна конкуренція заснована або на створенні перевершує параметра споживчої функції, або на реалізації нового споживчого властивості, здатного задовольнити додаткову потребу. Поліпшення якості товару дозволяє підвищити ціну його реалізації в порівнянні з аналогічними, але менш якісними товарами на ринку. Мета якісної конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті поліпшення якості товару відбулося збільшення попиту і прибутку;

3) фактор збутової конкуренції, який полягає в управлінні збутом з метою підвищення прибутку. Носієм керуючого впливу при цьому виступає канал збуту. Концепція збутової конкуренції заснована на тому, що доступність товару для потенційних покупців підвищує попит на нього. Збільшення кількості каналів підвищує обсяг продажів і, відповідно, прибуток. Скорочення кількості посередників збільшує частку виробника в кінцевій ціні товару. Завданням збутової конкуренції є всебічний охоплення цільового ринку каналами збуту. Мета збутової конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті створення додаткового каналу збуту відбулося збільшення кількості продажів з подальшим зростанням прибутку;

4) фактор комунікаційної конкуренції, який полягає у впливі на споживача за допомогою комунікаційних маркетингових засобів з метою підвищення попиту на продукцію фірми. Мета комунікаційної конкуренції – збільшення прибутку – в даному випадку досягається за рахунок реалізації продукції за підвищеними цінами. Підвищення цін обумовлюється як підвищеним попитом на товар, так і необхідністю відшкодування витрат на використання комплексу маркетингових комунікацій. Підвищення попиту відбувається за рахунок розширення ринку збуту. Мета комунікаційної конкуренції вважається досягнутою, якщо в результаті використання маркетингових засобів відбулося збільшення прибутку.

Очевидно, що з одного боку такий підхід, є дещо застарілим в науковому плані, а з іншого боку, являє собою не методичні основи оцінки конкурентоспроможності, а методичні основи оцінки функцій управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємництва.

Існує також підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства, який передбачає аналіз попиту на створені суб'єктом нематеріальні активи, а також аналіз ліквідності таких активів. Зокрема, такого підходу дотримується, який вказує, що нематеріальні активи є ключовим ресурсом інноваційного розвитку сучасних організацій. Але варто зазначити, що це не зовсім вірне твердження, оскільки нематеріальний актив – це вже результат використання тих чи інших ресурсів. Тому, незважаючи на важливість володіння суб'єктом підприємства нематеріальними активами, їх наявність саме по собі не дозволяє оцінювати рівень конкурентоспроможності даного суб'єкта, в тому числі здійснює свою безпосередню діяльність в сфері інноваційного підприємства.

Очевидно, що всі вищеописані підходи сфокусовані на багатокритеріальній оцінці будь-якої однієї функціональної області, яка описує конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства. Тому далі представляється доцільним розробити авторський підхід до оцінки конкурентоспроможності суб'єктів інноваційного підприємства.

При цьому необхідно розуміти, що забезпечення конкурентоспроможності будь-яких господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства, має певну цільову спрямованість. І якщо раніше на меті досягнення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів полягала в забезпеченні виживання на ринку діяльності, то в даний час на меті забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, в тому числі суб'єктів інноваційного підприємства, полягає в забезпеченні збалансованого економічного зростання, що дозволяє даному суб'єкту постійно розвиватися.

Конкурентоспроможність інноваційного підприємства формується за рахунок успішного перетворення ресурсів в кінцевий продукт, з яким суб'єкт підприємства представлений на ринку. Отже, встановлено що, по-перше, показник конкурентоспроможності є міра або відображення ефективності діяльності функціонування і розвитку суб'єкта інноваційного підприємства. А, по-друге, власне показник конкурентоспроможності являє собою інтегральну оцінку, інкорпорує деякий безліч індикаторів, що характеризують здатність суб'єкта підприємства перетворювати ресурси в результати і максимізувати одержувані ефекти.

Висновки. Таким чином, варто зазначити, що конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства може розглядатися як здатність або сукупність їх здібностей, спрямованих на досягнення практично однієї мети – максимізації підприємницьких вигод – за рахунок комплексних дій, заснованих на організаційних знаннях і ключових компетенціях і спрямованих на вдосконалення і/або оптимізацію функціонування підсистем в системі управління функціонуванням і розвитком суб'єктів інноваційного підприємства. З огляду на те, що конкурентоспроможність суб'єктів інноваційного підприємства розглядається нами як багатокритеріальна категорія, яка формується під впливом безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів, а також середовищних детермінантів, відповідно, варто припустити, що найголовнішу роль у формуванні здібностей до конкурентної боротьби відіграють соціальні, технологічні та економічні аспекти. Дані аспекти, з одного боку, формують необхідні умови і продукують необхідні ресурси для розвитку інноваційної активності, а з іншого боку, сприяють накопиченню нових якостей, необхідних для успішної конкуренції на ринку діяльності.

Список використаних джерел:

1. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / за ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенка. Київ : Професіонал, 2011. 960 с.
2. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2008. 456 с.
3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.
4. Портер М.Э. Конкуренция : учеб. Пособ./ пер. с англ. Москва : Изд. Дом «Вильямс», 2001. 495 с.

References:

1. Volkova O.I., & Denisenko M.P. (2011). Economics and organization of innovation. Kyiv: Profecional [in Ukrainian].
2. Zablotsky B.F. (2008). Economics and organization of innovation. Lviv: Novyi Svit-2000 [in Ukrainian].
3. Yankov O.G. (2013). Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of increase. monohrafiya [a monograph]. Odesa: Atlant [in Ukrainian].
4. Porter M.E. (2001) Competition: textbook. Manual. Moskva: Ed. House "Williams".

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

Збірник наукових праць

Випуск 1(81)

Технічне редагування *А. А. Радченко*

Опубліковано в авторській редакції

Формат 60x84/8. Гарнітура ZurichCygillic BT.
Папір офсет. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 12,63. Ум. друк. арк. 15,35.
Підписано до друку 19.02.2021 р. Замов. № 0321/113. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1
Телефони: +38 (048) 709 38 69, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.