



Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК

Дніпровської
політехніки

Науковий журнал

№ 4 (76) • 2021

Виходить 4 рази на рік • Заснований у березні 2003 р.

Економічна теорія
Міжнародні економічні відносини
Підприємництво та економіка підприємства
Фінанси
Облік та оподаткування
Економіка природокористування
Менеджмент
Економіко-математичні методи прийняття управлінських рішень
Маркетинг
Публічне управління та адміністрування

Дніпро
2021

Головний редактор	Г. М. Пилипенко
Заступники головного редактора	О. Г. Вагонова, О. І. Амоша
Голова редакційної ради	В. Я. Швець
РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ (УКРАЇНА):	А. В. Бардась, І. П. Булєєв, А.Г. Герасименко, О.В. Єрмошкіна Ю. С. Залознова, М. І. Іванова, С. І. Кострицька, Є. В. Кочура, Н. І. Литвиненко, М. С. Пашкевич, Ю. І. Пилипенко, В. І. Прокопенко, Е. В. Прушківська, О. В. Трифонова, В. М. Шаповал.
ЗАКОРДОННІ ЧЛЕНИ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ:	В. Тарас (Університет Північної Кароліни, м. Грінсборо, США), М. Шефер (Науково-освітня асоціація «SEPIKE», м. Мюнхен, Німеччина), Ш. Фоліч (Вища банківська школа, м. Вроцлав, Польща) Г. Кошебаєва (Карагандинський державний технічний університет, Казахстан).
Журнал включено до Переліку фахових видань України групи Б, в яких можуть друкуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата економічних наук Наказ МОН України від 28.12.2019 №1643.	
Журнал індексується в: Google Scholar, Index Copernicus, ResearchBib3 2013року.	
Провідний редактор	Н. А. Черченко
Літературний редактор	М. Л. Ісакова
Комп'ютерна верстка	О. В. Казимиренко
Журнал підписано до друку за рекомендацією вченої ради Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (протокол № 16 від 08.12.2021 р.) Наклад 300 прим. Зам. № Підписано до друку 12.12.2021 р. формат 60*90/8 Ум. друк. арк. 15. Папір офсетний	
Журнал зареєстровано	у Державному комітеті інформаційної політики, телебачення і радіомовлення України. Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ №7070 від 18.03.2003 р.
Засновник та видавець	Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет»), м. Дніпро. Інститут економіки промисловості Національної академії наук України, м. Київ. Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК№ 1842 від 11.06.2004 р.
Адреса видавця та редакції	49027, м. Дніпро, пр. Дмитра Яворницького, 19, корп. 1 Тел.: +380 (56) 47-15-66, +380 (97) 115-75-45 e-mail: PilipenkoA@nmu.org.ua , web: ev.nmu.org.ua
Виготовлення	Видавництво «Свідлер А.Л.» 49041, м. Дніпро, а/с 2493 Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи: серія ДК № 3876 від 10.09.2010 р.



Dnipro University of Technology

ECONOMICS BULLETIN

of Dnipro University
of Technology

Scholarly Journal

№ 4 (76) • 2021

Quarterly statement • Founded in March 2003

Economic theory
International economic relations
Entrepreneurship and economics of enterprise
Finances
Accounting and audit
Environmental management
Management
Econometrics in management decision-making
Marketing
Public management and administration

Dnipro
2021

Chief Editor	H. M. Pylypenko
Deputy Chief Editors	O. G. Vagonova, O. I. Amosha
Head of editorial board	V. Ya. Shvets
EDITORIAL BOARD (UKRAINE)	A. V. Bardas, I. P. Bulieiev, A. H. Gerasymenko, O. V. Iermoshkina Yu. S. Zaloznova, M. I. Ivanova, S. I. Kostytska, Ye. V. Kochura, N. I. Lytvynenko, M. S. Pashkevych, Yu. I. Pylypenko, V. I. Prokopenko, E. V. Prashkivska, O.V. Tryfonova, V. M. Shapoval
FOREIGN MEMBERS OF EDITORIAL BOARD	V. Taras (University of Northern Carolina, Greensboro, USA) M. Shefer (Scientific and educational association «SEPIKE», Magdeburg, Germany) S. Forlich (Wroclaw School of Banking, Wroclaw, Poland) G. Koshebayeva, Dr. Sc. (Econ.), (Professor, Management DepartmentKaraganda State Technical University, Kazakhstan)
The Bulletin is included in the group B of the List of scientific professional editions of Ukraine which are entitled to publish the results of dissertations for obtaining the academic degrees of Doctor and Candidate of Sciences (Econ). Order of Ministry of Education and Science of Ukraine №1643 of December 28, 2019 The journal is indexed in: Google Scholar, Index Copernicus, ResearchBib since 2013.	
Senior editor	N. A. Cherchenko
Language editor	M. L. Isakova
Technical editor	O. V. Kazymyrenko
Passed for printing under recommendation of Academic Council of Dnipro University of Technology (transaction № 16 dated 08.12.2021) Number of copies printed 300. Order No. . Passed forprinting 12.12.2021 Sheet size 60*90/8 Presswork 15. Offset paper.	
Journal was registered	at the State Committee for Informational Policy, Television and Radiobroadcasting of Ukraine on 18th March 2003. Certificate of state registration: KB # 7070.
Founder and editor	Dnipro University of Technology (State highereducational institution «National Mining University»), Dnipro, Certificate of Publisher ДК№1842 dated 11.06.2004 Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv
Address of editor and editorial office	19, Dmytra Yavornytskoho Ave., building 1, Dnipro, 49027 Tel.: +380(56)47-15-66, +380(97) 115-75-45 e-mail: PylypenkoA@nmu.org.ua , web: ev.nmu.org.ua
Production	Publisher « Svidler A.L.», Dnipro, a / b 2493, 49041 Certificate of registration in the State Register of publishing: Series ДК№ 3876 dated 10.09.2010

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Федорова Н. Є. Постіндустріалізм та його сутнісна характеристика.....	9
Прушківська Е. В., Дворнік М. О. Проблеми молодіжної зайнятості та безробіття: глобальний та національний аспект.....	18
Федунь Ю. Б., Голубка Д. С. Особливості регулювання національного розвитку франчайзингу.....	26
Пашкевич М. С. Проблеми управління соціально-економічним і екологічним розвитком регіонів та ризики виникнення територіальних депресій	32
Пилипенко Ю. І., Дубей Ю. В. Макроекономічні індикатори рівня техніко-технологічного розвитку	41

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Parkhomenko N. O. Diagnosis of influence of global indicators on development of business systems.....	48
Кулявець В. Г. Інвестиційна привабливість Вінницького регіону з точки зору міжнародних інвесторів.....	58
Krylova O. V., Zamkovyi O. I. Integration of Ukraine into the world financial space under contemporary conditions of development of the global financial services market....	66
Корнійко Я. Р. Митне оформлення товару в режимі експорту: теоретичні аспекти...	79
Савченко М. В., Хаджинов І. В., Завидовська А. О. Експортний потенціал України та його реалізація у торговельно-економічних відносинах з країнами ЄС....	89

МЕНЕДЖМЕНТ

Бардась А. В., Богач К. С., Дудник А. В., Казимиренко О. В. Еволюція вербальних інструментів управлінської комунікації в контексті концепції диглосії...	99
Швець В. Я., Дубей Ю. В. Управління інноваційним потенціалом промислових підприємств України.....	106

ФІНАНСИ

Козенкова В. Д., Козенкова Н. П. Моделювання профілю еластичності нематеріальних активів як інструмент фінансового бенчмаркінгу.....	114
---	------------

М'ячин В. Г., Стовпник О. В., Карпенко В. А., Мирошниченко О. В. Алгоритм побудови інтегрального показника фінансової безпеки підприємства за нечіткою логічним підходом.....	126
Єрмошкіна О. В., Мусаєва Н. М. Платіжна система як базовий елемент цифрової економіки: інституціонально-поведінкові аспекти.....	135
Shtefan N. M. Bank's credit and investment portfolio structure optimization.....	145

МАРКЕТИНГ

Касян С. Я., Зуб О. О. Маркетингове ціноутворення на товари мережі магазинів Цитрус на українському ринку високотехнологічної електроніки.....	157
Підлісна О. А., Виборнов А. О. Аналіз тенденцій застосування реклами у соціальних мережах.....	166
Савченко М. Є. Теоретико-методичні основи управління брендами регіонів.....	175

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Залізняк В. П., Сафонік Н. П., Кая А. С. Сучасні тенденції інноваційної діяльності підприємств України у міжнародному економічному просторі.....	183
Tymoshenko L. V., Litvinov Yu. I. Status and prospects of small business development in the field of construction	190
Вагонова О. Г., Бєклєшов Д. О., Терехов Є. В. Методичне обґрунтування напрямів підвищення кваліфікації персоналу підприємства.....	200

CONTENTS

ECONOMIC THEORY

Fedorova N. E. Post-industrialism and its essential characteristics.....	9
Prushkivska E. V., Dvornik M. O. Problems of youth employment and unemployment: global and national aspects.....	18
Fedun Yu. B., Golubka D. S. Features of regulation of national development.....	26
Pashkevych M. S. Issues of managing social, economic and environmental development of regions and risks of spatial depressions.....	32
Pylypenko Yu. I., Dubiei Yu. V. Macroeconomic indicators of the level of technical and technological development	41

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Parkhomenko N. O. Diagnosis of influence of global indicators on development of business systems.....	48
Kulyavets V. H. Investment attractiveness of Vinnytsia region from the point of view of international investors.....	58
Krylova O. V., Zamkovyi O. I. Integration of Ukraine into the world financial space under contemporary conditions of development of the global financial services market.....	66
Korniiko Ya. R. Customs clearance of goods in export mode: theoretical aspects.....	79
Savchenko M. V., Khadzhynov I. V., Zavydovska A. O. Ukraine's export potential and its implementation in trade and economic relations with EU countries.....	89

MANAGEMENT

Bardas A. V., Bogach K. S., Dudnyk A. V., Kazymyrenko O. V. Evolution of verbal instruments of management communication in the context of the concept of diglossia.....	99
Shvets V. Ya., Dubiei Yu. V. Management of innovative potential of Ukrainian industrial enterprises.....	106

FINANCES

Kozenkova V. D., Kozenkova N. P. Modeling the intangible assets' elasticity profile as a tool of financial benchmarking.....	114
--	-----

Myachin V. H., Stovpnyk O. V., Karpenko V. A., Miroshnichenko O. V. Algorithm for constructing an integral indicator of financial security of an enterprise using a fuzzy-logical approach.....	126
Yermoshkina O. V., N. M. Musaeva N. M. Payment system as a basic element of the digital economy: institutional-behavioral aspects.....	135
Shtefan N. M. Bank's credit and investment portfolio structure optimization.....	145

MARKETING

Kasian S. Ya., Zub O. O. Marketing pricing for products of the Citrus store chain in the Ukrainian high-tech electronics market.....	157
Pidlisna O. A., Vybornov A. O. Analysis of trends in the use of advertising in social networks.....	166
Savchenko M. E. Theoretical and methodological fundamentals of brand management of regions.....	175

ENTREPRENEURSHIP AND ECONOMICS OF ENTERPRISE

Zalizniuk V. P., Safonik N. P., Kaya A. S. Modern trends of innovative activity of enterprises of Ukraine in the international economic space.....	183
Tymoshenko L. V., Litvinov Yu. I. Status and prospects of small business development in the field of construction.....	190
Vagonova O. H., Bekleshow D. O., Terekhov E. V. Methodological justification of the directions of improvement of qualification of the personnel of the enterprise.....	200

ПОСТІНДУСТРІАЛІЗМ ТА ЙОГО СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Н. Є. Федорова, к. е. н., доцент, sandetskaya777@ukr.net, orcid.org/0000-0003-1693-6260, ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: абстракції – при визначенні сутності категорії «постіндустріалізм»; логічного й історичного – при дослідженні процесу еволюції теоретичних концепцій постіндустріалізму; метод класифікацій – при зведенні всіх наявних визначень цієї категорії в групи; загального й особливого – при встановленні єдності існуючих визначень постіндустріалізму.

Результати. Встановлено, що на тлі великої кількості визначень постіндустріалізму в науковій літературі відсутнє його усталене розуміння. Так, постіндустріалізм трактується вченими як певний тип суспільства, новий його порядок або лад, певна фаза його розвитку, його стан, уклад або устрій, зміна або еволюція, а також існує трактування вказаної категорії як певної теорії, ідеї, процесу тощо. Доведено, що трактувати постіндустріалізм варто в категоріях нової фази соціально-економічного розвитку суспільства, що полягає в розбудові якісно відмінного від індустріалізму суспільного ладу, чи нової соціальної організації, яка сформувалася під впливом четвертої інформаційної революції. З'ясовано, що дефініція постіндустріалізму може синтезувати такі його сутнісні компоненти, як «стадія, фаза розвитку» та «новий порядок, нова організація суспільства». Зазначено необхідність реалізації трьохкомпонентного підходу до визначення цієї категорії.

Новизна. Надана сутнісна характеристика постіндустріалізму в якості нової фази суспільного розвитку, що реалізується як соціально-економічна організація суспільства, де під впливом прогресу науки, знань та інформації домінує третинний сектор виробництва, або сфера послуг, внаслідок чого основною цінністю суспільства стає людський капітал (на відміну від земельного або виробничо-фінансового) та продукovanі ним знання, інформація та духовність.

Практична значущість. Належне категоріальне оформлення поняття постіндустріалізму, тобто визначення його сутності, характеристик та форм прояву, відкриває перспективи більш глибокого розуміння його особливостей як середовища, де реалізується весь комплекс соціально-економічних відносин суспільства на сучасному етапі його розвитку.

Ключові слова: індустріалізм, постіндустріалізм, постіндустріальне суспільство, постіндустріальна економіка, соціально-економічний розвиток суспільства.

Постановка проблеми. Сучасна епоха – це час радикальних соціально-економічних трансформацій. З кінця ХХ століття вчені намагаються описати та пояснити ті якісні зміни, що відбуваються в різних сферах світового розвитку – економічній, політичній, соціальній, соціокультурній тощо. Індустріалізм як капіталістична система машинного виробництва, заснована на максимальному поділі праці та націлена на обмін, тран-

сформується в якісно нову соціально-економічну систему, яка, окрім багатьох інших, отримала назву постіндустріалізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія постіндустріалізму розповсюджується у другій половині ХХ ст. завдяки працям цілої плеяди вчених, перш за все таких зарубіжних дослідників, як Д. Белл [1], А. Тоффлер [2], П. Дракер [3], Д. Пісман [4], А. Турен [5], Е. Фелпс [6], Г. Тарп [7] та інші.

Українські дослідники також не оминають цієї теми, а саме В. Геєць [8], А. Філіпенко [9], А. Чухно [10] та інші вчені, які, в основному, досліджують проблеми трансформації суспільства в країнах пострадянського простору. Серед російських вчених це питання розглядає В. Іноземцев [11], Ю. Яковець [12] та інші. Зокрема, широку популярність здобули роботи російського вченого В.Л. Іноземцева, на думку якого «теорія постіндустріального суспільства» стала фактично єдиною соціологічною концепцією ХХ ст., повною мірою підтвердженою історичною практикою» [11, с.4]. Водночас, незважаючи на популярність в науковій літературі терміну «постіндустріалізм», він досі не набув усталеного визначення.

Формулювання мети статті. Метою статті виступає категоріальне оформлення поняття «постіндустріалізм».

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «постіндустріалізм» уперше було введено в науковий обіг індійським вченим, дослідником проблем доіндустріального розвитку азійських країн А. Кумарасвами, який в 1914 р. виніс це поняття у назву своєї праці «Нариси постіндустріалізму: симпозіум пророцтв щодо майбутнього суспільства». Під постіндустріалізмом вчений розуміє такий стан суспільства, або «перманентну революцію», коли громади кваліфікованих ремісників, спираючись на свої «інтелектуальні та творчі сили», витісняють індустріальний капіталізм зсередини [13]. У 1917 р. теоретик англійського ліберального соціалізму А. Пенті позначив цим терміном ідеальне суспільство, де принципи автономного виробництва відроджуються заради подолання конфліктів індустріальної системи. В наступній його праці під назвою «Постіндустріалізм» (1922) вчений надав і його перше визначення: «постіндустріалізм – це стан суспільства, яке постане після розвалу індустріалізму», оскільки «індустріалізм приречений» [14]. Отже, і А. Курамасвами, і А. Пенті під постіндустріалізмом розуміли певний ідеальний стан суспільства, що прийде на зміну індустріальному, та в якому будуть вирішені основні протиріччя індустріального соціально-економічного устрою.

В подальшому термін «постіндустріалізм» в працях вчених починає розглядатися

в основному в термінах постіндустріального суспільства, характеризуючи вже не певний його стан, а здебільшого ототожнюючись з цим поняттям. Так, американський соціолог Д. Рісмен в праці «Відпочинок і праця у постіндустріальному суспільстві», розглядає останнє як «суспільство дозвілля (leisure society)», як теоретичну конструкцію, альтернативну індустріальному способу виробництва, де «вперше у історії величезні маси людей зіштовхнулися б із проблемою використання вільного часу, а не виконання важкої та нудної роботи та ті соціологічні проблеми, які б виникнули у зв'язку з цим» [4, с.363].

Таке ототожнення постіндустріалізму з постіндустріальним суспільством закріпив відомий американський вчений Д. Белл, який у 1965 р. очолив футурологічну комісію США. Прогнози до 2000 р., сформульовані нею, було опубліковано в журналі «Дедалус» і в спеціальній збірці «Назустріч 2000 року. Робота триває» (1968), де концепція постіндустріального суспільства була репрезентована як базисна для визначення перспектив подальшого розвитку. У 1959 р. Д. Белл, виступаючи на міжнародному соціологічному семінарі в Зальцбурзі (Австрія), уперше використав поняття постіндустріального суспільства для позначення соціуму, у якому індустріальний сектор втрачає провідну роль внаслідок зростаючої технологізації, основною продуктивною силою стає наука, а джерела розвитку зосереджуються в основному в університетах і науково-дослідних установах, а не в колишніх індустріальних корпораціях [15, с. 22–35].

Водночас у 1973 р. виходить книга Д. Белла «Прийдешнє постіндустріальне суспільство», в якій вчений розглядає постіндустріалізм вже як концепцію, «точку зору» на суспільну систему та джерела її розвитку, ідеальну аналітичну конструкцію, парадигму, соціальну схему, що виявляє нові «вісі» соціальної організації та стратифікації в розвитку західного суспільства, а також як історичний тип суспільства, в економіці якого пріоритет перейшов від виробництва товарів до виробництва послуг, проведення досліджень, організації системи освіти і підвищення якості життя; в якому клас технічних

фахівців став основною професійною групою і, що найважливіше, в якому впровадження інновацій ... усе більшою мірою залежить від досягнень теоретичного знання» [1, с.56]. Тобто в працях Д. Белла, який вважається засновником постіндустріалізму, не спостерігається однозначного його трактування.

Український дослідник А. Чухно, також ототожнюючи постіндустріалізм з постіндустріальним типом суспільства, характеризує останнє як суспільство, яке існує після індустріального та визначається як нова, вища, стадія цивілізаційного прогресу. Він зазначає, що індустріальна та постіндустріальна економіка відрізняються докорінно, характеризуються протилежними ознаками: матеріальне – нематеріальне виробництво; земля, капітал і праця – інформація і знання; праця, що базується на матеріальному інтересі – творча праця як внутрішня потреба; ринкова економіка – руйнація її [10].

В подальшому концепт постіндустріалізму ще більше розширюється та набуває значення як «процес найвищої еволюції капіталізму» (Г. Тарг, 1976), «глобальний контекст соціально-економічних змін» (П. Дракер, 1995), «новий порядок політичної системи» (Г. Віленський, 2003), «концепція, поняття, що приходить на зміну індустріальному способу виробництва та відповідним нормам життя й розвитку» (В. Іноземцев, 2000) тощо.

Отже, у визначенні поняття «постіндустріалізм» вчені досі не досягли одностайності. Водночас, належне категоріальне оформлення зазначеного поняття, тобто визначення його сутності, характеристик та форм прояву, ознак, а також результатів, необхідно для глибокого розуміння його особливостей як середовища, де реалізуються соціально-економічні відносини на сучасному етапі розвитку суспільства.

Таким чином, з метою належного категоріального оформлення поняття «постіндустріалізм» вважаємо за доцільне застосувати метод класифікацій та звести всі наявні визначення цієї категорії в групи за їх конституціональною ознакою. Це, з нашого погляду, дозволить викристалізувати сутнісні компоненти кожного визначення та порівняти їх між собою, що допоможе сформувати

основу методологічного підходу до конструювання інтегрального визначення постіндустріалізму.

На основі проведеного аналізу існуючих визначень постіндустріалізму формуємо таблицю альтернативних сутнісних компонентів вказаної категорії (табл. 1). Аналіз показав, що серед основних підходів до визначення сутності постіндустріалізму домінують ті, що розглядають останній як певний тип суспільства або нації, а також як певну стадію, фазу, еру його розвитку. Також серед визначень постіндустріалізму зустрічається ототожнення його з суспільною системою, укладом, соціальним устроєм; певним станом суспільства; зі зміною або еволюцією суспільства; новим порядком, ладом суспільної системи тощо.

Отже, пошук інтегральної основи для отримання уніфікованого визначення постіндустріалізму повинен відбуватись у площині з'ясування співвідношень між поняттями типу суспільства, нового його порядку чи ладу, певної фази його розвитку, його стану, укладу або устрою, зміни або еволюції, а також врахувати можливість трактувати вказану категорію як певну теорію, ідею, процес тощо.

Трактування постіндустріалізму як певної концепції, «узагальненої теорії, або системи знань про розвиток людської цивілізації, яка визначає методологічні принципи й суттєві риси вищої стадії цивілізаційного прогресу – постіндустріального суспільства, що слідує за індустріальним суспільством» [16], з нашого погляду, має повне право на існування, водночас в межах наявного дослідження воно не може бути використане, оскільки нам важливо проаналізувати особливості соціально-економічних відносин на новому етапі розвитку суспільства, тобто розглянути постіндустріалізм як певні умови для функціонування суспільної системи, а не теорію, що описує ці умови.

Підхід, який передбачає трактування постіндустріалізму як певного стану суспільства, який настане після індустріалізму, незважаючи на його хронологічну первинність, з нашого погляду, також має певні недоліки. Головним чином до них можна віднести статичність, адже розглядати постіндустріалізм як певний стан системи можна лише в якості

Таблиця 1

Альтернативні сутнісні компоненти категорії «постіндустріалізм»

Тип суспільства, тип нації	Стан суспільства	Стадія, фаза, ера розвитку суспільства	Суспільна система, уклад, соціальний устрій	Зміна, еволюція	Новий порядок, лад	Інше
1	2	3	4	5	6	7
Історичний тип суспільства, в економіці якого пріоритет перейшов від виробництва товарів до виробництва послуг, проведення досліджень, організація системи освіти і підвищення якості життя, в якому клас технічних фахівців став основною професійною групою і, що найважливіше, в якому впровадження інновацій лежить від досягнень теоретичного знання (Д. Белл) [1, с.15].	Стан суспільства, або «перманентна революція», коли громади кваліфікованих ремісників, спираючись на свої «інтелектуальні та творчі сили», витісняють індустріальний капіталізм зсередини (А. Кумарасвами) [13, с.198].	Стадія розвитку суспільства, коли сектор послуг створює більше багатства, ніж виробничий сектор економіки (А. Турен) [5, с.15].	Концепція, «точка зору» на суспільну систему та джерела її розвитку, ідеальна аналітична конструкція, парадигма, соціальна схема, що виявляє нові «вісі» соціальної організації та стратифікації в розвитку західного суспільства. (Д. Белл) [1, с.56].	Радикальна зміна на прямую, цілковите перетворення, принаймні не менш революційне, ніж те, яке принесли із собою індустріальна цивілізація 300 років тому (А. Тоффлер) [2, с. 310, 386].	Новий порядок, за якого в політичній системі домінують інтелектуали, вчені, менеджери та експерти, які володіють теоретичними знаннями, а службові професії («третинні сектор») домінують у сфері зайнятості та виробництва, а «постматеріалістичні» цінності домінують у культурі (Г. Віленський) [17, с.5].	«Суспільство дозвілля», коли вперше у історії величезні маси людей зіштовхнулися б із проблемою використання вільного часу, а не виконання важкої та нудної роботи (Д. Рісман) [4, с.363].
Тип національного господарства, сучасне господарство, що характеризується активною інноваційною діяльністю, хвилями бурхливого зростання, великими коливаннями ділової активності, дисбалансами, інтенсивною взаємодією та інтелектуальним розвитком працівників (Е. Фелпс) [6].	Стан суспільства, яке постане після розвалу індустріалізму. Це ідеальне суспільство, де принципи автономного виробництва відроджуються заради подолання конфліктів індустріальної системи (А. Пенті) [18].	Фаза історичного поступу, що пов'язана з подальшою орієнтацією людства на прогрес виробництва, науки і техніки, революцію продуктивних сил, з новими культурними та гуманістичними оновленнями та парадигмою екологічної революції [19].	Суспільство, в економіці якого переважає інноваційний сектор економіки з високопродуктивною промисловістю, індустрією знань, з високою часткою у ВВП високоактивних та інноваційних послуг, з конкуренцією у всіх видах економічної та іншої діяльності (Л. Мусаелян) [24].	Процес найвищої еволюції капіталізму, коли система виробляє послуги на відміну від практичних товарів і виначається приватно, а не соціально (Г. Тарг) [7].	Новий суспільний лад, незалежно від того, чи називається він розвинутим капіталізмом, пізнім або високим модернізмом, постіндустріалізмом чи постмодернізмом [21].	Процес, пов'язаний не лише з підвищенням ролі нематеріальних цінностей, а й пропонує «вищі» оцінки нематеріальних активів (Е. Стівенс) [22].

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7
Тип нації , де найбільшій сегмент робочої сили зайнятий в сервісному секторі (А. Вебер) [23, с.2].		Нова, вища, стадія цивілізаційного прогресу (А. Чухно) [10, с.18].	Термін, що разом з терміном «індустріалізм» позначає в різних контекстах як цивілізаційні ознаки цієї епохи, так і уклад , що панує в країнах, які пройшли індустріалізацію, а також тип суспільства та побуту людей, різні варіанти ідей, що легітимізують індустріальне суспільство (В. Якунін) [20, с.36].	Глобальний контекст соціально-економічних змін , що відбуваються у світі внаслідок тенденції до домінування інформаційної складової у всіх сферах виробництва, з позицій вивчення теорії управління (П. Дракер) [3, с.66].	Нове суспільство , яке стає постіндустріальним технологічним суспільством, в якому руйнуються традиційні зв'язки в родині й між поколіннями, громадське життя фрагментується, незважаючи на зростаючі тенденції до глобальної інтеграції (З. Бжезінський) [25, с.15].	Ідея , що є цінною для того, щоб спрямувати нашу відмову від невідомого, прихованого і різко прискореного «зростання» індустріалізму (К. Кумар) [26, с. 44].
Тип суспільства , де знання є силою, а технології є інструментом (Г. Тарр) [7].		Історична ера як ера загального достатку, широких контрастів і взаєморозуміння між народами (С. Лебедько) [27].	Концепція, поняття про трисекторну модель суспільного виробництва , уявлення про можливість формування «єдиного індустріального суспільства» (В. Іноземцев) [11].	Концепція, що використовувався для характеристики змін у конфігурації капіталізму та класів (Е. Стівенс) [22].	Система ідей, принципів нового соціального устрою що приходить на зміну індустріальному способу виробництва та відповідним нормам життя й розвитку (А. Лазаревич) [28].	Поняття, що акцентує увагу на тій основній якості , що долається в суспільстві, що формується, а саме - на індустріальній природі колишнього способу виробництва. (В. Іноземцев) [11].

ідеальної конструкції. При цьому такий стан не передбачає розвитку, що неможливо в реальних умовах функціонування соціально-економічної системи. До того ж постіндустріалізм як певний стан системи ще не набув на практиці своєї зрілої форми, тому його основні характеристики прослідкувати наразі неможливо. Ми можемо або передбачати їх за допомогою побудови футуристичних концепцій, або користуватися тими знаннями, що дає сучасна практика постіндустріалізму, який тільки зароджується.

Ті ж самі недоліки, на нашу думку, має підхід, що передбачає ототожнення постіндустріалізму з постіндустріальним типом суспільства, або з постіндустріальним суспільством як таким. Адже така теоретична конструкція має високий рівень абстракції та не передбачає застосування динамічного підходу до її дослідження.

В протилежність попередньому підходу, розглядати постіндустріалізм як процес зміни або еволюції соціально-економічної системи, з нашого погляду, також недоцільно, адже сам процес змін є незупинним явищем динаміки й не передбачає існування якихось усталених форм господарювання, що їх можна взяти за основу теоретичного аналізу. Тобто, згідно з цим підходом, будь-яку якісну зміну в індустріальній системі можна трактувати як постіндустріалізм.

З нашого погляду, при визначенні постіндустріалізму слід відштовхуватись від уявлення про соціально-економічний розвиток як процес переходу від одного суспільного ладу до іншого під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Тому найбільш точним із наявних визначень постіндустріалізму, на нашу думку, є трактування А. Чухна, який визначає його як «нову, вищу стадію цивілізаційного прогресу» та зазначає, що «індустріальна та постіндустріальна економіка відрізняються докорінно, характеризуються протилежними ознаками: матеріальне – нематеріальне виробництво; земля, капітал і праця – інформація і знання; праця, що базується на матеріальному інтересі – творча праця як внутрішня потреба; ринкова економіка – руйнація її» [10, с. 31]. Водночас вказане визначення по-перше, не надає змісту та наслідків постіндустріалізму, а характеризує лише

його сутність. По-друге, в ньому розглядається здебільшого економічний аспект постіндустріалізму, тоді як доцільніше, з нашого погляду, користуватися системним підходом та враховувати весь комплекс соціально-економічних відносин суспільства.

Оскільки постіндустріалізм – це те, що йде за індустріалізмом, тобто наслідок його, при цьому відрізняючись від нього, логічним було б перш за все звернутися до визначення самого індустріалізму. Так, під індустріалізмом розуміють економічну організацію суспільства, побудовану переважно на механізованих промисловості, а не на сільському господарстві, ремісництві чи торгівлі [29].

Отже, індустріалізм, з нашого погляду, слід трактувати як певну соціально-економічну організацію суспільства, що відрізняється від інших домінуванням промисловості, або індустрії, чому він і зобов'язаний своєю назвою, адже, незважаючи на складність такої соціально-економічної конструкції, вказана ознака є її базовою характеристикою. Відштовхуючись від цього та використовуючи гіпотезу трьох секторів економіки, що була розроблена К. Кларком і Ж. Фурастьє, постіндустріалізм можна розглядати як систему, або суспільну її організацію, в якій домінує не промисловість (вторинний сектор виробництва), як в епоху індустріалізму, і не сільське господарство (первинний сектор), як в епоху доіндустріалізму, а його третинний сектор, тобто сфера послуг.

Базуючись на вищезазначеній гіпотезі та керуючись динамічним підходом до аналізу сутності соціально-економічних явищ, доходимо висновку, що трактувати постіндустріалізм варто в категоріях нової фази соціально-економічного розвитку суспільства, що полягає в розбудові якісно відмінного від індустріалізму суспільного ладу, чи нової соціальної організації, яка сформувалася під впливом четвертої інформаційної революції (70-ті роки XX ст.), що зумовлена винаходом мікропроцесорної технології і персонального комп'ютера. Вона спричинила якісний стрибок в системі нагромадження, обробки та передачі інформації та знань внаслідок прогресу ІКТ, оскільки створила технологічну основу для подолання будь-яких відстаней при передачі інформації, що сприяло об'єд-

нанню інтелектуальних здібностей і духовних сил всього людства. Це, своєю чергою, прискорило науково-технологічний розвиток суспільства та сприяло новій, четвертій, промисловій революції, що проявилася як «розвиток і злиття автоматизованого виробництва, обміну даних і виробничих технологій в єдину саморегульовану систему з якнайменшим або взагалі відсутнім втручанням людини у виробничий процес» [30]. Завдяки вказаним процесам відбувається докорінна зміна секторальної структури суспільства, що проявилася в домінуванні в сучасних умовах третинного й навіть четвертинного (інформаційного) секторів економіки як з точки зору структури зайнятого населення, так і з точки зору вартості виробленого ВВП.

Отже, з нашого погляду, визначення постіндустріалізму може синтезувати такі розглянуті нами вище його сутнісні компоненти, як «стадія, фаза розвитку» та «новий порядок, нова організація суспільства», а також ввібрати в себе концепцію динаміки суспільної системи та реалізувати трьохкомпонентний підхід при своїй побудові.

Так, постіндустріалізм, з нашого погляду, – це *якісно нова фаза суспільного розвитку, що реалізується як соціально-економічна організація суспільства, в якій під впливом прогресу науки, знань та інформації домінує третинний сектор виробництва, або сфера послуг, внаслідок чого основною цінністю суспільства стає людський капітал (на відміну від земельного або виробничо-фінансового) та продуковані ним знання, інформація та духовність*.

Зазначене визначення, на відміну від існуючих, по-перше, дозволяє розглядати постіндустріалізм як особливу стадію, або фазу, суспільного розвитку, що дає можливість викристалізувати загальні й особливі прояви соціально-економічних відносин на цьому етапі в процесі їх динаміки. По-друге, вказане визначення містить не тільки сутність вказаного явища та характеризує його зміст, а й визначає його наслідки для соціально-економічної системи в цілому, що розкриває можливості до аналізу його позитивних та негативних впливів.

Висновки. Належне категоріальне оформлення поняття постіндустріалізму,

тобто визначення його сутності, характеристик та форм прояву, відкриває перспективи більш глибокого розуміння його особливостей як середовища, де реалізується весь комплекс соціально-економічних відносин суспільства на сучасному етапі його розвитку.

Література

1. Bell, D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. – New York : BasicBooks, 1973. – 43 p.
2. Тоффлер А. Третья волна / А. Тоффлер. – М. : АСТ, 2004. – 784 с.
3. Drucker, P. F. Post-Capitalist Society. – NY, 1995. – 192 p. – URL : <http://pinguet.free.fr/drucker93.pdf>.
4. Riesman, D. Leisure and Work in Post-Industrial Society / ed. by E. Larrabee, R. Meyersohn. – Glencoe, Ill.: Free Press, 1958. – P. 363–385.
5. Touraine, A. La societe postindustrielle. – Paris: Denoel, 1969. – 319 p.
6. Phelps, E. S. Macroeconomics for a Modern Economy: Prize Lecture. – URL : https://www.nobelprize.org/uploads/2018/06/phelps_lecture.pdf
7. Targ, H. R. Global Dominance and Dependence, Post-Industrialism, and International Relations Theory: A Review // International Studies Quarterly, 1976. – Vol. 20 (3). – P. 461–482.
8. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка : феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць. – К. : НАН України ; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2009. – 864 с.
9. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність. / А. С. Філіпенко. – К. : Знання, 2007. – 670 с.
10. Чухно А. А. Твори: у 3 т. / НАН України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Наук.-дослід. фін. ін-т при Мінфіні України. – К., 2006. – Т. 2: Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 592 с.
11. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: учеб. пособие для студентов вузов. / В. Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2000. – 304 с. – URL : <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000946/st003.shtml/>.
12. Яковец Ю. В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций / Ю. В. Яковец. – 2-е изд. – М. : Экономика, 2003. – 441 с.
13. Coomaraswamy, A. Essays in Post-Industrialism: A Symposium of Prophecy Concerning the future of Society / ed. by Ananda Coomaraswamy. London: T.N. Foulis, 1914. – 334 p.
14. Penty, A. Post-Industrialism. – L.: G. Allen and Unwin, 1922. – 146 p.
15. Bell, D. Toward the Year 2000. Work in Progress. – Boston, 1968. – p. 22–35.
16. Тельнов А. С. Інтелектуалізація праці у концепції постіндустріального суспільства / А. С.

Тельнов, В. В. Гончарук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 239–245.

17. Wilensky, H. L. Working Paper Post-industrialism and post-materialism? A critical view of the new economy, the information age, the high tech society and all that. – Berlin: Für Sozialforschung (WZB), 2003. – 35 p.

18. Penty, A. Old Worlds for New: A Study of Post-Industrial State. – London: G. Allen&Unwin Ltd., 1917. – 186 p.

19. Энциклопедический словарь политологических терминов. – СПб. : Петрополис, 2013. – URL : <https://politike.ru/termin/postindustrializm.html>.

20. Якунин В. И. Постиндустриализм. Опыт критического анализа. / В. И. Якунин, С. С. Сулакшин, В. Э. Багдасарян, С. Т. Кара-Мурза и др. – М. : Научный эксперт, 2012. – 288 с.

21. Lexico: Oxford English and Spanish Dictionary, Synonyms, and Spanish to English Translator. – URL : <https://www.lexico.com/definition/post-industrialism>.

22. Stevens, A. The Lived Realities of Precarity and Post-Industrialism. – URL : <https://muse.jhu.edu/article/722983>.

23. Weber, A. L. The politics of post-industrialism: a comparative inquiry. Washington State University, 1974. – 222 p.

24. Мусаелян Л. А. Научная теория исторического процесса: становление и сущность / Л. А. Мусаелян. – Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2005. – 390 с.

25. Бжезинский З. Между двумя веками. Роль Америки в эру технотроники / З. Бжезинский. – Москва : Прогресс, 1972. – 307 с.

26. Kumar, K. Industrialism and Post-Industrialism: relections on a putative transition. – URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-954X.1976.tb00265.x>.

27. Лебедько С. Постіндустріалізм вже на порозі... Ось вона наша дилема: прокат чи супутники? / С. Лебедько // Персонал-Плюс. – 2007. – № 40 (243). – URL : <http://www.personal-plus.net/243/2581.html>.

28. Лазаревич А. Постиндустриализм в зеркале теории информационного общества / А. Лазаревич // Философия и общество, Философия и социальные науки. – 2007. – № 4. – С. 11–17.

29. English Dictionary Collins – Complete and Unbreaficial Digital Edition – URL : <https://www.dictionary.com/browse/industrialism>.

30. Крамар О. Погляд із периферії / О. Крамар // Український тиждень. – 2016. – 14 (438). – URL : <https://tyzhden.ua/Economics/162508>.

References

1. Bell, D. (1973). The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. – New York: BasicBooks.

2. Toffler, A. (2004). Tretia volna. Moskva: AST.

3. Drucker, P.F. (1995). Post-Capitalist Society. – NY. Retrieved from <http://pinguet.free.fr/drucker93.pdf>.

4. Riesman, D. (1958). Leisure and Work in Post-Industrial Society / ed. by E. Larrabee, R. Meyersohn. – Glencoe, Ill.: Free Press.

5. Touraine, A. (1969). La societe postindustrielle. – Paris: Denoel.

6. Phelps, E.S. Macroeconomics for a Modern Economy: Prize Lecture. Retrieved from: https://www.nobelprize.org/uploads/2018/06/phelps_lecture.pdf.

7. Targ, H.R. (1976). Global Dominance and Dependence, Post-Industrialism, and International Relations Theory: A Review // International Studies Quarterly. – Vol. 20 (3). – P. 461-482.

8. Heiets, V.M. (2009). Suspilstvo, derzhava, ekonomika: fenomenolohiia vzaïmodii ta rozvytku. Kyiv: NAN Ukrainy; Instytut ekonomiky ta prohnouzuvannia NAN Ukrainy.

9. Filipenko, A.S. (2007). Hlobalni formy ekonomichnoho rozvytku: istoriia i suchasnist. Kyiv: Znannia.

10. Chukhno, A.A. (2006). (Vols. 1-3). T.2: Informatsiina postindustrialna ekonomika: teoriia i praktyka. Kyiv: NAN Ukrainy, Kyivskyy natsionalnyy universytet imeni T. Shevchenka, Naukovo-doslidnyy finansovyy instytut pry Minfini Ukrainy.

11. Inozemcev, V.L. (2000). Sovremennoe postindustrialnoe obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy. Moskva: Logos. Retrieved from <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000946/st003.shtml>.

12. Yakovets, Yu.V. (2003). Globalizatsiya i vzaimo-deystvie tsivilizatsiy. (2nd ed.). Moskva: Ekonomika.

13. Coomaraswamy, A. (1914). Essays in Post-Industrialism: A Symposium of Prophecy Concerning the future of Society / ed. by Ananda Coomaraswamy. London: T.N. Foulis.

14. Penty, A. (1922). Post-Industrialism. – L.: G. Allen and Unwin.

15. Bell, D. (1968). Toward the Year 2000. Work in Progress. Boston.

16. Telnov, A.S., & Honcharuk, V.V. (2009). In-telektualizatsiia pratsi u kontseptsii postindustrialnoho suspilstva. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, (1), 239- 245.

17. Wilensky, H.L. (2003). Working Paper Post-industrialism and post-materialism? A critical view of the new economy, the information age, the high tech society and all that. – Berlin: Für Sozialforschung (WZB).

18. Penty, A. (1917). Old Worlds for New: A Study of Post-Industrial State. – London: G. Allen&Unwin Ltd.

19. Entsiklopedicheskiy slovar politologicheskikh terminov. (2013). Sankt-Peterburg: Petropolis. Retrieved from <https://politike.ru/termin/postindustrializm.html>.

20. Yakunin, V.I., Sulakshin, S.S., Bagdasaryan, V.E., Kara-Murza, S.G., «et al.» (2012). Postindustrializm. Opyt kriticheskogo analiza. Moskva: Nauchnyy ekspert.

21. Lexico: Oxford English and Spanish Dictionary, Synonyms, and Spanish to English Translator. Retrieved from: <https://www.lexico.com/definition/post-industrialism>.

22. Stevens, A. The Lived Realities of Precarity and Post-Industrialism. Retrieved from: <https://muse.jhu.edu/article/722983>.

23. Weber, A. L. (1974). The politics of post-industrialism: a comparative inquiry. Washington State University.
24. Musaelyan, L.A. (2005). Nauchnaya teoriya istoricheskogo processa: stanovlenie i sushchnost. Perm: Izdatelstvo Permskogo universiteta.
25. Bzhezinskiy, Z. (1972). Mezhdv dvumya vekami. Rol Ameriki v eru tekhnologii. Moskva: Progress.
26. Kumar, K. Industrialism and Post-Industrialism: reflections on a putative transition. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1976.tb00265.x>
27. Lebedko, S. (2007). Postindustrializm vzhe na porozhi... Os vona nasha dylema: prokat chy suputnyky? Personal-Plus, 40(243). Retrieved from <http://www.personal-plus.net/243/2581.html/>
28. Lazarevich, A. (2007). Postindustrializm v zerkale teorii informatsionnogo obshchestva / Filosofiya i obshchestvo, Filosofiya i sotsialnye nauki, (4), 11-17.
29. English Dictionary Collins – Complete and Unbreaficial Digital Edition. Retrieved from <https://www.dictionary.com/browse/industrialism/>.
30. Kramar, O. (2016). Pohliad iz peryferii. Ukrainskyi tyzhden, 14(438). Retrieved from <https://tyzhden.ua/Economics/162508>.

POST-INDUSTRIALISM AND ITS ESSENTIAL CHARACTERISTICS

*N. E. Fedorova, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
SHEI Ukrainian State University of Chemical Technology*

Methods. The results are obtained through the use of the following methods: abstraction – in determining the essence of the category «post-industrialism»; logical and historical – in the study of the evolution of theoretical concepts of post-industrialism; method of classifications – when summarizing all available definitions of this category into groups; general and special – in establishing the unity of existing definitions of post-industrialism.

Results. It is established that against the background of a large number of definitions of post-industrialism there is no established understanding of it in the scientific literature. Thus, post-industrialism is interpreted by scientists as a certain type of society, its new order or system, as a certain phase of its development, its state, structure, as change or evolution, and there is an interpretation of this category as a certain theory, idea, process, etc. It has been proved that post-industrialism should be interpreted in terms of a new phase of socio-economic development of society, which consists in building a social system qualitatively different from industrialism, or a new social organization formed under the influence of the fourth information revolution. It has been found that the definition of post-industrialism can synthesize such its essential components as «stage, phase of development» and «new order, a new organization of society». The need to implement a three-component approach to the definition of this category is indicated.

Novelty. There was provided an essential characteristic of post-industrialism as a new phase of social development, implemented as a socio-economic organization of society, where under the influence of science, knowledge, and information dominates the tertiary sector of production or services sphere. As a result, the main value of society becomes human capital (as opposed to land or production and finance) and the knowledge, information, and spirituality produced by it.

Practical value. Proper categorical design of the concept of post-industrialism, i.e. defining its essence, characteristics, and forms of manifestation opens up prospects for a deeper understanding of its features as an environment where the whole complex of socio-economic relations of society at the present stage of its development.

Keywords: industrialism, post-industrialism, post-industrial society, post-industrial economy, socio-economic development of society.

Надійшла до редакції 23.11.21 р.

ПРОБЛЕМИ МОЛОДІЖНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ: ГЛОБАЛЬНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

*Е. В. Прушківська, д. е. н., професор, НУ «Запорізька політехніка»,
em.prushkovskaya@gmail.com, orcid.org/ 0000-0002-4227-8305,*

М. О. Дворнік, магістр, НУ «Запорізька політехніка», rootsinmymind@gmail.com

Методологія дослідження. Методологічним інструментарієм дослідження є системний підхід до наукового пізнання економічних явищ і процесів, адаптований до виявлення проблем молодіжної зайнятості на національному та глобальному рівні. Конкретними методами у дослідженні послуговували: історико-генетичний метод – при дослідженні тенденцій молодіжної зайнятості в докризовий, посткризовий та період пандемічної реальності; метод загального та особливого – при характеристиці глобальних викликів та їх впливу на молодіжну зайнятість; компаративного аналізу – при виявленні тенденцій та особливостей молодіжної зайнятості в країнах світу.

Результати. У статті здійснено теоретичне дослідження особливостей та проблем зайнятості в країнах світу в умовах глобальних викликів та економічної нестабільності. На основі класифікації проблем молодіжної зайнятості та безробіття виокремлено особливості молодіжної зайнятості, які проявляються в економічній нестабільності, вразливості, психологічній нестійкості та збільшенням в країнах Європейського Союзу NEET – молоді, яка «не працює, не навчається». Обґрунтовано, що в розвинених країнах та країнах, які здійснюють трансформаційні реформи, пандемія COVID-19 та процеси «Індустрії 4.0» загострюють проблеми зайнятості та збільшують рівень безробіття серед молоді. Через «теорію поколінь» проаналізовано покоління Z, яке найбільше відноситься до категорії молоді і буде задіяне в найближчий час в трудовий процес.

Новизна. На основі теоретичних та аналітичних узагальнень щодо зайнятості класифіковано та окреслено проблеми молодіжної зайнятості в умовах економічної нестабільності, глобальних викликів та постковідної реальності.

Практична значущість. Виокремлення та класифікація проблем молодіжної зайнятості дозволяє формувати ефективну стратегію зайнятості молоді й розробляти дієвий механізм її реалізації, а рекомендації щодо колоборації між сферою бізнесу, освітою, міжнародними та державними інституціями слугують підґрунтям мінімізації молодіжного безробіття в країнах світу.

Ключові слова: безробіття, зайнятість, молодіжна зайнятість, глобальний рівень, національний рівень, «Індустрія 4.0», COVID-19, NEET-молодь.

Постановка проблеми. Зайнятість – це важливий макроекономічний показник, який є якісним індикатором функціонування економіки, як на національному, так і глобальному рівні. Цей показник відображає: добробут населення, участь у трудовій діяльності та міру включення населення у сферу діяльності, ступінь задоволення суспільних потреб та особистих потреб працівників в оплачуваних робочих місцях, в отриманні доходу, рівні доходів від трудової діяльності, трива-

лість робочого часу, зайнятість у неформальному секторі, неповна зайнятість, умови праці, вікові та гендерні відмінності на ринку праці тощо. Важливо підкреслити, що зайнятість як економічне явище, залежить від демографічних процесів, виступає частиною соціальної політики, тобто має демографічний та соціальний зміст. Стан зайнятості є завжди динамічним явищем, яке безперечно залежить від циклічності економіки. Спади і підйоми, а також різні непередбачувані або

слабко передбачувані події, які мають назву шоків (шоки попиту та шоки пропозиції) призводять до мінливих процесів в економіці країни та світового господарства в цілому.

Досліджуючи молодіжний сегмент зайнятості зазначимо, що він найбільш є вразливим до шоків. Традиційно рівень зайнятості серед молоді завжди нижчий, ніж у інших вікових груп, а у періоди спаду безробіття у цієї групи зростає набагато вище, ніж в інших. До причин вразливості можна віднести те, що молоді люди, порівняно з іншими віковими групами, стикаються з низкою проблем при вході на ринок праці. Зокрема, через відсутність досвіду роботи та невідповідність між навичками, які вони можуть запропонувати, та тими, які вимагають роботодавці. Під час глобальної кризи молоді працівники переважно були одними з перших, хто втрачав роботу, оскільки їхні тимчасові контракти не продовжували, а перспективи працевлаштування молодих випускників на галузевих ринках праці зменшилися.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Молодь традиційно є найбільш соціально активною категорією суспільства. Тому будь-яка динаміка змін, зумовлених розвитком процесів інтеграції та глобалізації, відбивається насамперед на ній. Проблеми зайнятості та безробіття молоді досліджують експерти міжнародних інституцій: Світового Банку, Міжнародної Організації Праці (МОП), Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD)[1–2], Міжнародної Організації з Міграції, та інші. Значну увагу приділяють цій проблемі зарубіжні та українські вчені. Зокрема, М. Боніол, С. Елдер, Г. Ерман, А. Колот, Е. Лібанова, Л.

Лісогор, О. Цимбал [3–6], та інші науковці. Зайнятість і безробіття – це динамічні процеси, які потребують постійного дослідження в умовах нестійкості економічного розвитку та глобальних викликів.

Формулювання мети статті. Метою статті є з'ясування причин та класифікація проблем молодіжної зайнятості на національному й глобальному рівні, виявлення особливостей нових форм зайнятості в період постковідної реальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливістю сучасного ринку праці є те, що молоді люди конкурують із шукачами роботи з більшим досвідом роботи, а на ринку пропонується менше робочих місць взагалі. Фахівці, стверджують, майбутнє Європи залежить від 94 мільйонів європейців у віці від 15 до 29 років. Окрім викликів, з якими стикаються молоді люди протягом багатьох поколінь, важливо зазначити, що, сучасне покоління житиме в епоху повної глобалізації (політична проблема) і буде змушене впоратися із старінням населення (демографічна проблема). Молодь найбільше постраждала від низки економічних криз (економічна проблема) – кризові явища 1998 р., світова фінансова криза 2007–2008 років, 2020 рік-постковідна криза викликана поширенням інфекції COVID-19.

На сучасному етапі присутні чіткі диспропорції в молодіжному сегменті ринку праці, що ведуть до безробіття та незайнятості молоді. Проблеми молодіжної зайнятості спровоковані блоком як економічних та політичних, так і соціально-демографічних проблем (рис.1).

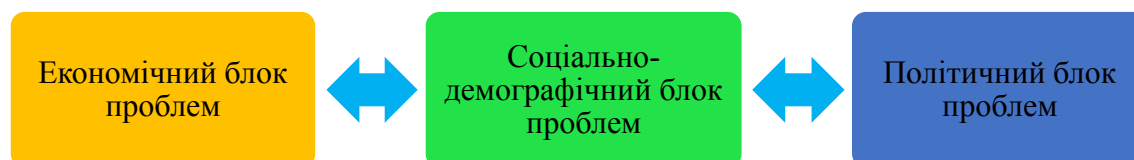


Рис 1. Класифікація проблем молодіжної зайнятості

Проаналізуємо більш детально економічний блок проблем, зокрема вплив криз на зайнятість молоді та виникнення наслідків пов'язаних із ними. Безпосереднім наслідком глобальної фінансової-економічної кризи

2007–2009 років стало значне падіння попиту на робочу силу. Серйозний характер цієї кризи пов'язаний не лише з рівнем та тривалістю безробіття, але й зі зниженням якості

робочих місць, що надаються молоді. В країнах ЄС, масове безробіття молоді, яке з'явилося внаслідок боргової кризи (мається на увазі наслідок глобальної кризи 2007–2008 рр.) це скоріше структурне безробіття, яке стало більш тривалим і відголоски його проявляються і в період пандемічної реальності.

На основі статистичних даних проаналізуємо участь молоді у зайнятості в докризовий період та посткризовий період. Варто зазначити, що рівні участі молоді у складі робочої сили, а також співвідношення між чисельністю зайнятої молоді та загальною чисельністю населення мають тенденцію до зниження. Рівень участі молоді у складі робочої сили в цілому знизився з 52,9 до 48,7% за період з 2000 до 2011 року, а це означає, що у 2011 році кожна друга молода людина у світі, не була активним учасником ринку праці. В 2011 році кількість зайнятих молодих людей становила 516 млн осіб, що на 16 млн. осіб більше, ніж 2000 року. Оскільки чисельність молодого населення збільшувалася швидшими темпами, ніж зайнятість молоді, то частка зайнятої молоді від загальної чисельності молодого населення (співвідношення між зайнятою молоддю та загальною чисельністю населення) знизилася з 46,2 до 42,6% за період з 2000–2011 роки [1,7]. Однією з основних причин прояву цих тенденцій, можливо, було зростання кількості молодих людей у системі освіти. Але у деяких регіонах розчарування серед молоді також відіграло помітну роль у прояві цих тенденцій.

Пірнаючи в історію економічного розвитку, слід зазначити, що безробіття серед молоді не є новим явищем. На наш погляд, деструктивними є пропорції, яких досягло безробіття серед молоді. Зокрема, з 1990-х років рівень безробіття серед молоді залишався стабільним і не перевищував 11%. Але світова фінансова криза і період поступового відновлення, були не найкращі для зайнятості молоді. У 2009 році, глобальний рівень безробіття серед молоді зріс на рекордну величину, а саме за один рік, з 2008 до 2009 роки, цей показник зріс із 11,9 до 12,8%. За період з 2007 по 2011 роки, безробіття серед молоді у світі збільшилося на 4 млн. осіб. Через економічні потрясіння безробіття серед молоді зростало, швидшими темпами, ніж серед дорослого населення.

Найбільше молодь постраждала внаслідок глобальної кризи у промислово розвинених країнах. Зокрема, рівень безробіття серед молоді збільшився на 4,1 в. п. в розвинених країнах, в країнах ЄС у 2008–2009 роках та на 3,4 в. п. Рівень безробіття серед молоді, що становив 18,1% у 2010 році у розвинених країнах та ЄС, є найвищим за всю історію статистичного дослідження регіональних показників. Зокрема, в Іспанії та Греції рівень молодіжного безробіття подвоївся за період з 2007 по 2011 роки, і в 2012 р. становив 46 і 42% відповідно. Щодо Ірландії, то цей показник збільшився з 8,5 до 31,9% за той же період. В докризовий період у Португалії та Італії рівень безробіття серед молоді становить більше 25%; він перевищує 20% на Кіпрі, в Естонії, у Франції, Угорщині, Польщі, Румунії, Швеції та Сполученому Королівстві [8].

В Європейському Союзі пандемія загострила проблему безробіття серед молоді. Зокрема, до пандемії молодіжне безробіття становило 15%, зараз спостерігаємо його зростання до 18%. У категорії від 15 до 29 років їх кількість складає 4,7 млн. В загальному в Європі безробітної молоді приблизно 10 млн. осіб. Тенденції по країнах наступні: у Греції цей показник становить 33%, в Іспанії – 32,2% та Італії – 27,1%. Низький рівень безробіття в цій категорії спостерігаємо в Чехії та Німеччині–5%, трохи вище цифри в Нідерландах – 6% та Польщі – 8% [9].

У ринковій ситуації та трудовій реальності соціальні очікування молоді не виправдовуються і призводять до тривожних та депресивних станів, переорієнтації та деградації базової системи цінностей. Тобто виникають психологічні проблеми. Зокрема, безробіття серед молоді має не тільки негативні економічні наслідки для індивіда, але також створює психологічний стрес, такий як відчуття самотності, безсилля, неспокій, тривожність і депресія. Г. Беккер у своїй роботі «Злочин і покарання» показує, як більшість безробітних відчують різні форми психологічного стресу і можуть реагувати на свою ситуацію чотирма різними способами: дезорієнтація (60%), що включає відчуття безцільності, непотрібності та соціальної ізоляції; розлади здоров'я (15%); відчуття соціальної

ізоляції (15%); занепокоєння своїм матеріальним становищем (10%) [10, с.170]. Всі ці теоретично описані ситуації, ми часто зустрічаємо у поведінці людей і сьогодні, які перебувають у ситуації стресу. Нинішня несприятлива ситуація створює проблеми, які можуть зашкодити їхнім майбутнім перспективам і безробіття серед молоді може мати довготривалі наслідки. Зокрема, втрата досвіду роботи на ранньому етапі життя, матиме негативний вплив на майбутні показники ринку праці, як з точки зору участі, так і заробітків.

Щодо блоку політичних проблем зайнятості, то ми проаналізуємо через молодіжну політику та політику зайнятості молоді. Зазначимо, що основним надбанням кожної національної економіки та суспільства є молодь. Розширення прав і можливостей молоді шляхом створення сприятливих умов для розвитку своїх талантів та активної участі на ринку праці має важливе значення для економічного й соціального розвитку та для стійкості суспільства. Інтеграція молодих людей на ринок праці потребує від держав ґрунтовних рішень.

Для вирішення вище зазначених проблем країни приймають заходи щодо мінімізації проблем безробіття. Зокрема, для мінімізації безробіття та покращення зайнятості у межах Євросоюзу була розроблена «Європейська стратегія зайнятості», яка прийнята у 1997 році та програма «Молодь у русі»-2010 рік. Європейська стратегія зайнятості базувалася на чотирьох підвалинах – адаптації, підприємстві, працевлаштуванні та рівних можливостях. Ця стратегія передбачала дерегуляцію ринку праці задля підвищення продуктивності. Основну увагу передбачалося приділити профорієнтації, навчанню та активності (зростання прихильності «моральним і етичним принципам», затребуваним для даної роботи). Програма «Молодь у русі» передбачала створення додаткових можливостей для переміщення студентів до різних країн ЄС у пошуках роботи чи місця в університеті, додаткові можливості для співпраці з європейськими державними центрами зайнятості, створення малого бізнесу та формування механізму надання студентських кредитів.

Реалії економічного буття свідчать, що Європейська стратегія зайнятості не змогла забезпечити суттєвого скорочення молодіжного безробіття в низці країн, тому європейські лідери вирішили створити спецфонд боротьби з молодіжним безробіттям. Варто, зауважити, що умови для існування в ЄС зараз для фінансового капіталу та великого бізнесу, тому тільки зі зміною акцентів щодо фінансового капіталу та втрати виробництва у Європі вдасться вирішити проблему молодіжного безробіття.

Ще одним чинником, що створює потенційні проблеми для молоді на сучасному етапі вважається «Індустрія 4.0», що має чотири підстави: це інтероперабельність (сумісність), віртуалізація, децентралізація та робота в режимі реального часу. Під інтероперабельністю розуміється здатність взаємного інтернет-підключення та спілкування людей з кіберфізичними системами та «розумними заводами». Саме завдяки цим технологіям віртуальна модель виробництва, «розумної фабрики» використовується в режимі реального часу для контролю за роботою «розумних машин» та механізмів забезпечення безпеки тих людей, які безпосередньо взаємодіють із робототехнічними системами [11]. Одним із найважливіших елементів «Індустрія 4.0» є «Інтернет речей» – концепція підключення побутових предметів до інтернету, завдяки чому вони можуть взаємодіяти між собою або із зовнішнім середовищем та вчиняти дії без участі людини. Тобто це ще одна загроза по зайнятості молоді та чинник формування безробіття.

Науково-технічна революція перетворює ринок праці: по-перше, зникають десятки традиційних професій; по-друге, багато традиційних професій інноваційно модифікується; по-третє, з'являється ще більше професій, яких раніше не було і які викликані технологічними новаціями. На думку експертів OCDE [2] та Оксфордського університету, 50% професій 2030 року поки що не існують або лише зараз стають професіями. І одночасно, більше половини нинішніх професій перебувають під загрозою зникнення.

Нові тренди постіндустріального розвитку визначають підвищений попит на нові види зайнятості: так званих профілів STEM-напрямків: Science, Technology, Engineering,

Mathematic. У прогнозованому майбутньому саме ці спеціальності будуть задавати хід цифрової та технологічної революції.

Варто зазначити, що в умовах розпочатої четвертої промислової революції відбувається повна трансформація зайнятості, яка провокує зникнення одних професій та появу нових; відбувається витіснення людської праці працею роботів, автоматів та інформаційних програм. Об'єктивним наслідком постіндустріального розвитку є також неминуче скорочення кількості робочих вакансій, зростання безробіття, особливо серед молоді. Таким чином, молоді необхідно рухатися в напрямку «освіта впродовж життя» та постійно вдосконалюватися.

У відповідь на сучасні макроекономічні, законодавчі, нормативні і технологічні зміни у країнах ЄС з'явилися також нові форми зайнятості (НФЗ), що включають як абсолютно нові форми зайнятості, так і існуючі форми, які переживають нову хвилю зростання. Для НФЗ часто характерні дуже короткі контракти, посередництво через цифрові платформи, а також зміни у тому, як організована трудова діяльність та де вона здійснюється. Деякі з цих змін також пов'язані з перебалансуванням робочих відносин, особливо з погляду форм зайнятості в контексті зайнятості та самозайнятості. Криза, спричинена COVID-19, показала зростаючі здібності фірм і працівників брати участь в економічній діяльності дистанційно. У той час як світова спільнота сподівається на відновлення після пандемії COVID-19, виникають нові питання щодо довгострокових наслідків пандемії для якості зайнятості та поширеності різних форм зайнятості, які можуть стати особливо популярними серед молодих представників сучасного ринку праці.

Психологічні наслідки пандемії проявляються в тому, що більшість молодих людей невпевнені у власних кар'єрних перспективах, оскільки криза створює додаткові складності на ринку праці та продовжує перехід від шкільного навчання до трудового життя. З початком пандемії, кожен шостий представник молоді був змушений припинити трудову діяльність. Багато молодих працівників, як правило, працюють в галузях, найбільш постраждалих від кризи – таких як технічна

сфера обслуговування, сфера послуг, торгівля, ресторанний бізнес, туризм. Серед тих, хто продовжував працювати в цей період, у сорока двох відсотків скоротилися прибутки. Тобто вразливі економічні наслідки пандемії пронизують усі сфери життєдіяльності молоді.

Цікавою є інтерпретація проблем зайнятості через «теорію поколінь», яку створили американські вчені на початку 90-х років. Сутність цієї теорії полягає в тому, що, представники кожного з поколінь були народжені в певний період та формувалися під впливом одних і тих же подій, тому і мають схожі: цінності, поведінку, способи спілкування та вирішення конфліктів, постановку цілей, побудову взаємовідносин, керування людьми. Вчені доводять, що сучасний ринок праці повинен підлаштовуватися під ці відмінності, якщо прагне привабити представника того чи іншого покоління. Виділяють шість поколінь, але на сучасному етапі найбільш задіяні в трудових процесах три покоління: X, Y, Z.

Базуючись на дослідження експертів [12] проаналізуємо покоління Z, яке найбільше відноситься до категорії молоді, яка задіяна та буде задіяною в найближчий час в трудовий процес. Аналітики наголошують про те, що вже через чотири роки покоління Z становитиме майже третину всієї робочої сили. Чисельність громадян у віці 15–24 років у всьому світі становить понад два мільярди людей. Статистичні дані за 2020 рік свідчать, що рівень безробіття серед покоління Z майже вдвічі вищий приблизно у всіх країнах ОЕСР порівняно з старшими колегами працездатного віку, бебі-бумерами, поколінням X та міленіумами (покоління Y). За дослідженнями молодь у цьому віці займала невелику питому вагу у робочій силі (12,5%), але експерти зауважують, що у країнах G7 цей показник знизився на кілька відсоткових пунктів. На наш погляд, це пов'язано із сферами зайнятості покоління Z. Як ми уже зазначали вище, що студенти або випускники коледжів зайняті переважно у сферах: ресторанного бізнесу, туристичної галузі, сектору послуг. Із-за локдауну, ці галузі постраждали набагато сильніше, ніж промисловість, ІТ чи сільське господарство.

Ще однією проблемою молодіжної зайнятості в країнах світу, а особливо в Європейському Союзі є NEET-молоді [13], це категорія, яка «не працює, не навчається». Перебування в категорії NEET-молоді має серйозні несприятливі наслідки для особистості, суспільства та економіки в цілому. До широкого спектру соціальних-економічних наслідків можна віднести такі, як незадоволення, незахищеність і погане майбутнє працевлаштування, правопорушення молоді та проблеми з психічним і фізичним здоров'ям. Представники NEET-молоді мають більший

ризик бути політично та соціально відчуженими. У порівнянні зі своїми ровесниками, NEET-молодь має значно нижчий рівень політичних інтересів, політичної та соціальної включеності в соціум.

Таким чином, сучасна молодіжна зайнятість характеризується економічною нестабільністю, вразливістю, психологічною нестійкістю. Узагальнюючи вище зазначене, виділяємо характерні ознаки молодіжної зайнятості в умовах економічної нестабільності та глобальних викликів (рис.2):

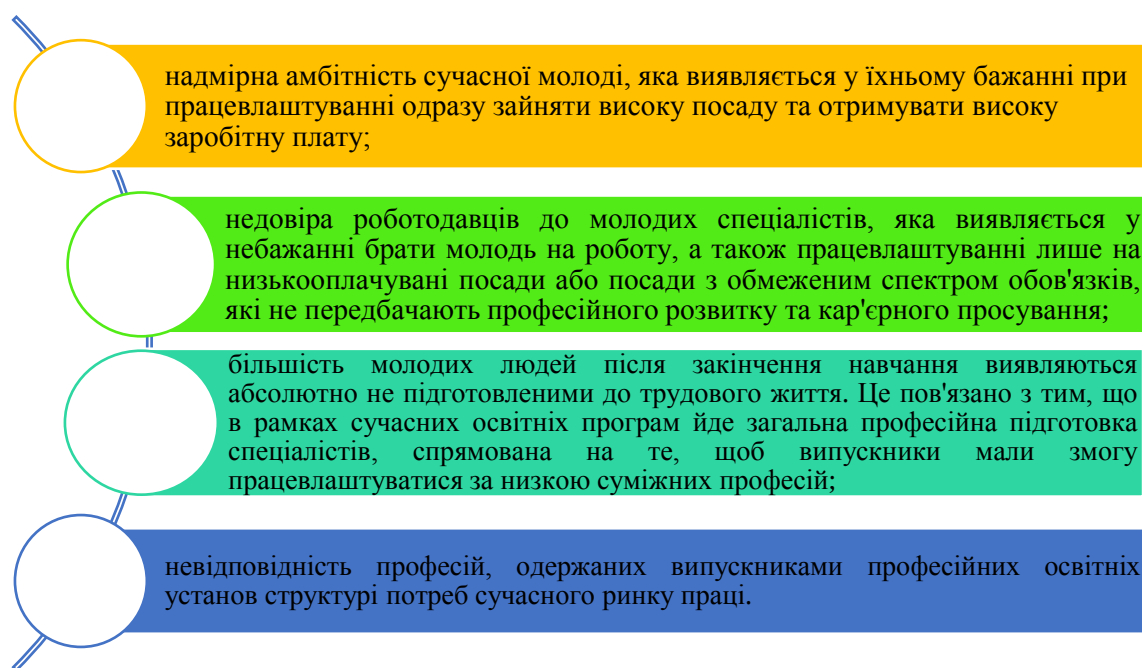


Рис. 2. Характерні ознаки молодіжної зайнятості на сучасному етапі
Джерело: складено авторами

Варто зазначити, що для молоді коронакриза стала потрійним ударом. Пандемія не тільки позбавляє їх зайнятості, а й зриває навчання та професійну підготовку, а також створює серйозні перешкоди на шляху тих, хто збирається вступити на ринок праці або змінити роботу. На думку багатьох експертів, необхідно розробляти дієві стратегії молодіжної зайнятості та вживати значних заходів, щоб покращити становище молоді, бо у майбутньому країни світу, а особлива країни ЄС будуть мати справу зі «спадщиною коронавірусу» протягом десятиліть.

Аналітики МОП [14] наголошують на необхідності прийняття у відповідь на кризу невідкладних, широкомасштабних та цілеспрямованих заходів підтримки молоді,

включаючи всеосяжні програми гарантій зайнятості та професійної підготовки в розвинених країнах, а також програми, що стимулюють зростання зайнятості, та відповідні гарантії у країнах з низьким та середнім рівнем доходу.

Висновки. Для комплексного вирішення проблем та найефективнішого регулювання молодіжної зайнятості необхідно насамперед встановлення реальної співпраці та взаємодії між сферою бізнесу, міжнародними та державними інституціями, які координують зайнятість та сферою освіти. Такий комплексний підхід та колоборація дозволить оптимізувати й збалансувати зайнятість, значно скоротити рівень молодіжного безробіття та мінімізувати блоки проблем які ми

виокремили й проаналізували в нашому дослідженні.

Молодь – це когорта населення, яка є найбільш динамічною, та готовою до змін, є креативним поколінням, яке сприяє інноваціям й творчості в економіці та суспільстві. Для того, щоб країни могли повною мірою реалізувати цей потенціал та отримати вигоду від цієї частини населення, молодь повинна мати гідні робочі місця та бути інтегрованою у соціум. Імплементувати це можливо на основі розроблених стратегій зайнятості та дієвого механізму їх реалізації.

Література

1. Офіційний сайт МОП [Електронний ресурс]. – URL : <https://www.ilo.org/global/topics/youth-employment/publications/lang--en/nextRow--0/index.htm>
2. Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD, Enhancing employability and skills to meet labour market needs [Електронний ресурс]. – URL : <http://www.oecd.org/employment/>
3. Boniol M., McIsaac M., Xu L., Wuliji T., Diallo K., Campbell J. (2019). Gender Equity in the Health Workforce: Analysis of 104 countries. Health Workforce Working Paper 1. Geneva: World Health Organization. – URL : https://www.who.int/hrh/resources/gender_equity-health_workforce_analysis/en
4. Г. Эрман. Как страны ЕС решают проблему молодежной безработицы [Електронний ресурс]. – URL : https://lb.ua/economics/2013/05/28/202063_molodezh_e_s_bez_raboti_delayut.htm
5. В. В. Тончу. Особенности молодёжного рынка труда. [Електронний ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-molodezhnogo-rynka-truda>
6. Перехід на ринок праці молоді України / Елла Лібанова, Олександр Цимбал, Лариса Лісогор, Ірина Марченко, Олег Ярош, Міжнародне бюро праці, Програма молодіжної зайнятості, Департамент політики зайнятості. – Женева : МОП, 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/-dcomm/documents/publication/wcms_302648.pdf
7. Международная конференция труда, 101-я сессия, 2012 г. Доклад V Кризис в сфере занятости молодежи: Время действовать [Електронний ресурс]. – URL : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/documents/publication/wcms_345399.pdf
8. Молодіжна зайнятість в країнах Європи: криза всередині кризи [Електронний ресурс]. – URL : <https://www.ilo.org/>
9. Безробіття серед молоді в Європейському Союзі [Електронний ресурс] – URL : <https://ru.euronews.com/2021/03/10/ru-real-economy-youth-unemployment>

10. Gary S. Becker. Crime and Punishment: An Economic Approach / Gary Stanley Becker // Journal of Political Economy. - 1968. - N 76. - P. 169-217.

11. Індустрія 4.0: перспективи і виклики для суспільства [Електронний ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/333044505_Industry_40_perspektivy_i_vyzovy_dla_obshestva_Industry_40_Opportunities_and_Challenge

12. Покоління Z найбільше постраждало від глобального безробіття [Електронний ресурс]. – URL : <https://kursiv.kz/news/obschestvo/2021-03/pokolenie-z-bolshe-vsego-postradalo-ot-globalnoy-bezraboticy>.

13. NEET in the ETF partner countries (2014). – URL : <http://etf.europa.eu>

14. ILO: official website. Youth employment in times of COVID [Електронний ресурс]. – URL : https://www.ilo.org/emppolicy/pubs/WCMS_823751/lang--en/index.htm

References

1. Ofitsiynyy sayt MOP Retrieved from <https://www.ilo.org/global/topics/youth-employment/publications/lang--en/nextRow--0/index.htm>
2. Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD, Enhancing employability and skills to meet labour market needs Retrieved from <http://www.oecd.org/employment/>
3. Boniol, M., McIsaac, M., Xu, L., Wuliji, T., Diallo, K., Campbell, J. (2019). Gender Equity in the Health Workforce: Analysis of 104 countries. Health Workforce Working Paper 1. Geneva: World Health Organization. Retrieved from https://www.who.int/hrh/resources/gender_equity-health_workforce_analysis/en
4. Erman, G. Kak strany ES reshayut problemu molodizhnoy bezrabotitsy. Retrieved from https://lb.ua/economics/2013/05/28/202063_molodezh_e_s_bez_raboti_delayut.htm
5. Tonchu, V.V. Osobennosti molodizhnogo rynka truda. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-molodezhnogo-rynka-truda>
6. Libanova, Ella, Tsymbal, Oleksandr, Lisohor, Larysa, Marchenko, Iryna, & Yarosh, Oleh. Perekhid na rynek pratsi molodi Ukrainy. (2016). Mizhnarodne biuro pratsi, Prohrama molodizhnoi zayniatosti, Departament polityky zayniatosti. Zheneva: MOP. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/-dcomm/documents/publication/wcms_302648.pdf
7. Mezhdunarodnaya konferentsiya truda, 101st sessiya, 2012 r. Doklad V. Krizis v sfere zaniatosti molodizhi: Vremya deystvovat. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/documents/publication/wcms_345399.pdf
8. Molodizhna zayniatist v krainakh Yevropy: kryza v seredyni kryzy. Retrieved from <https://www.ilo.org/>
9. Bezrobittia sered molodi v Yevropeyskomu Soiuzi. Retrieved from <https://ru.euronews.com/2021/03/10/ru-real-economy-youth-unemployment>

10. Gary S. Becker. Crime and Punishment: An Economic Approach / Gary Stanley Becker // Journal of Political Economy. - 1968. - N 76. - P. 169-217.

11. Industriia 4.0.: perspektyvy i vyklyky dlia suspilstva. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/333044505_Industry_4_0_perspektivy_i_vyzovy_dla_obsestva_Industry_4_0_Opportunities_and_Challenge

12. Pokolinnia Z naybilshe postrazhdalo vid hlobalnoho bezrobittia. Retrieved from

<https://kursiv.kz/news/obschestvo/2021-03/pokolenie-z-bolshe-vsego-postradalo-ot-globalnoy-bezraboticy>.

13. NEET in the ETF partner countries (2014). Retrieved from <http://etf.europa.eu>

14. ILO: official website. Youth employment in times of COVID Retrieved from https://www.ilo.org/emppolicy/pubs/WCMS_823751/lang--en/index.htm

PROBLEMS OF YOUTH EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT: GLOBAL AND NATIONAL ASPECTS

*E. V. Prushkivska, D.E., Professor, M. O. Dvornik, master student,
Zaporizhzhia Polytechnic National University*

Methods. The methodological tools of the study are a systems approach to scientific knowledge of economic phenomena and processes, adapted to identify problems of youth employment at the national and global levels. Specific methods in the study are as follows: historical-genetic method – in the study of trends in youth employment in the pre-crisis, post-crisis period and the period of pandemic reality; method of general and special – in characterizing global challenges and their impact on youth employment; comparative analysis – in identifying trends and features of youth employment in the world.

Results. The article provides a theoretical study of the features and problems of employment in the world in the context of global challenges and economic instability. Based on the classification of youth employment and unemployment, the features of youth employment, which are manifested in economic instability, vulnerability, psychological instability, as well as an increase in the European Union NEET – young people who «do not work, do not study». It has been argued that in developed countries and countries undergoing transformational reforms, the COVID-19 pandemic and Industry 4.0 processes exacerbate employment problems and increase youth unemployment. Generation Z, which belongs to the category of young people and will be involved in the labor process in the near future, is analyzed through the «generation theory».

Novelty. On the basis of theoretical and analytical generalizations on employment, the problems of youth employment in the conditions of economic instability, global challenges and postcognitive reality are classified and outlined.

Practical value. Isolation and classification of youth employment problems allows forming an effective strategy of youth employment and developing an effective mechanism for its implementation, and recommendations for collaboration between business, education, international and government institutions serve as a basis for minimizing youth unemployment in the world.

Keywords: unemployment, employment, youth employment, global level, national level, Industry 4.0, COVID-19, NEET – youth.

Надійшла до редакції 18.11.21 р.

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Ю. Б. Федунь, к. е. н., доцент, ybfedun@yahoo.com, orcid.org/0000-0003-4371-1841,
Д. С. Голубка, магістр, diana_holubka@ukr.net, orcid.org/0000-0001-7287-045X,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Методологія дослідження. У процесі дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження такі, як: діалектичний метод пізнання – при дослідженні еволюції нормативно-правового поля франчайзингу в США, індукції та дедукції – при формуванні гіпотез щодо механізму переддоговірних та постдоговірних відносин між сторонами стосовно захисту франчайзі, наукової абстракції – при встановленні сутності франчайзингу, системний аналіз – при дослідженні взаємодії суб'єктів франчайзингової діяльності, метод порівняння – при співставленні правового середовища реалізації франчайзингу в Україні та зарубіжних країнах.

Результати. Проаналізовано різні підходи вітчизняних та зарубіжних науковців, а також положення нормативно-правової бази України та світу щодо визначення поняття «франчайзинг». Виявлено сутнісні ознаки франчайзингу та його особливості в залежності від форми, в якій франчайзер надає франчайзі товар чи послугу. Визначено основні фактори, що здійснюють вплив на розвиток франчайзингу. Встановлено, що розвиток франчайзингу сприяє зростанню кількості підприємств малого і середнього бізнесу, що позитивно впливає на розвиток національної економіки.

Новизна. На основі дослідження основних принципів ведення успішної підприємницької діяльності у формі франчайзингу та висвітлення особливостей формування нормативно-правового забезпечення його ефективного розвитку в розвинутих країнах світу сформовано загальні принципи регулювання відносин між франчайзером та франчайзі з метою формування ефективного його розвитку в Україні.

Практична значущість. Полягає в аналізі стану та перспективах франчайзингового бізнесу в Україні, а також у розробці рекомендацій щодо формування нормативно-правового забезпечення для його ефективного розвитку.

Ключові слова: національна економіка, франчайзинг, міжнародний франчайзинг, франчайзер, франчайзі, правове регулювання франчайзингу, інтеграційні процеси.

Постановка проблеми. Франчайзинговий бізнес є рушійною силою світової економіки та потужним стимулом для розвитку національної економіки в сучасних умовах інтеграційних процесів. Тенденції світової економіки свідчать про зростання інтересу до використання франчайзингового бізнесу. Міжнародний досвід показує, що в умовах кризи франчайзинг активує свою діяльність, оскільки головне його завдання – це розширення мережі та її масштабування. Однак потребує пильної уваги дослідження правового забезпечення

та активізації використання світового досвіду для ефективного розвитку малого бізнесу в Україні, а також його конкурентоздатності на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток даної проблеми франчайзингу зробили українські та зарубіжні вчені: Бабіч Г., Барановська М., Гордеюк А. [1], Дахно І. [3], Жук Д., Магомедова А. [4], О'Браєн Т., Сидоров Я. [9], Фернандес Л., О'Браєн Т., Солер Ф. [11] Огінок С. [12] та ін. Однак, не достатньо

уваги з боку наукових досліджень приділено уваги розвитку франчайзинговому бізнесу через призму міжнародного та національного правового забезпечення.

Формулювання мети статті. Метою статті є дослідження основних принципів ведення успішної підприємницької діяльності у формі франчайзингу та висвітлення формування нормативно-правового забезпечення для його ефективного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ведення успішної підприємницької діяльності можливе в сприятливих умовах нормативно-правового поля. А оскільки, франчайзинг – це особлива форма організації підприємництва, діяльність якої базується на взаємодії двох або кількох суб'єктів господарювання, заснованій на співпраці, що регулюється договорами, відповідно й вимагає ефективного формування нормативно-правового забезпечення.

Перше законодавство у сфері регулювання договорів франчайзингу було розроблено в США. Прийняття перших законів у сфері франчайзингу було спричинено гострою потребою захистити інтереси покупців та представників торгівельних мереж, адже в 60-х роках XX ст. в США франчайзинг сприймався як відносно легкий засіб швидкого збагачення. Відсутність правового регулювання договорів франчайзингу виключала можливість притягнення недобросовісних франчайзерів до відповідальності. Ціни на франшизи безпідставно завищувались, франчайзери не допомагали своїм франчайзі у здійсненні підприємницької діяльності, був відсутній контроль за якістю товарів та послуг, через що страждали споживачі [9, с.10].

Однак, у 1971 році в силу розвитку даного виду бізнесу в штаті Каліфорнії був ухвалений перший спеціальний закон франчайзингу, який згодом почав діяти ще на території 14 штатів [11, с.1]. Суть встановленого закону вимагала від франчайзерів підготувати та розкрити детальну інформації про франшизу. У 1995 році відбувся перегляд закону в контексті відповідності його сучасним економічним, суспільним та технологічним викликам.

Досі в США немає безпосереднього регулювання договірних правовідносин між

франчайзером та франчайзі, а лише існує перелік питань (23 пункти), відповідно до яких франчайзер зобов'язаний щонайменше за 7 робочих днів до підписання договору франчайзингу розкрити франчайзі інформацію, яка допоможе останньому прийняти рішення щодо укладання чи не укладання договору франчайзингу [4]. Тобто франчайзер зобов'язується:

- надати інформацію про себе та своїх посадових осіб (включаючи «судову історію» протягом останніх 5 років);
- показати фінансову звітність (за останній звітний рік);
- розкрити зміни у фінансовому становищі (за останні 3 звітні роки);
- проінформувати про зміст франшизи (вказавши номери реєстраційних свідоцтв на об'єкти права інтелектуальної власності, загальну кількість франшиз та власних торгових точок, що діяли на кінець минулого звітного року) [4]. Надання такого роду інформації допомагає франчайзі прийняти осмислене та обгрунтоване рішення, щодо капіталовкладень для успішного ведення майбутнього бізнесу. У свою чергу франчайзі зобов'язані надати інформацію про розмір усіх своїх капіталовкладень у франшизу, а також розмір роялті та паушального внеску, які необхідно буде сплачувати франчайзеру. Франчайзі мають надати перелік контрагентів, з якими співпрацює франчайзер і з якими рекомендовано налагодити господарські правовідносини.

В українському законодавстві практично відсутня законодавча база ведення франчайзингового бізнесу. Основним нормативним документом, що регулює франчайзингові відносини, є Кодекс етики франчайзингу. Також основні дефініції франчайзингу розглянуто в Господарському (гл. 36) та Цивільному (гл. 76) кодексах України. Нажаль, в українському законодавстві досі не визначено схожого на досвід у США механізму переддоговірних та постдоговірних відносин між сторонами стосовно захисту франчайзі. Як показує національна практика, франчайзі у більшості випадках отримує недостовірну, а часто й хибну попередню інформацію про франчайзинговий пакет.

Відтак, відсутність законодавства у сфері регулювання франчайзингу створює

свободу дій для учасників. Як і франчайзер, так і франчайзі залишаються незахищеними та діють на свій власний страх і ризик, оскільки на законодавчому рівні гарантій чи захисних державних механізмів для них досі не передбачено. Чи не єдиним механізмом захисту франчайзі є зазначення в договорі широкого переліку можливих ризиків між сторонами.

Вітчизняні та зарубіжні науковці у своїх працях часто зазначають, що незважаючи на значну популярність договорів франчайзингу, франчайзинговий бізнес досі не має достатньої нормативно-правової системи, як на національному, так і міжнародному законодавчому рівнях. У більшості країн усі закони чи правила стосуються у тій чи іншій мірі переддоговірної розкриття інформації щодо франшизи. Із держав-членів ЄС практику закону про розкриття інформації прийняли Франція, Іспанія, Італія та Німеччина. Основним документом, який регламентує сьогодні відносини франчайзингу на території країн ЄС, є Регламент № 330/2010 чинний до 2022 року [8].

Отже, головним нормативним документом, який регулює відносини між франчайзером та франчайзі у світі є Кодекс етики франчайзингу. Як було зазначено раніше, в Україні діє закон «Про франчайзинг» № 7430, де переписано положення глави 76 «Комерційна концесія» Цивільного кодексу України. Українське законодавство ототожнює терміни «франчайзинг» та «комерційна концесія», тому додали до кодексу міжнародну термінологію, щоб отримати закон «Про франчайзинг». Це можна пояснити тим, що розробники законопроекту трактують франчайзинг, як підприємницьку діяльність, а це лише спосіб реалізовувати товари та послуги для залучення капіталу [7].

Для того, щоб чіткіше зрозуміти як працює українське законодавство на практиці в рамках франчайзингового бізнесу, розглянемо взаємодію суб'єктів цієї діяльності (рис. 1).

Основним у схемі взаємодії суб'єктів франчайзингу є Франчайзер, який володіє товарним знаком та фірмовим стилем, користується популярністю на споживчому ринку та надає іншій стороні (франчайзі), право діяти

від імені франчайзера та під його торговельною маркою.

Франчайзер у системі один. Друга сторона – франчайзі (можуть функціонувати декілька) – малі та середні підприємства або ж юридичні чи фізичні особи, що купують у франчайзера право на ведення підприємницької діяльності.

Співпраця франчайзера та франчайзі здійснюється на договірній основі. У франчайзинговому договорі обумовлюються обов'язки двох сторін, ефективність та стабільність якої залежить від їх взаємовідносин.

Слід зазначити, що в українському законодавстві такого поняття як «договір франчайзингу» немає, тому що законодавець щодо врегулювання франчайзингових відносин визначив іншу назву для нього – «договір комерційної концесії». Правові положення цього договору закріплені у главі 36 Господарського кодексу України (далі – ГКУ) та у главі 76 Цивільного кодексу України (далі – ЦКУ) [2;10].

Першою особливістю правового регулювання франчайзингу в Україні є те, що у нас цей вид договорів носить назву «комерційної концесії». Відповідно до ст. 1115 ЦКУ за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг. Також ст. 1116 ЦКУ визначається, що предметом договору комерційної концесії є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації [2]. А згідно зі ст. 366 ГКУ за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання у підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правоволодільцеві, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правоволодільцеві обумовлену договором винагороду. Договір комерційної концесії передбачає використання комплексу

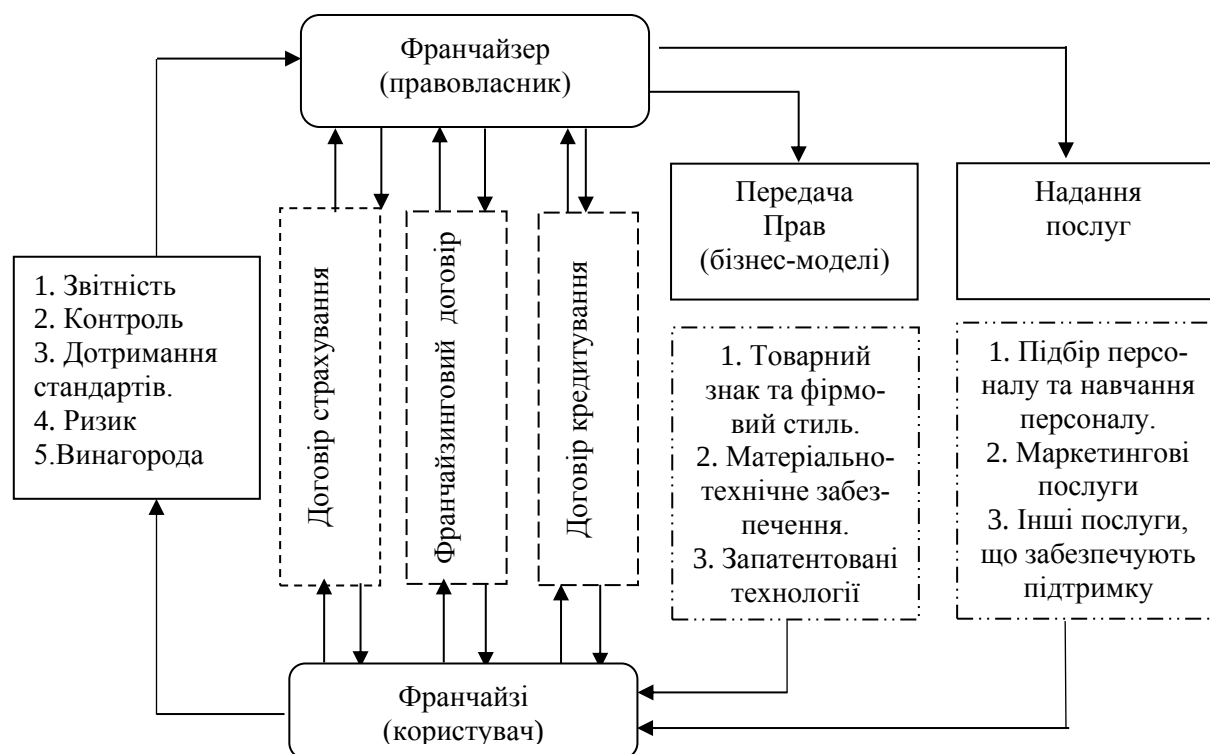


Рис. 1 Схема взаємодії суб'єктів франчайзингу

Джерело: сформовано за: [3, с.217].

наданих користувачеві прав, ділової репутації та комерційного досвіду правоволодільця в певному обсязі із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної сфери підприємницької діяльності [10].

Відносини оформляють письмовим договором комерційної концесії, сторонами можуть бути тільки СПД – юридична особа чи ФОП (ст. 1117 ЦКУ). Можна передбачити передання в користування комплексу набутих прав третім особам – субконцесію (ст. 1119 ЦКУ).

Виходячи із змісту ГКУ та ЦКУ та враховуючи аналогію у правовій природі комерційної концесії та франчайзингу, доцільно зазначити, що правоволоділець – це франчайзер, а користувач – франчайзі; зміст норм у двох кодексах, де надаються поняття договору комерційної концесії і визначається його предмет, не є цілком аналогічним, однак частково повторюється та взаємодоповнюють одна одну.

Також варто відмітити, що слід користуватися «вітчизняною термінологією» що найменше у випадку з внутрішніми догово-

рами. Хоча навіть при використанні термінології франчайзингу, прийнятої в міжнародному обороті, українські суди трактують такі правовідносини як відносини комерційної концесії, отже проблем з тлумаченням у учасників таких правовідносин виникнути не повинно [5].

Висновки. Велике значення для провадження франчайзингового бізнесу в країні мають політичні чинники, а саме наявність законодавчої бази, яка регулює франчайзингові відносини та створює відповідні механізми регламентування прав інтелектуальної власності [12]. Нормативно-правове забезпечення франчайзингового бізнесу для українських підприємців, має буди нормативно-правовою підтримкою, яка сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу в країні. Аналіз законодавчого рівня розвитку франчайзингу свідчить про те, що він в основному базується на понятті договору комерційної концесії, за яким передаються:

1. Комплекс прав на об'єкти інтелектуальної власності (знаки для товарів і послуг, комерційне найменування, промислові зразки, винаходи, твори, комерційна таємниця,

ноу-хау тощо).

2. Комерційний досвід.

3. Ділова репутація [6].

Формуючи нормативну-правову базу для ефективного франчайзингового бізнесу в Україні, слід детально аналізувати та використовувати позитивний зарубіжний досвід таких країн як США, Європа та Китаї, але разом з тим враховувати національні особливості та потреби суб'єктів господарювання в Україні [1].

Література

1. Гордеюк А. О., Жук Д. В. Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні : веб-сайт. – URL : https://pp-ss.pro/wp-content/uploads/2019/12/NDI_PPSN_2019-12-10.pdf

2. Господарський кодекс України від 16.01.2003. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40-44. – Ст. 144 6.

3. Дахно І. І. Зовнішньоекономічний менеджмент: навч. пос. / І. І. Дахно, Г. В. Бабіч, М. В. Барановська. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 568 с.

4. Магомедова А. М. Франчайзинг в Україні: проблеми теорії та практики / А. М. Магомедова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 11. – С. 52–56. <https://doi.org/10.12927/hcpap.2011.22440>

5. Особливості франчайзингу по-українськи: на що слід звернути увагу : веб-сайт. – URL : https://ua.prostopravo.com.ua/prava_biznesu/dogovirni_vidnosini/statti/osoblivosti_franchayzingu_po_ukrayinski_na_scho_slid_zvernuti_uvagu

6. Почему стоит инвестировать во франчайзинг в 2021 году?: веб-сайт. – URL : <https://inventure.com.ua/analytics/articles/pochemu-stoit-investirovat-vo-franchayzing-v-2021-godu>

7. Проект закону України «Про франчайзинг» від 22.02.2018 р.

8. Регламент Комісії (ЄС) № 330/2010 від 20 квітня 2010 р. – URL : www.buh24.com.ua/reglament-komisiyi-yes330-2010-vid-20-kvitnya-2010-r/

9. Сидоров Я. О. Становлення інституту комерційної концесії в Україні (цивільно-правовий аспект): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / Сидоров Ярослав Олексійович. – Харків, 2004. – 21 с.

10. Цивільний кодекс України від 16.01. 2003 р. №435-IV // Відомості Верховної Ради України від 03.10.2003. – 2003. – №40

11. Fernandez L., O'Brien T., Soler F. N. Disclosure Basics Under Federal and State Franchise Laws [Electronic resource] / Lauren Fernandez, Timothy O'Brien, Felicia N. Soler // 46th Annual Legal Symposium of International Franchise Association. – Washington, DC (USA), May 5-7, 2013. – 35 p. – Available from :

<http://emarket.franchise.org/2013ls/Basics%20Disclosure%20Paper.PDF>.

12. Ohinok S. The Strategy of Entry of Franchise Networks from the EU into the Ukraine's Market. Handel wewnetrzny. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur. 2016. – Rocz. 62(LXII). – P. 228–239.

References

1. Hordeiuk, A.O., & Zhuk, D.V. (2019). Osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku franchayzynyh v Ukraini. Retrieved from https://pp-ss.pro/wp-content/uploads/2019/12/NDI_PPSN_2019-12-10.pdf

2. Hospodarskyy Kodeks Ukrainy vid 16.01.2003. (2003). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy, (40-44), St. 144 6.

3. Dakhno, I.I., Babich, H.V., & Baranovska, M.V. (2016). Zovnishnioekonomichnyy menedzhment. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury.

4. Mahomedova, A.M. (2011). Franchayzinh v Ukraini: problemy teorii ta praktyky. Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini, (11), 52-56. Retrieved from <https://doi.org/10.12927/hcpap.2011.22440>

5. Osoblyvosti franchayzynyh po-ukrainsky: na shcho slid zvernuty uvahu: veb-sayt. – Retrieved from https://ua.prostopravo.com.ua/prava_biznesu/dogovirni_vidnosini/statti/osoblivosti_franchayzingu_po_ukrayinski_na_scho_slid_zvernuti_uvagu

6. Pochemu stoit investirovat vo franchayzing v 2021 godu? veb-sayt. Retrieved from <https://inventure.com.ua/analytics/articles/pochemu-stoit-investirovat-vo-franchayzing-v-2021-godu>

7. Proekt zakonu Ukrainy «Pro Franchayzynyh» vid 22.02.2018 r.

8. Rehlament Komisii (ES) № 330/2010 vid 20 kvitnia 2010 r. Retrieved from www.buh24.com.ua/reglament-komisiyi-yes330-2010-vid-20-kvitnya-2010-r/

9. Sydorov, Ya.O. (2004). Stanovlennia instytutu komertsynoi kontsesii v Ukraini (tsyvilno-pravovyy aspekt). Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv.

10. Tsyvilnyy kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. №435-IV. (2003). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 03.10.2003, (40).

11. Fernandez, L., O'Brien, T., & Soler, F.N. (2013). Disclosure Basics Under Federal and State Franchise Laws. Lauren, Fernandez, Timothy, O'Brien, Felicia N., Soler. 46th Annual Legal Symposium of International Franchise Association. Washington, DC (USA), May 5-7, 2013, 35 p. – Retrieved from <http://emarket.franchise.org/2013ls/Basics%20Disclosure%20Paper.PDF>.

12. Ohinok, S. (2016). The Strategy of Entry of Franchise Networks from the EU into the Ukraine's Market. Handel wewnetrzny. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Rocz. 62(LXII), pp. 228-239.

FEATURES OF REGULATION
OF NATIONAL DEVELOPMENT OF FRANCHISING

*Yu. B. Fedun, Ph. D (Econ.), Associate Professor, D. S. Golubka, Master,
Ivan Franko National University of Lviv*

Methods. General and specific methods were used in the process of conducting the research, such as: dialectical method of cognition – while studying the evolution of the legal field of franchising in the USA; induction and deduction – while forming hypotheses about the mechanism of pre-contractual and post-contractual relations between the parties to protect franchisees; scientific abstraction – while establishing the essence of franchising; systems analysis – while studying the interaction of franchise activity subjects; method of comparison – while comparing the legal environment of franchising in Ukraine and abroad.

Results. Different approaches of domestic and foreign scholars, as well as the provisions of the legal framework of Ukraine and the world regarding the definition of «franchising» are analyzed. There are identified the essential features of franchising and its features depending on the form in which the franchisor provides the franchisee with goods or services. The main factors influencing the development of franchising are determined. It is established that the development of franchising contributes to the growth of small and medium enterprises, which has a positive impact on the development of the national economy.

Novelty. On the basis of the study of the basic principles of running the successful business in the form of franchising and highlighting the specifics of the formation of regulatory and legal support for its effective development in developed countries, general principles of regulating the relationship between franchisor and franchisee to form its effective development in Ukraine are formed.

Practical value consists in the analysis of the state and prospects of franchising business in Ukraine, as well as in the development of recommendations for the formation of regulatory and legal support for its effective development.

Keywords: national economy, franchising, international franchising, franchisor, franchisee, legal regulation of franchising, integration processes.

Надійшла до редакції 20.11.21 р.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ ТА ЕКОЛОГІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНІВ ТА РИЗИКИ ВИНИКНЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ДЕПРЕСІЙ

*М. С. Пашкевич, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка»,
pashkevych.m.s@nmu.one, <https://orcid.org/0000-0003-3012-1690>*

Методологія дослідження. Дослідження проблем управління соціально-економічним та екологічним розвитком регіонів та ризиків виникнення територіальних депресій ґрунтується на теоретико-методологічних засадах теорій просторового та регіонального розвитку, інновацій, бюджетування, територіальної конвергенції. Було використано загальнонаукові методи дослідження: метод аналізу та синтезу – при дослідженні політики регіонального вирівнювання; загального й особливого – при обґрунтуванні специфіки територіального устрою; класифікацій – при створенні типології ризиків виникнення територіальних депресій.

Результати. У статті проведено дослідження низки проблем методологічного характеру щодо регіонального вирівнювання, бюджетного регулювання, територіального устрою, стимулювання сприятливого інвестиційного клімату для соціально-економічного та екологічного розвитку регіонів. Показано дискусійний характер деяких аспектів сучасної регіональної політики розвитку. Проаналізовано ризики виникнення територіальних депресій. Обґрунтовано поділ територіальних депресій на природні та техногенні; соціальні, економічні та екологічні; локальні, регіональні, національні та глобальні. Побудовано оптимальну модель відносин між центром та регіонами на сучасному етапі реформування економіки України. Запропоновано агентно-процесний підхід до проектування кластерів територіального соціально-економічного та екологічного розвитку.

Новизна. На основі узагальнення теоретичних положень окреслено проблеми та запропоновано напрями удосконалення управління соціально-економічним та екологічним розвитком з метою запобігання ризикам виникнення просторових депресій.

Практична значущість. Класифікація ризиків виникнення просторових депресій, актуалізація проблем управління соціально-економічним та екологічним розвитком регіонів дозволить формувати більш ефективну політику регіонального розвитку та забезпечувати стимулювання регіональної економіки.

Ключові слова: регіон, регіональна економіка, розвиток, просторова депресія, ризик, управління, соціально-економічний розвиток, екологічний розвиток, інвестиційний клімат, політика.

Постановка проблеми. З метою забезпечення економічного зростання України, підвищення стандартів життя людей незалежно від території проживання, налагодження ефективних інноваційних процесів у розвитку продуктивних сил країни, особливо в умовах кризових економічних явищ, потребують концептуального перегляду існуючі методологічні підходи до формування економічної політики та механізмів регулювання розвитку регіонів.

Проблема, яка пов'язана із забезпеченням оптимальної та ефективної територіальної організації продуктивних сил, полягає у тому, що для різномірних регіонів України повинні бути визначені економічні конкурентні переваги та подолана міжрегіональна диференціація, а також існуюча практика розподілу регіонів на донорів та реципієнтів; регіональна економіка потребує переорієнтації з ресурсомісткої моделі на наукомістку; економічний регіональний розвиток повинен

супроводжуватися екологічною конструкцією замість деструкції та соціальним гуртуванням замість розколу, чого вимагає парадигма сталого розвитку.

У свою чергу, процес територіальної конвергенції на засадах інноваційності та сталості гальмується впливом низки чинників, серед яких: стрімке поширення депресивності просторового розвитку, яке спричиняє утворення так званих «мертвих» зон на території України; не обґрунтоване бюджетне регулювання, яке не чутливо реагує на динаміку регіональних економічних процесів та через механізм міжбюджетних трансфертів стримує розвиток конкурентного середовища для регіонів та, навпаки, сприяє зародженню утриманських настроїв; відсутність обґрунтованих засад еколого-економічного регулювання розвитку регіонів, що не дозволяє формувати регіональну політику на принципах збереження наявних природних ресурсів для наступних поколінь; низька взаємна узгодженість існуючих механізмів регулювання соціально-економічного розвитку регіонів, що призводить до їх суперечливості та нівелювання внаслідок цього запланованого ефекту від їх дії. Все вище зазначене можна віднести до актуальних методологічних проблем управління соціально-економічним та екологічним розвитком регіонів, нехтування якими може викликати виникнення територіальних депресій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам регіонального регулювання економіки та розробки політики соціально-економічного та екологічного розвитку присвятили свої праці чимало зарубіжних вчених. У витоків формування сучасних теорій та концепцій регіоналізації, просторового розвитку, географічного розміщення продуктивних сил та розробки ефективної регіональної політики зростання стояли такі вчені, як: Фалуді А. [7], Брундтланд Г. [8], Массер І. [9] та інші. У їх працях у різні часи було розкрито принципи сталого розвитку, управління регіонами за моделлю «центр-периферія», впливу інновацій і трансферу технологій на територіальну конвергенцію, класифікації економіки регіонів для забезпечення її зростання, адміністративно-територіального устрою держави та співвідношення

центру та регіонів у регулюванні регіонального розвитку. Більшість основоположників сучасних концепцій територіального розвитку регіонів висловлювали прихильність до ідей децентралізації та сталого розвитку регіонів.

В українській науковій школі регіоналістики та регіональної економіки фундаментальні теоретико-методологічні розробки належать таким вченим, як: Амоша О. А. [4], Геєць В. М. [5], Варналій З. С. [6] та інші. Українська наукова думка була сфокусована на обґрунтуванні організаційно-економічних механізмів подолання соціальної, економічної та екологічної депресії гірничодобувних регіонів, подолання територіальної диференціації та демографічної регіональної кризи, а також доведенні принципів розподілу економічних ресурсів та потужностей у просторі для конвертації територіального потенціалу у економічну ефективність та зростання.

Слід відзначити, що чимало науковців у своїх дослідженнях удосконалювали теоретико-методологічні засади регіонального розвитку різних специфічних сферах [7–9], вбачаючи у конкретній економічній галузі драйвер соціально-економічного регіонального зростання. Наприклад, транспортно-логістичний сектор та галузь відновлювальної енергетики розглядаються деякими авторами як перспективні для регіональної економіки Польщі, оскільки мають відношення до сталого розвитку [7, с.45] та енергоефективності [9, с.98]. Навпаки, вчені у [8, с. 5–14] обґрунтовують, що туризм є основою сучасного непромислового розвитку регіонів. На наш погляд, не зважаючи на конкретизацію економічних секторів розвитку регіональної економіки, усі зазначені дослідження можна узагальнити на підставі того, що запропоновані авторами підходи характеризуються як статичні, оскільки не дозволяють проаналізувати розвиток території, як динамічний процес, обмежують сприйняття розвитку певним моментом часу замість його вивчення протягом необмеженого терміну, чого вимагає сучасна парадигма сталого функціонування соціальної, економічної, екологічної складових регіональної системи.

Найбільш поширеними можна назвати методологічні підходи, спрямовані на:

прям розвитку, сферу прояву розвитку, масштаб поширення територіальних депресій, рівень стабільності змін, ступінь їх динамічності, рівень управління [10, с.23], джерело походження розвитку, його зміст, характер та внутрішні фактори [11], відношення економічного зростання та інновацій [12, с. 13–14], гармонійність, стабільність, збалансованість, врівноваженість, конкурентоспроможність, безпеку сталого розвитку [13], глибину інтеграції до світового господарства [14, с. 72–78] та інші сфери.

На нашу думку, існуючі підходи до визначення міжрегіональної розбалансованості потребують удосконалення. Це пов'язано з тим, що вони ґрунтуються здебільшого на аналізі соціально-економічної сфери, не достатньо враховуючи екологічну складову, що вступає у протиріччя з принципами сталого розвитку; відображають таку ознаку розвитку, як «за сферою прояву», без прийняття до уваги інших різноманітних ознак, що характеризують динаміку, інноваційність, генезис розвитку тощо; не достатньо уваги приділяють ризикам виникнення територіальних депресій. Внаслідок виявлених недоліків у існуючій методиці оцінки регіональних відмінностей розвитку можливе некоректне визначення фактичного стану міжрегіональної диференціації, не коректна інтерпретація даних та не обґрунтоване інформаційне забезпечення процесу розробки механізмів регулювання розвитку регіонів.

Незважаючи на значну увагу до питання стимулювання розвитку регіонів з боку вітчизняних та зарубіжних вчених, наявність великої кількості наукових праць та прогнозів, Україні слід віднайти власну унікальну модель розвитку регіонів, побудовану на обґрунтуванні методологічних основ економічної політики та механізмів регулювання регіонального розвитку, що є актуальним для теорії регіональної економіки та розвитку продуктивних сил особливо в контексті державного курсу на підвищення ролі регіонів.

Таким чином, серед не вирішених питань проблеми формування методологічних засад регіонального розвитку для попередження виникнення територіальних депресій можна відзначити наступні. Формування потребують комплексні фундаментальні теоре-

тичні засади забезпечення соціально-економічного розвитку продуктивних сил регіонів та механізми регулювання та стимулювання регіонального розвитку.

Необхідно виявити першочергові завдання для подолання просторової асиметрії розміщення продуктивних сил, обґрунтувати методи розвитку депресивних регіонів, доповнити методологію регіонального вирівнювання, проаналізувати зарубіжний досвід регіональної політики з обґрунтуванням шляхів його адаптації до українських реалій, надати практичні рекомендації щодо ефективного формування кластерів та покращення регіонального інвестиційного клімату.

Формулювання мети статті. Таким чином, метою дослідження є окреслення методологічних проблем управління соціально-економічним та екологічним розвитком регіонів для оцінки ризиків та попередження негативних процесів виникнення територіальних депресій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для того, щоб сформулювати проблеми розвитку продуктивних сил у регіонах та окреслити методологічне підґрунтя їх вирішення було здійснено аналіз напрямів державної регіональної політики.

Аналізуючи особливості та чинні пріоритети соціально-економічного розвитку регіонів України, можна прийти до висновку про значимість побудови оптимальної моделі відносин між центром та регіонами на сучасному етапі реформування економіки України. При цьому, методологічними передумовами для формування економічної політики регіонального розвитку під впливом новітніх чинників є врахування принципів самоорганізації регіональної системи, її соціально-економічної динаміки та державно-приватно-громадського партнерства.

Ретроспективний аналіз еволюції поглядів на цілі та завдання регулювання регіонального розвитку в Україні дозволяє встановити переваги та недоліки різних підходів. Головною особливістю підходів до розвитку регіональної економіки є те, що всі вони спрямовані на задоволення інтересів різних суб'єктів: бізнесу, соціуму, держави, у той час, коли, наприклад, у Європейській політиці регіонального розвитку спостерігається

орієнтація на пріоритетність цілей надутворення ЄС поряд з інтересами окремих держав-членів [15, с. 335–342]. Відповідно до цього, у різні часи кардинально змінювалися пріоритети та цілі регулювання регіонального розвитку, які просто не встигали бути втіленими у життя.

Вивчення генезису депресивності просторового розвитку дозволило зробити висновки, що й дотепер політика державного регулювання регіонального розвитку з метою уникнення загострень соціально-економічних проблем на певних територіях є не обґрунтованою та не запланованою.

Аналіз істотних характеристик процесу регіонального вирівнювання, теоретико-методологічні підходи до визначення яких впливають на кінцеву конфігурацію та ефективність механізмів подолання територіальної диференціації дозволив систематизувати існуючі типи механізмів та на цій основі запропонувати новий підхід до концепції формування політики регіонального вирівнювання в Україні, згідно якого економічно ефективною була б політика точкового регіонального вирівнювання та підсилення відповідальності бізнесу за розвиток регіонів, як це доведено у [16, с. 595–607].

Особливе місце у методологічному підґрунті управління соціально-економічним та екологічним розвитком регіонів посідають дослідження механізмів бюджетного регулювання, спрямованих на стимулювання розвитку регіонів та їх конвергенцію. Обґрунтування низки протиріч, існуючих між принципами бюджетного регулювання та регіонального розвитку дозволило висунути гіпотезу про те, що доречною була б концепція трансфертно-варіативного підходу до регулювання бюджетних надходжень відповідно до положень Бюджетного Кодексу України. Водночас механізми краудфандингу та краудсорсингу формують соціальну відповідальність суспільства та домогосподарств за регіональний розвиток, у яких, на відміну від бізнес-структур, відсутні протиріччя між власними та регіональними цілями розвитку [17].

З метою вирішення проблеми комплексного регіонального вирівнювання також доцільно доповнити існуючу класифікацію

регіональних відмінностей у розвитку новими ознаками, щоб врахувати нові чинники глобального економічного середовища та економічної системної динаміки під час прийняття управлінських рішень щодо попередження виникнення депресивного стану просторового розвитку.

До методологічних проблем соціально-економічного та екологічного розвитку регіонів слід віднести проблеми адміністративно-територіального устрою, еколого-економічних характеристик регіональної економіки, системи державного управління під час формування економічної політики і механізмів регулювання регіонального розвитку. На прикладі регіонів України видно, як не упорядкованість існуючої схеми територіально-адміністративного устрою, не досконалість понятійного апарату, суперечливість категорій АТУ Конституції України, не визначеність чіткої процедури утворення районів негативно позначаються на регулюванні регіонального розвитку.

Екологічна проблематика розвитку регіонів дедалі стає все гострішою і потребує окремої політики для формування потенціалу ресурсного забезпечення економіки регіонів [18]. Тому, на наш погляд, необхідно розглянути можливість регулювання регіонального розвитку при умові дотримання структурно-кількісної еколого-економічної рівноваги всієї регіональної системи, а також з урахуванням сценаріїв розвитку регіональної економіки під впливом еколого-економічних «малих» факторів, існування яких підтверджено загальнонауковими положеннями про складність соціально-економічних систем та закономірності їх поведінки.

Еволюційно-хронологічний метод пізнання дозволяє передбачити можливість використання у практиці моделі вибіркової децентралізації у державному управлінні розвитком регіонів із залученням компаній [19]. Також важливою методологічною проблемою є визначення ефективності та результативності надсистеми державного управління згідно критерію керованості регіональної підсистеми.

Дослідження принципів та механізмів регіональної політики у інших країнах, переважно з розвинутою ринковою економікою показують важливі розбіжності з україн-

ськими реаліями, які знаходяться у площині фінансування регіонального розвитку, узгодження з глобальною або наднаціональною політикою, реалізації спеціальних ініціатив з територіального розвитку. Необхідно цілеспрямовано відібрати суттєві факти, концепції, моделі, механізми, експертні оцінки регіональної політики країн – діючих та асоційованих членів ЄС, а також тих, які готуються до вступу, на основі чого обґрунтувати оптимальну систему та структуру регулювання регіонального розвитку, прийнятну для України з урахуванням євроінтеграційних пріоритетів. Так, на наш погляд, існує чіткий системоутворюючий принцип європейської регіоналістики та формування регіональної економічної політики, який полягає у багаторівневій самоідентифікації громадян у межах однієї країни.

Залишається методологічно не опрацьованим процес формування кластерних територіально-виробничих утворень, що складає частину економічної безпеки регіональної економіки [20, с. 38–41]. На підставі аналізу рівнів, складових та ефективності регулювання регіонального розвитку на етапах

від формування до впровадження регіональної економічної політики можна стверджувати, що релевантним у сучасних економічних умовах є агентно-процесний підхід до проектування кластерів.

Потребує доповнення категоріальний апарат, який становить теоретичну основу процесу формування регіонального інвестиційного клімату, щоб більш глибоко дослідити сутність та динамічні характеристики інвестиційного клімату регіону, розробити модель його формування та поліпшення. Певні аспекти об'єктивної економічної реальності, які характеризуються опортуністичною поведінкою економічних суб'єктів, повинні знайти відображення у новітній моделі сталого регіонального розвитку, розроблений на основі методологічного біхевіоріального підходу.

Як зазначалося вище, методологічні проблеми управління соціально-економічним та екологічним розвитком регіонів можуть стати негативними чинниками та сприяти процесу виникнення територіальних депресій, оскільки містять у собі фактори ризиків нерівномірності територіального розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Ризики виникнення територіальних депресій

Класифікаційна ознака	Тип	Обґрунтування
За джерелом виникнення	Природні	Неможливість соціально-економічного розвитку території пов'язана з негативним впливом природних факторів (погіршення клімату, вичерпання природних ресурсів для економічно моноструктурних регіонів, природні катастрофи, природні умови, що ускладнюють розвиток логістики та інфраструктури тощо)
	Техногенні	Неможливість соціально-економічного розвитку території пов'язана з негативним впливом техногенних факторів (території відчуження через техногенні катастрофи, промислові зони працюючих підприємств, не придатні для життя)
За сферою прояву	Соціальні	Неможливість соціально-економічного розвитку території пов'язана з вірогідністю виникнення соціальних факторів негативного впливу (демографічний спад, соціально-етнічні конфлікти, гендерна нерівність тощо)
	Економічні	Неможливість соціально-економічного розвитку території пов'язана з вірогідністю виникнення економічних факторів негативного впливу (втрата ринків збуту, застарілі виробничі потужності, низька конкурентоспроможність продукції, втрата робочої сили тощо)
	Екологічні	Неможливість соціально-економічного розвитку території пов'язана з вірогідністю виникнення екологічних факторів негативного впливу
За рівнем виникнення	Локальні	Ризики локального характеру виникають на окремих територіях, підприємствах регіону, але не є притаманними для всього регіону
	Регіональні	Ризики, що виникають на всій території регіону і загрожують його соціально-економічному розвитку
	Національні	Ризики зовнішнього характеру по відношенню до регіону, які виникають на рівні держави в цілому
	Глобальні	Ризики зовнішнього характеру по відношенню до регіону та держави, які виникають у міжнародному просторі

Зокрема, існують чимало підходів до тлумачення сутності регіону, зокрема, як адміністративно-територіального утворення та як території, що являє очевидну спільноту, має економічну та соціальну подібність. Водночас, існують численні проблеми теперішнього адміністративно-територіального устрою України, які гальмують регіональний розвиток. В результаті, незрозумілим та необґрунтованим залишається з'ясування того факту, який же підхід слід використовувати під час формування ефективної державної регіональної політики і розробки механізмів регулювання регіонального розвитку. Адже від того, що розуміється під поняттям «регіон» залежать механізми моніторингу та попередження соціально-економічних депресій.

підходять до аналізу причин виникнення просторової депресії, її класифікацій. Однак, методи державного впливу на розвиток депресивних моно-міст та регіонів, які вже розроблялися для умов України, є надто загальними, не конкретизованими та розмитими. Між тим, необхідно більш детально розкрити зміст цих методів розвитку депресивних територій, проаналізувати результати їх впровадження на окремих територіях, якщо облік таких вівся, для того, щоб здійснити порівняння з тими методами комплексного саморозвитку депресивних регіонів України (на прикладі гірничодобувних), які можуть бути розроблені найближчим часом. Для цього, на наш погляд, доцільно проаналізувати стадії процесу утворення соціально-економічної депресії регіонів (рис.1).

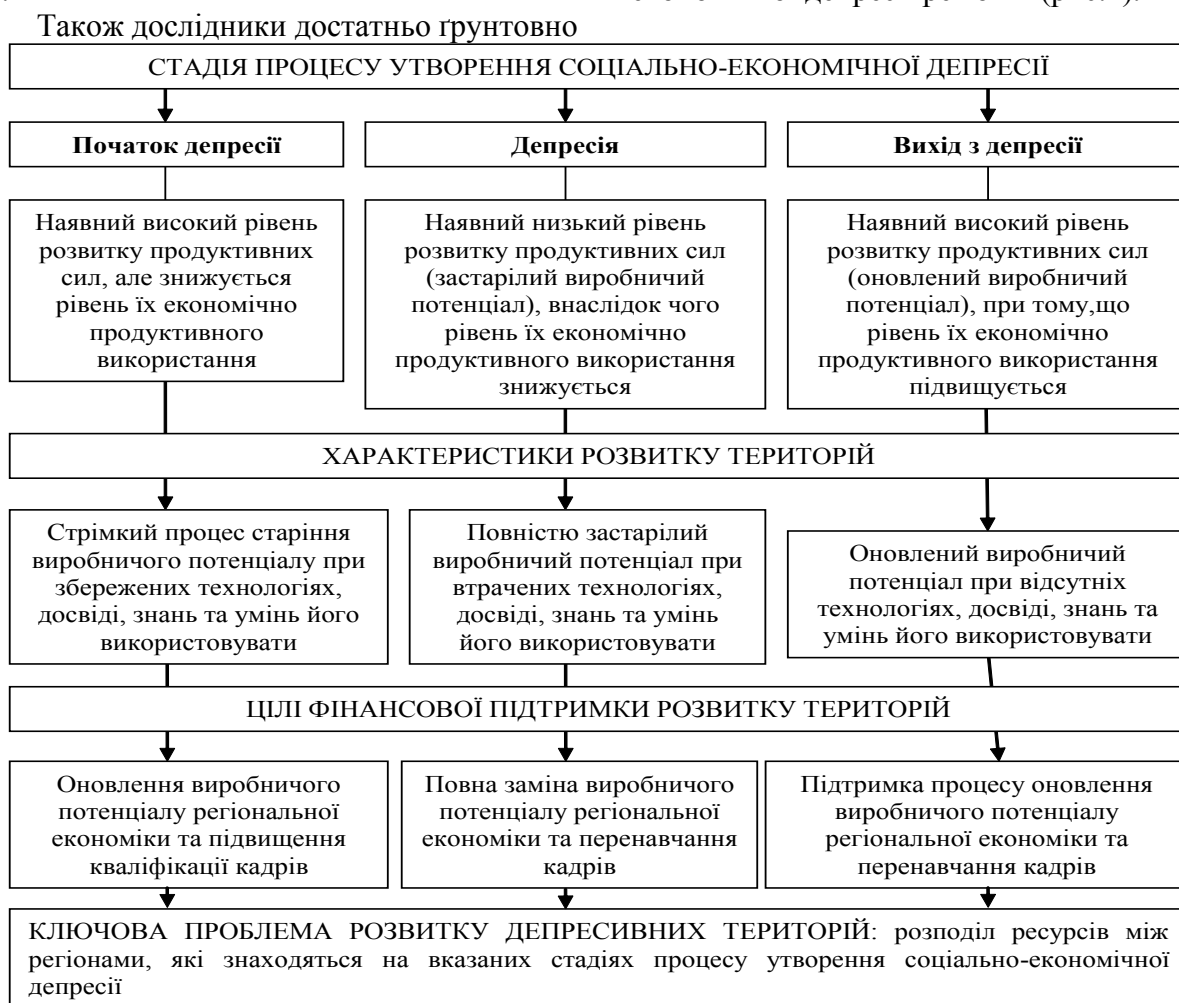


Рис.1 Характеристики розвитку депресивних регіонів залежно від стадії процесу утворення соціально-економічної депресії

Представляє практичну цінність існуючий механізм оцінки регіональних відмінностей. Однак, він суперечить пріоритету

інноваційного розвитку економіки, тому що не враховує показників інноваційної активності.

ності регіонів. Між тим, у інноваційно-економічному розвитку областей України можна виділити такі показники, як реалізована інноваційна продукція відносно до витрат на інноваційну діяльність; витрати на виконання наукових робіт на 1 працівника наукових установ тощо. Взагалі необхідно розробити цілу систему обліку інформації щодо інноваційного розвитку регіональної економіки. Потребує розрахунків процес рейтингування регіонів за їх інноваційним розвитком. Це може скласти основу для розподілу бюджетних коштів держави на інноваційний розвиток регіонів, якщо така основа буде складена коректно та об'єктивно.

Під час аналізу існуючих протиріч між бюджетним регулюванням та регіональним розвитком стає зрозуміло, що держава зацікавлена у збільшенні фінансових надходжень у бюджет, а приватні економічні суб'єкти у їх зменшенні. Така практика притаманна економіці України. Адже відомим є те, що у деяких розвинутих країнах Європи, наприклад, Швейцарії, Швеції, Ліхтенштейні, про надійність підприємства судять за кількістю сплачених податків. І тому, підприємства, навпаки, прагнуть здійснювати достатні платежі у бюджет для підвищення свого рейтингу. Тоді у якій же площині знаходиться це протиріччя: у економічній або ідеологічній та морально-етичній?

Еколого-економічний регіональний розвиток, на наш погляд, повинен ґрунтуватися на такому важливому показнику, як приріст обсягів валового регіонального продукту залежно від фактору норми використання природних ресурсів на 1 підприємство [21, с. 65–67]. При цьому показник обсягів валового регіонального продукту по кожному виду продукції та послуг повинен бути виражений в умовних одиницях. Зрозуміло, що при надзвичайно великій номенклатурі виробництва у регіоні дуже важко буде привести цю номенклатуру до однакових умовних одиниць і тому це також потребує досліджень. Вочевидь, нехтування екологічним розвитком територій прямо призведе до екологічної територіальної катастрофи.

Висновки. Одержані під час наукових пошуків та досліджень теоретичні результати та висновки є значущими для розвитку економічної науки, а саме тієї її частини, яка

стосується раціонального використання продуктивних сил і регіональної економіки. Вони спрямовані на удосконалення існуючих теоретико-методологічних засад формування економічної політики і механізмів регулювання регіонального розвитку в Україні для забезпечення підвищення конкурентоспроможності вітчизняних регіонів, подолання територіальної диференціації та повноцінної інтеграції у європейський соціально-економічний простір. У таких аспектах, як формування кластерних територіально-виробничих утворень, забезпечення сталого регіонального розвитку, підвищення рівня привабливості регіонального інвестиційного клімату, подані у роботі теоретичні напрацювання виходять за межі соціально-економічних та екологічних умов України та стосуються розвитку наукових підходів до пізнання процесів регіональної економіки, які однаково властиві регіонам будь-якої країни.

У подальшому наукові результати можуть бути використанні для удосконалення державного регулювання, формування економічної, соціальної та екологічної політики як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях, окремими підприємствами для оцінки та прогнозування регіонального середовища, у якому вони працюють.

Література

1. Andreas Faludi (2000) The European Spatial Development Perspective – What Next?, *European Planning Studies*, 8:2, pp. 237-250. DOI: 10.1080/096543100110866
2. Brundtland, G. H. (1987). What is sustainable development. *Our common future*, 8(9).
3. Ian Masser (1990). Technology and Regional Development Policy: A Review of Japan's Technopolis Programme, *Regional Studies*, 24:1, pp. 41-53. DOI: 10.1080/00343409012331345774
4. Амоша О. І. Пріоритети розвитку депресивних регіонів / О. І. Амоша, І. В. Петенко // *Наукові праці НДФІ*. – 2012 – №3. – С. 50–56.
5. Гєсць В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України / В. М. Гєсць // *Економіка України*. – 2014. – №12. – С. 4–19.
6. Варналій З. С. Регіональна політика України: нові умови, нові вимоги / З. С. Варналій // *Стратегічні пріоритети*. – 2007. – №1. – С. 141–149.
7. Ogryzek, Marek, and Ada Wolny-Kucińska. (2021). «Sustainable Development of Transport as a Regional Policy Target for Sustainable Development – A Case Study of Poland», *ISPRS International Journal of Geo-Information* 10, no. 3: 132. <https://doi.org/10.3390/ijgi10030132>

8. Taotao Deng, Yukun Hu, Mulan Ma, Regional policy and tourism: A quasi-natural experiment, *Annals of Tourism Research*, Volume 74, 2019, pp. 1-16. ISSN 0160-7383, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.10.001>

9. Śleszyński, Przemysław, Maciej Nowak, Agnieszka Brelik, Bartosz Mickiewicz, and Natalia Oleszczyk. (2021). «Planning and Settlement Conditions for the Development of Renewable Energy Sources in Poland: Conclusions for Local and Regional Policy», *Energies* 14, no. 7: 1935. <https://doi.org/10.3390/en14071935>

10. John R. Moodie, Mari Wøien Meijer, Viktor Salenius & Michael Kull (2021). Territorial governance and Smart Specialisation: empowering the sub-national level in EU regional policy, *Territory, Politics, Governance*. DOI: 10.1080/21622671.2021.1905542

11. Hanna Mattila, Eva Purkarthofer & Alois Humer (2020). Governing 'places that don't matter': agonistic spatial planning practices in Finnish peripheral regions, *Territory, Politics, Governance*. DOI: 10.1080/21622671.2020.1857824

12. Andreas Öjehag-Pettersson (2020). Measuring innovation space: numerical devices as governmental technologies, *Territory, Politics, Governance*, 8:5, pp.621-638. DOI: 10.1080/21622671.2019.1601594

13. Yasmine Willi, Marco Pütz & Joost Jongerden (2020). Unpacking legitimacy in regional development: asymmetric justification and the functioning of regional development agencies, *Territory, Politics, Governance*. DOI: 10.1080/21622671.2020.1805352

14. Tessa Talitha, Tommy Firman & Delik Hudalah (2020). Welcoming two decades of decentralization in Indonesia: a regional development perspective, *Territory, Politics, Governance*, 8:5, pp. 690-708. DOI: 10.1080/21622671.2019.1601595

15. Michael Keating (2021). Beyond the nation-state: territory, solidarity and welfare in a multiscalar Europe, *Territory, Politics, Governance*, 9:3, pp. 331-345. DOI: 10.1080/21622671.2020.1742779

16. John Harrison (2021). Seeing like a business: rethinking the role of business in regional development, planning and governance, *Territory, Politics, Governance*, 9:4, pp. 592-612. DOI: 10.1080/21622671.2020.1743201

17. Бахур Н. В. Краудфандинг та краудсорсинг як інструменти стимулювання розвитку регіонів та громад / Н. В. Бахур // *Ефективна економіка*. – 2021. – № 9. – URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9282>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.9.85.

18. Топалова І. А. Формування потенціалу ресурсного забезпечення економіки регіону: теоретичний аспект / І. А. Топалова // *Ефективна економіка*. 2020. – № 10. – URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8263> DOI: 10.32702/2307-2105-2020.10.63.

19. Мацьків Р. Т. Соціально відповідальна діяльність компаній в контексті регіонального розвитку / Р. Т. Мацьків // *Ефективна економіка*. – 2020. – № 6. – URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7942>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.51.

20. Давидова І. О. Теоретичні основи формування системи економічної безпеки регіону та її роль

у забезпеченні національної безпеки держави / І. О. Давидова, В. В. Лебедченко // *Бізнес-Інформ*. – 2020. – №5. – С. 36–42. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-36-42>.

21. Писаренко П. В., Самойлік М. С., Диченко О. Ю., Руденко О. М. Оптимізація організаційної структури управління ресурсно-екологічною безпекою на регіональному рівні на інноваційних засадах / П. В. Писаренко, М. С. Самойлік, О. Ю. Диченко, О. М. Руденко // *Бізнес-Інформ*. – 2020. – №8. – С. 60–68. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-60-68>.

References

1. Andreas Faludi (2000). The European Spatial Development Perspective - What Next? *European Planning Studies*, (8:2), 237-250, DOI: 10.1080/096543100110866

2. Brundtland, G. H. (1987). What is sustainable development. *Our common future*, 8(9).

3. Ian Masser (1990). Technology and Regional Development Policy: A Review of Japan's Technopolis Programme. *Regional Studies*, (24:1), 41-53, DOI: 10.1080/00343409012331345774

4. Amosha, O.I., & Petenko, I.V. (2012). *Priorytety rozvytku depresyynykh rehioniv*. Naukovi pratsi NDFI, (3), 50-56.

5. Geets, V.M. (2014). Instytutsiyna obumovlenist innovatsiynykh protsesiv u promyslovomu rozvytku Ukrainy. *Ekonomika Ukrainy*, (12), 4-19.

6. Varnaliy, Z.S. (2007). *Rehionalna polityka Ukrainy: novi umovy, novi vymohy*. Stratehichni Priorytety, (1), 141-149.

7. Ogryzek, Marek, and Ada, Wolny-Kucińska. (2021). Sustainable Development of Transport as a Regional Policy Target for Sustainable Development – A Case Study of Poland, *ISPRS International Journal of Geo-Information* 10, (3), 132. <https://doi.org/10.3390/ijgi10030132>

8. Taotao, Deng, Yukun, Hu, & Mulan, Ma. (2019). Regional policy and tourism: A quasi-natural experiment, *Annals of Tourism Research*, Volume 74, pp. 1-16. ISSN 0160-7383, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.10.001>

9. Śleszyński, Przemysław, Maciej, Nowak, Agnieszka, Brelik, Bartosz, Mickiewicz, & Natalia, Oleszczyk. (2021). Planning and Settlement Conditions for the Development of Renewable Energy Sources in Poland: Conclusions for Local and Regional Policy. *Energies*, 14, (7), 1935. <https://doi.org/10.3390/en14071935>

10. John, R. Moodie, Mari, Wøien Meijer, Viktor, Salenius, & Michael, Kull (2021). Territorial governance and Smart Specialisation: empowering the sub-national level in EU regional policy, *Territory, Politics, Governance*. DOI: 10.1080/21622671.2021.1905542

11. Hanna, Mattila, Eva, Purkarthofer, & Alois, Humer (2020). Governing 'places that don't matter': agonistic spatial planning practices in Finnish peripheral regions. *Territory, Politics, Governance*. DOI: 10.1080/21622671.2020.1857824

12. Andreas, Öjehag-Pettersson (2020). Measuring innovation space: numerical devices as governmental

- technologies. *Territory, Politics, Governance*, (8:5), 621-638. DOI: 10.1080/21622671.2019.1601594
13. Yasmine. Willi, Marco, Pütz & Joost, Jongerden (2020). Unpacking legitimacy in regional development: asymmetric justification and the functioning of regional development agencies. *Territory, Politics, Governance*. DOI: 10.1080/21622671.2020.1805352
14. Tessa, Talitha, Tommy, Firman, & Delik, Hudalah (2020). Welcoming two decades of decentralization in Indonesia: a regional development perspective. *Territory, Politics, Governance*, (8:5), 690-708. DOI: 10.1080/21622671.2019.1601595
15. Michael, Keating (2021). Beyond the nation-state: territory, solidarity and welfare in a multiscalar Europe. *Territory, Politics, Governance*, (9:3), 331-345. DOI: 10.1080/21622671.2020.1742779
16. John, Harrison (2021). Seeing like a business: rethinking the role of business in regional development, planning and governance, *Territory, Politics, Governance*, (9:4), 592-612. DOI: 10.1080/21622671.2020.1743201
17. Bakhur, N. (2021). Kraudfandinh ta kraud-sorsinh yak instrumenty stymuliuvannia rozvytku rehioniv ta hromad. *Efektivna ekonomika*, (9). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9282>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.9.85
18. Topalova, I. (2020). Formuvannia potentsialu resursnoho zabezpechennia ekonomiky rehionu: teoretychnyy aspekt. *Efektivna ekonomika*, (10). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8263>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.10.63
19. Matskiv, R. (2020). Sotsialno vidpovidalna diialnist kompaniy v konteksti rehionalnoho rozvytku. *Efektivna ekonomika*, (6). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7942>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.51
20. Davydova, I.O., & Lebedchenko, V.V. (2020). Teoretychni osnovy formuvannia systemy ekonomichnoi bezpeky rehionu ta yiyi rol u zabezpechenni natsionalnoi bezpeky derzhavy. *Biznes-Inform*, (5), 36-42. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-36-42>
21. Pisarenko, P.V., Samoilik, M.S., Dychenko, O.Yu., & Rudenko, O.M. (2020). Optymizatsiia orhanyzatsiynoi struktury upravlinnia resursno-ekolohichnoiu bezpekoiu na rehionalnomu rivni na innotsiynykh zasakh. *Business-Inform*, (8), 60-68. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-60-68>.

ISSUES OF MANAGING SOCIAL, ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL DEVELOPMENT OF REGIONS AND RISKS OF SPATIAL DEPRESSIONS

M. S. Pashkevich, D.E., Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The study of the issues of social, economic and environmental development of regions and the risks of appearance of spatial depressions is based on the theoretical and methodological principles of theories of spatial and regional development, innovation, budgeting, territorial convergence and depression. General scientific research methods that were used are the method of analysis and synthesis – in the research of regional alignment policy; the method of general and special – in substantiating the specifics of the territorial structure; the method of classification – when creating a typology of risks of spatial depressions.

Results. The article examines a number of methodological issues related to regional convergence, budget regulation, territorial organization, stimulating a favourable investment climate for social, economic and environmental development of regions. The debatable nature of some aspects of modern regional development policy is shown. The risks of spatial depressions are analysed, and it is substantiated that they are divided into natural and technology-based; social, economic and environmental; local, regional, national and global. Attention is paid to building the optimal model of relations between the center and the regions at the present stage of reforming the economy of Ukraine. An agent-process approach to the design of clusters of spatial social, economic and environmental development is proposed.

Novelty. Based on the generalization of theoretical provisions, the issues and directions of improving the management of social, economic and environmental development, as well as the risks of spatial depressions are outlined.

Practical value. Classification of risks of spatial depressions, accentuation of problems of managing social, economic and environmental development of regions will allow to form more effective policy of regional development and to provide stimulation of regional economy.

Keywords: region, regional economy, development, spatial depression, risk, management, social and economic development, environmental development, investment climate, policy.

Надійшла до редакції 9.11.21 р.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ІНДИКАТОРИ РІВНЯ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ

*Ю. І. Пилипенко, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка»,
pylypenkoYI@gmail.com, orcid.org/0000-0002-4772-1492*

*Ю. В. Дубей, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
yuliya.dubey@gmail.com, orcid.org/0000-0003-3415-3470*

Методологія дослідження. При виконанні дослідження було використано наступні методи: статистичного аналізу – при дослідженні макроекономічних індикаторів рівня техніко-технологічного розвитку економіки; аналізу та синтезу – для виокремлення факторів, що характеризують стан техніко-технологічного розвитку економіки України.

Результати дослідження. У статті проаналізовано стан техніко-технологічного розвитку України. Виділено систему економічних, фінансових, технологічних та інституційних факторів, які на мікроекономічному, макроекономічному та мезоекономічному рівнях обумовлюють низький рівень такого розвитку. Підкреслено безальтернативність інноваційних процесів як механізму техніко-технологічного оновлення суспільства. Обґрунтовано можливість застосування окремих складових глобального індексу інновацій для дослідження стану техніко-технологічного розвитку економіки, а саме: субіндексу «Результати знань та технологій» для з'ясування динаміки патентної та публікаційної діяльності національних економічних суб'єктів, а також фінансових результатів високотехнологічного експорту; субіндексу «Дослідження та розробки» як індикатора якості науково-дослідних робіт та вищої освіти країни; субіндексу «Працівники сфери знань» для дослідження потенційних та реальних умов інноваційних принципів розвитку.

Новизна. Виокремлено на мікро-, макро- та мезоекономічному рівнях систему економічних, фінансових, технологічних та інституційних факторів, що зумовлюють низький техніко-технологічний рівень розвитку економіки України. Обґрунтовано можливість застосування окремих складових глобального індексу інновацій для дослідження стану техніко-технологічного розвитку економіки.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані органами державного управління в процесі розробки та реалізації структурної політики.

Ключові слова: техніко-технологічний рівень, технологічний розвиток, інновації, макроекономічні показники, основні фонди.

Постановка проблеми. Як свідчить сучасна практика, в епоху глобалізації ключовою умовою для забезпечення як поточних, так і довгострокових стійких темпів економічного зростання та підвищення рівня добробуту населення є формування на всіх рівнях національної економіки інноваційних принципів господарювання. Жорсткі умови конкуренції на світових ринках вимагають від окремих підприємств та органів державного регулювання економіки формування та реалізації такої політики, яка б сприяла пос-

тійному інноваційному оновленню всіх складових ведення господарської діяльності, розвитку національного людського капіталу та, у цілому, підвищенню національної конкурентоздатності в глобальному світі. Досягнення цього можливе лише на основі постійного технологічного оновлення та якісного підвищення рівня техніко-технологічного розвитку ключових секторів національної економіки. Тому науково-обґрунтована та збалансована технологічна політика, яка відповідає сучасним інноваційним викликам, є імперативом сьогодення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика сучасного технічного та технологічного рівня розвитку України, причин, які зумовлюють низьку інноваційну активність в нашій країні достатньо активно обговорюється в сучасній вітчизняній науці. Так, наприклад, в роботі В. Геєця проаналізовано можливості інноваційної промислової політики України та обґрунтовано необхідність реіндустріалізації економіки нашої країни, у ході якої має бути подолано її технологічне відставання [1]. В монографії О. Поповича розглядаються принципи державної науково-технологічної та інноваційної політики, а також закономірності динаміки наукового потенціалу і технологічного розвитку [2]. На пріоритетність інноваційних засад економічного розвитку України наголошують А. Залевська-Шишак [3], Ю. Ольвінська, О. Самоєнкова, К. Вітковська [4] та інші вчені. Разом з тим, зважаючи на суттєве технологічне відставання нашої країни від провідних країн світу та низькі темпи інноваційного оновлення вітчизняної економіки, проблематика форм та методів техніко-технологічної модернізації України буде залишатися однією із пріоритетних в наукових дослідженнях.

Формулювання мети статті. Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану техніко-технологічного розвитку України та з'ясування факторів, що його визначають.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна економіка України відзначається значним відставанням рівня її техніко-технологічної бази розвитку від провідних країн світу. В нашій країні тривалий час спостерігається достатньо виражена тенденція технологічної деградації реального сектору, а структурні зрушення національної економіки носять не прогресивний, а, багато у чому, регресивний характер.

Подібні загрозливі негативні тенденції зумовлюються впливом комплексу економічних, політичних, технологічних та інституціональних причин, які сформувалися у результаті прорахунків економічної політики держави та незавершеності необхідних реформ, спрямованих на формування у нашому суспільстві розвинутої ринкової системи та дієвих механізмів її інноваційного розвитку. Сьогодні вітчизняна економіка «... орієнтована на виробництво традиційної індустріальної продукції з низькою валовою доданою вартістю, яка реалізується на насичених, безперспективних для подальшого розвитку ринках... Програми цільової підтримки наукової діяльності та стимулювання розвитку високих технологій в Україні фактично не працюють. Діюча система фінансування наукової сфери не передбачає доведення наукових розробок до їх комерційного використання» [5]. Підтвердженням цього є низькі показники динаміки інноваційної діяльності промислових підприємств України за 2010–2020 рр. (табл.1).

Таблиця 1

Показники інноваційної діяльності України за 2010–2020 рр.

	2010	2013	2014	2016	2018	2019	2020
Кількість інноваційно активних підприємств, одиниць	1462	1715	1609	834	777	782	809
Питома вага інноваційно активних підприємств (до загальної кількості промислових підприємств), %	13,9	16,8	16,1	18,9	16,4	15,8	16,8
Витрати на інновації до загального обсягу реалізованої продукції, %	0,9	0,9	0,8	0,7	0,4	0,5	0,6
Кількість упровадженої інноваційної продукції (товарів, послуг) промисловими підприємствами	2408	3138	3661	4139	3843	2148	4066
Кількість упроваджених нових видів машин, устаткування, приладів, апаратів, одиниць	663	942	1314	1305	920	760	647
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств, %	3,8	3,93	1,6	-	0,8	1,3	1,9

Джерело: зведено за [6].

Як свідчать дані таблиці, питома вага інноваційно активних підприємств в Україні залишається на стабільно низькому рівні в 13-18%, що в декілька разів нижче, порівняно із середньоєвропейськими відповідними показниками. І так незначна питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств за останнє десятиліття скоротилася вдвічі – з 3,8% у 2010 р. до 1,9% у 2020 р. Однією із причин подібного стану інноваційної діяльності є постійне зниження частки витрат на НДР у ВВП країни. Так, в Україні, на відміну від більшості країн Європи, спос-

терігалася негативна динаміка цього показника – зменшення з 0,75% у 2010 р. до 0,43% у 2019 р. Для порівняння, за той же період показник частки витрат на НДР у ВВП Німеччини зріс з 2,73% до 3,12%, Польщі – з 0,72% до 1,32%, а в середньому по ЄС – з 1,92% до 2,14% [6, с.101].

Ще одним підтвердженням загрозливих тенденцій техніко-технологічної деградації реального сектору економіки України є високий ступінь зносу її основних фондів. Причому, якщо подивитися на дані таблиці 2, то негативна ситуація в даній сфері за 10 останніх років тільки посилювалася.

Таблиця 2

Ступінь зносу основних фондів України за 2000–2020 рр., %

Роки	Ступінь зносу			
	Економіка в цілому	Промисловість		
		в цілому	добувна	Переробна
2000	43,7	47,5	41,8	52,0
2004	49,3	58,3	49,6	59,3
2005	49,0	57,9	49,6	59,2
2006	51,5	58,6	49,9	60,0
2007	52,6	59,0	49,8	59,7
2015	60,1	76,9	57,9	75,8
2016	58,1	69,4	54,6	76,4
2019	56,9	59,1	36,5	51,4
2020	58,5	63,9	47,3	63,0

Зведено за: [7]

Як і в цілому по економіці України, так і по її промисловому сектору, ступінь зносу основних фондів зріс. Особливо небезпечним є те, що даний показник в переробних галузях промисловості нашої країни значно перевищує середнє значення по економіці. Зважаючи на те, що потенційно саме діяльність підприємств переробної промисловості може сприяти збільшенню валової доданої вартості кінцевої продукції, то не тільки морально, але й фізично застаріла техніко-технологічна база це унеможлиблює.

Як результат, вітчизняні переробні галузі спроможні сьогодні експортувати переважно напівфабрикати та продукцію з невисокою доданою вартістю, що зумовлює низьку конкурентоздатність нашої країни на світових ринках.

Подібні реалії значно зменшують фінансовий та ресурсний потенціал України для майбутньої технологічної модернізації,

що в умовах існуючої жорсткої міжнародної конкуренції закріплюють за нашою країною роль постачальника сировини.

Подібні приклади існуючого стану техніко-технологічного розвитку України свідчать про такі наявності системних процесів в національній економічній системі, які формують незадовільні тенденції та об'єктивно заважають формуванню стійких механізмів до покращення ситуації в даній сфері.

На наш погляд, ці процеси, що зумовлюють низький рівень техніко-технологічного розвитку нашої країни і які мають місце на різних рівнях (мікроекономічному, макроекономічному та мегаекономічному), можна виокремити за дією відповідних груп факторів економічного, фінансового, технологічного та інституціонального характеру (див. рис. 1).

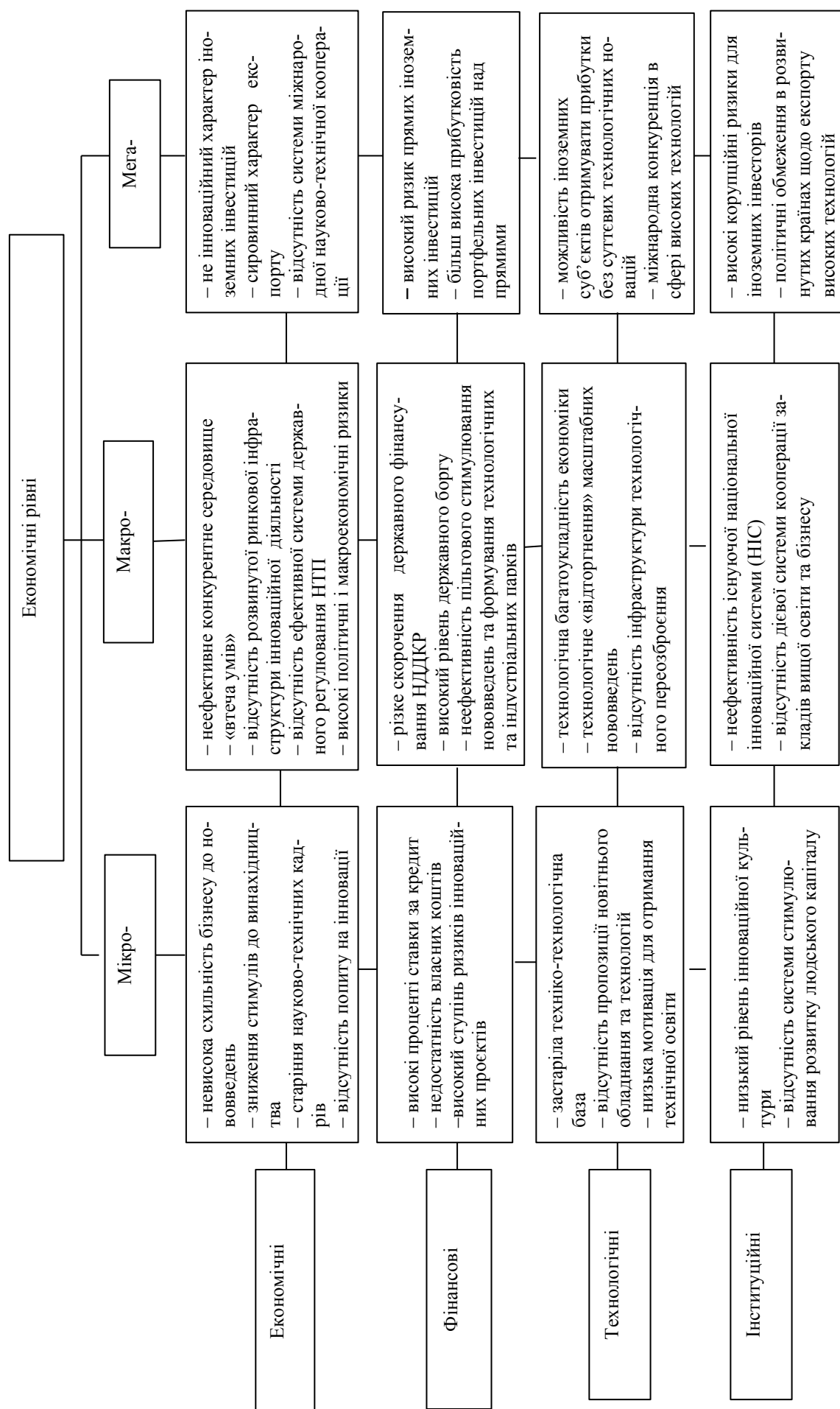


Рис. 1. Фактори низького рівня техніко-технологічного розвитку України

Безумовно, виходом з існуючої ситуації повинна стати відповідна економічна політика держави, спрямована, з одного боку, на формування умов для підвищення мотивації господарюючих суб'єктів до інноваційного способу свого розвитку та, з іншого, на державну підтримку тих секторів національної економіки, які здатні стати локомотивом загальної технологічної модернізації країни. Передусім, на наше переконання, подібна підтримка повинна бути спрямована на покращення національного інтелектуального капіталу та розвиток національної інноваційної системи. Ми погоджуємося з тим, що «...необхідно сприяти розвитку видів діяльності з високою наукоємністю, тобто перейти від низькотехнологічної ресурсної до високотехнологічної інноваційної економіки, а

державна політика має створювати сприятливі умови насамперед для розвитку виробництва інтелектуальних продуктів, включаючи можливість їх комерціалізації як в Україні, так і у решті світу» [8].

Одним із важливих індикаторів, здатних відображати результати формування засад високотехнологічної інноваційної економіки є глобальний індекс інновацій. На наш погляд, для дослідження стану техніко-технологічного розвитку економіки найбільш доцільними є використання трьох його субіндексів – «Результати знань та технологій», «Дослідження та розробки», а також «Працівники сфери знань». Динаміка значень цих субіндексів за 2018–2020 рр. для 10 країн світу, у тому числі й України, наведена в таблиці 3.

Таблиця 3

Показники глобального індексу інновацій для деяких країн світу за 2018–2020 рр.

№ з/п	Країна	Субіндекси глобального індексу інновацій								
		Результати знань та технологій			Дослідження та розробки			Працівники сфери знань		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
1	США	55.6	59.7	56.8	78.9	77.9	77.1	65.7	76.4	69.8
2	Великобританія	48.2	56.6	54.4	68.8	68.8	68.6	66.0	67.5	59.6
3	Німеччина	52.2	52.7	51.7	74.0	73.4	72.7	66.2	67.1	65.0
4	Франція	41.6	45.0	45.1	65.4	64.6	64.4	53.7	66.2	60.6
5	Японія	48.6	50.8	46.4	77.3	76.3	74.9	62.3	63.1	65.1
6	Південна Корея	53.3	50.2	49.0	88.6	89.3	88.1	60.6	75.3	77.7
7	Сінгапур	51.3	50.9	46.1	68.9	61.6	59.7	73.4	71.0	68.5
8	Китай	56.5	57.2	55.1	59.1	58.8	58.8	85.6	84.9	77.9
9	Польща	30.2	30.9	32.7	18.8	31.0	31.0	47.7	52.3	44.7
10	Україна	36.7	34.6	35.1	12.8	11.2	20.5	46.0	45.4	39.0

Складено за: [9–11]

Важливість саме цих субіндексів для з'ясування результативності техніко-технологічного розвитку країни визначається їх економічним змістом та особливістю методики підрахунку. Так, субіндекс «Результати знань та технологій» надає можливість відслідковувати динаміку патентної та публікаційної діяльності національних економічних суб'єктів, а також фінансових результатів високотехнологічного експорту. Субіндекс «Дослідження та розробки» сприяє більш системному дослідженню якості науково-дослідних робіт та вищої освіти країни, а субіндекс «Працівники сфери знань» є ефектив-

ним в процесі аналізу потенційних та реальних умов інноваційних принципів розвитку відповідної країни. Як свідчать дані таблиці 3, за період 2018–2020 рр. певне покращення позиції України спостерігається в сфері НДР і вищої освіти, проте залишається стабільно невисоким за іншими напрямками.

Висновки. Таким чином, однією із найнагальніших потреб сучасної України є необхідність створення сприятливих умов інноваційного розвитку вітчизняної економіки. Існуючий низький рівень техніко-технологічного розвитку нашої країни обумовлюється дією системи факторів економічного, фінан-

сового, технологічного та інституційного характеру, вплив яких на національну економіку є системним, що породжує стійкі негативні тенденції подальшої техніко-технологічної деградації. Зважаючи на те, що безальтернативним механізмом техніко-технологічного оновлення суспільства, як свідчить світова практика, є інноваційні процеси, то саме їх активізація і на рівні окремих господарюючих суб'єктів, і через реалізацію відповідної економічної політики держави, можуть сприяти загальній технологічній модернізації країни.

Література

1. Гець В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України / В. М. Гець // Економіка України. – 2014. – № 12. – С. 4–19. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_12_2
2. Попович О. С. Науково-технологічна та інноваційна політика: основні механізми формування та реалізації : монографія / голов. ред. Б. А. Маліцький ; Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г. М. Доброва НАН України. Київ : ТОВ «Про формат», 2019. – 342 с.
3. Залєвська-Шишак А. Д. Інноваційний тип розвитку як пріоритетний стратегічний напрям державної економічної політики / А. Д. Залєвська-Шишак, Ю. А. Осьмак // Ефективна економіка. – 2021. – № 5. – URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8893>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.83
4. Ольвінська Ю. О. Сучасний стан та тенденції розвитку інноваційної діяльності в Україні / Ю. О. Ольвінська, О. В. Самоєнкова, К. В. Вітківська // Економіка та держава. – 2021. – № 4. – С. 64–71. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.4.64
5. Стратегія розвитку високотехнологічних галузей до 2025. – URL : <https://ips.ligazakon.net/document/NT2490>
6. Наукова та інноваційна діяльність України за 2020 рік. Статистичний збірник. За редакцією М. Кузнецової. – URL : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/10/zb_Nauka_2020.pdf
7. Основні засоби України. – URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. – URL : <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-sferi-innovacijnoyi-diyalnosti-na-period-do-2030-roku>
9. Global Innovation Index 2018. Energizing the World with Innovation. – URL : <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4330>
10. Global Innovation Index 2019. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. – URL : <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4434>
11. Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation? – URL : <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4514>

References

1. Heyets, V.M. (2014). Instytutsiyna obumovlenist innovatsiynykh protsesiv u promyslovomu rozvytku Ukrainy. Ekonomika Ukrainy, (12), 4-19. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_12_2
2. Popovych, O.S. (2019). Naukovo-tekhnologichna ta innovatsiyna polityka: osnovni mekhanizmy formuvannya ta realizatsiyi. B.A. Malitskyi (Ed.). Kyiv: TOV «Pro format».
3. Zalievska-Shyshak, A.D., & Osmak, Yu.A. (2021). Innovatsiynny typ rozvytku yak priorytetnyy stratehichnyy napryam derzhavnoyi ekonomichnoyi polityky. Efektyvna ekonomika, (5). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8893>. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.83
4. Olvinska, Yu.O., Samotoienkova, O.V., & Vitkovska, K.V. (2021). Suchasnyy stan ta tendentsiyi rozvytku innovatsiynoyi diialnosti v Ukraini. Ekonomika ta derzhava, (4), 64-71. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.4.64
5. Stratehiya rozvytku vysokotekhnologichnykh haluzey do 2025. Retrieved from <https://ips.ligazakon.net/document/NT2490>
6. Kuznietsova, M. (Ed.). (2020). Naukova ta innovatsiyna diialnist Ukrainy za 2020 rik. Statystychnyy zbirnyk. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/10/zb_Nauka_2020.pdf
7. Osnovni zasoby Ukrainy. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Stratehiia rozvytku sfery innovatsiynoi diialnosti na period do 2030 roku. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-strategiyi-rozvitku-sferi-innovacijnoyi-diyalnosti-na-period-do-2030-roku>
9. Global Innovation Index 2018. Energizing the World with Innovation. Retrieved from <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4330>
10. Global Innovation Index 2019. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. Retrieved from <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4434>
11. Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation? Retrieved from <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4514>

MACROECONOMIC INDICATORS OF THE LEVEL OF TECHNICAL
AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT

*Yu. I. Pylypenko, D.E., Professor, Dnipro University of Technology,
Yu. V. Dubiei, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology*

Methods. The following methods were used while conducting the research: statistical analysis – while studying the macroeconomic indicators of the level of technical and technological development of the economy; analysis and synthesis – while identifying the factors that characterize the state of technical and technological development of Ukraine's economy.

Results. The state of technical and technological development of Ukraine is analysed in the article. There is determined the system of economic, financial, technological and institutional factors, which at the microeconomic, macroeconomic and mesoeconomic levels cause a low level of such development. The non-alternative nature of innovation processes as a mechanism of technical and technological renewal of society is emphasized.

There is substantiated the possibility of using some components of the global innovation index to study the state of technical and technological development of the economy, namely: the «Results of knowledge and technology» sub-index – to determine the dynamics of patent and publishing activities of national economic entities and financial results of high-tech exports; the «Research and development» sub-index as an indicator of the quality of research works and higher education level in the country; the «Knowledge sphere Workers» sub-index – to study the potential and real conditions of innovative principles of development.

Novelty. The system of economic, financial, technological and institutional factors that determine the low technical and technological level of development of Ukraine's economy is singled out at the micro, macro and mesoeconomic levels. The possibility of applying certain components of the global innovation index to study the state of technical and technological development of the economy is substantiated.

Practical value. The results of the study can be used by public administration authorities for the development and implementation of structural policy.

Keywords: technical and technological level, technological development, innovations, macroeconomic indicators, fixed assets.

Надійшла до редакції 20.11.21 р.

DIAGNOSIS OF INFLUENCE OF GLOBAL INDICATORS ON DEVELOPMENT OF BUSINESS SYSTEMS

N. O. Parkhomenko, D.E., Associate Professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, parkhomenko.na28@gmail.com, orcid.org/ 0000-0001-8776-6970

Methods. The research methodological basis is the system of general and special scientific methods, in particular such methods as comparison – to evaluate the key parameters of business systems development; analysis and synthesis – to summarize the study results; mathematical methods such as determining the correlation dependence – to analyse the correlation between selected exogenous factors with the key parameters of business systems.

Results. The list of global indicators that influence the development of business systems is proposed. The key parameters of international and domestic business systems development are identified. The parameters of business systems development are grouped according to the criteria of adaptability, reliability, flexibility, mobility and sufficiency. A set of indicators that determine the development of business systems is systematized. The diagnostics of the influence of exogenous indicators on the change of key parameters of business systems development is carried out. Strategic guidelines for the development of business systems based on diagnostic results are formed. The limitation of the research is that the diagnostic methodology does not take into account the specifics of the development of business systems in all countries and requires adjustment of relevant factors.

Novelty. The originality and value of the study lies in the formation of a methodology for diagnosing the impact of global indicators on the development of business systems. In monitoring the impact of global factors on the development of business systems, it was diagnosed that not all of the selected parameters affect the key parameters of business systems development, so when forecasting development trends, it is advisable to consider only those that have such an impact.

Practical value. The list of exogenous factors which it is expedient to use in forecasting of development of business systems is offered. The practical implications of the methodology for diagnosing the impact of global indicators on the development of business systems can be used in the process of strategic management of companies.

Keywords: business system, global economy indicators, diagnostic, strategic management, development trends, correlation, parameters of development.

Statement of problem. The effectiveness of the business system depends on the characteristics of the global economy indicators. Modern processes of global economic development, integration and disintegration, emergence of new trends in business interaction, global competition, virtualization and networking, changes in the level of intra-organizational relations of the business system and relationships with the external environment require constant

monitoring, analysis, diagnosis and corrective actions under the influence of global economy indicator. Monitoring and diagnostics of the global economy indicators allows a comprehensive assessment of all components and effective strategic management of the development of each enterprise. Identifying trends in the global economy ensures the stable state of the business system, its competitiveness, and efficiency.

The global economy indicator is a complex and multidimensional system that is dynamically changing and needs constant study and adjustment. Under the global economy indicator we will understand the set of economic conditions for the development of business systems. The development of the global economy is ensured by a set of individual business entities, their relationships and environmental factors that affect business.

Every business system has an internal environment, resources, staff, technology, management. In this case, the internal environment of the business system changes under the influence of the external environment. It is advisable to separate the global business environment by the following features: the business environment is part of the social environment; the effectiveness of economic processes in the country provide quality characteristics of the business environment; the business environment is formed within a certain territory (region, country), which has appropriate cultural, institutional, legal features; the global business environment is formed by external factors of political, economic and social influence, the combination of which forms the conditions for the functioning of the business system. Trends in the global economy provide an opportunity to identify future directions and priorities for business systems.

Aim of the paper. The aim of the research is to study the global trends of the economy, and to diagnose the influence of global economy on the development of business systems. To achieve this goal, the following tasks are set: to characterize the global economy indicators; to determine its features; to outline the directions of diagnostics of the global economy indicators; to characterize the factors influencing the global economy; to identify criteria for classifying the global business trend; to identify trends in the global economy based on international ratings and development forecasts; to identify key factors that drive change in the global economy; to diagnose the relationship between the key parameters of business systems development and global and national economy indicators on the example of ArcelorMittal international metallurgical company, as well as the activities of the Ukrainian division of the corporation ArcelorMittal Kryvyi

Rih, and to form a methodology for forming business strategies.

Analyses of recent papers. Studies of the global factors have been conducted by various experts, such as Porter [13], Smith [14], Chakrabarty & Wang [3], Xu et al. [19], Zinkota & Ronkainen [20], Doh et al. [5], Shtal et al. [15], Otenko & Parkhomenko [11], Mufudza [9], P. Petera et al. [12], Cezarino et al. [2], Harvey et al. [6], Teece [17], Kriz & Welch [8], Hult et al. [7] etc. Researchers, studying the formation and development of the global economy factors, identify key components of success in the business, consider various aspects of company behavior in the global environment, and characterize the impact of globalization on the development of business systems and more.

Thus, Porter [13] identifies the key components of the success of business systems in the business environment. Smith [14] considers various aspects of the behavior of business systems in a global environment.

Chan Kim & Moborn [4] propose to consider the global environment as a set of spaces; two oceans are red and blue. The red ocean covers all sectors of the economy, the existing market. Businesses compete to attract consumers to their space. The more manufacturers, the less opportunities companies have for development. The blue oceans cover unexplored market space. These oceans are dominated by cooperation and collaboration, the creation of new goods and services and the maximization of profits through this. When businesses form new industries, or changing market boundaries, blue oceans emerge or form. The researchers studied the activities of companies that formed the path to the blue oceans and their competitors, which did not work in innovative areas and remained within the red oceans.

Hult et al. [7] studies the key criteria for accurate diagnosis, which are a guide to the success of the business system in the international market and effective operationalization. Kriz & Welch [8] focus on the study of high-tech business systems, explore the aspect of uncertainty in the process of bringing new technologies to the world market, study the interdependence of internationalization and innovation. Teece [17] develops a multinational company's dynamic theory based on its external capabilities, arguing that an effectively developed strategy and

identified dynamically changing capabilities provide competitive advantages to business systems in a global environment that help forecast international business prospects and exercise sound management.

Cesarino et al. [2] considers the factors that support the development of dynamic capabilities of business systems in the direction of sustainable management. Harveya [6] studies global processes and features of managerial decision-making by managers in a global environment. The authors study the features of monitoring the global environment and the decision-making process in multinational companies, which differs significantly from national companies.

Nikolić et al. [10] offer a conceptual framework for the study of factors influencing the development of small and medium enterprises. Considering various factors, the authors offer a list of the most important ones that determine the crisis or prosperity of a small and medium business entity.

Petera & Soljakova [12] investigate the degree of use of strategic management accounting methods and the main factors influencing the formation of company strategies in the Czech Republic. The authors use a quantitative approach based on contingency theory, including descriptive statistics, correlation analysis and regression analysis. Mufudza [9] examines the dynamic strategies of modern business, focusing on the need to dynamically take into account the capabilities of business systems in a changing business environment. The author notes that determining the capabilities of business systems increases the adaptability and flexibility of companies.

Otenko & Parkhomenko [11] clarify the concept of business system and develop a methodological approach to the analysis of the conditions of business systems, the authors propose a typology of business systems development strategies and the procedure for choosing a company strategy in a global environment. Shtal et al. [15] study different methods of strategic analysis are considered, namely: SWOT analysis, PEST analysis, STEP analysis, GRID matrix, SNW analysis, EFAS form and others that allow estimating the factors influencing the external environment of the market on the basis

of which organizations can make effective decisions.

Zinkota & Ronkainen [20] focuses on the need to anticipate changes in the business environment in order to form and implement corporate decisions. Given that the development trends of the global environment are multidimensional, the authors propose to use special indicators of international business development. Doh et al. [5] study the effects of institutional factors on the development of business systems in order to determine development strategies, which include strategies for internationalization, borrowing and signaling. The choice of development strategy based on the diagnosis of institutional factors allows determining the direction of behavior of the business system in the global environment.

Xu et al. [19] investigated an evolutionary approach to dynamic modeling of business systems in order to plan and manage business processes, which allowed defining strategies, algorithms and mechanisms for planning business systems. Chakrabarty & Wang [3] substantiate the ability of companies to maintain sustainable development for a long time, which is provided mainly by available resources, innovative developments, and internalization of development, which allows maintaining sustainable development indicators.

In general, researchers focus on several parameters of the functioning and development of the business. It is advisable to conduct a comprehensive assessment of trends in the global and national economy in the business activities of entities, which will provide an opportunity to identify the main directions of business transformation and forecast the prospects for its development.

Materials and methods. Diagnosis of influence of global economy indicators is carried out in the direction of economic activity in determining the feasibility of entering international markets and justifying the scope of future international activities; in the direction of formation of the international innovative activity at an estimation of efficiency of use of foreign technologies, reception of licenses, patents, etc.; in the direction of legal support of international activity in the use of international norms, rules and principles in the process of conducting foreign economic activity; in the direction

of political influence in the process of interaction between institutional authorities and business systems; in the direction of cultural interconnection when combining several business stereotypes, when the relevant business processes, business protocol become unified. Global changes and transformations are formed under the influence of different countries of the world. All countries participate in shaping the global economy indicators. The formation of the global economy indicators is influenced by demographic, cultural, legislative, political, economic, social, psychological spheres of business systems development.

Consider the definition of criteria for classifying the business environment. Grouping in the set of components of the business environment will allow studying the structure of the business environment from the standpoint of a systems approach.

According to the activities of business entities, we can distinguish between internal and external business environment. The internal business environment is formed by the business entity itself, it covers the internal subsystems of the enterprise, determines the potential and opportunities for future development. Elements of the internal environment are goals, resources, staff, management system, business organization. The internal environment can change under the influence of the external, to which the business system can intervene by interacting with institutional authorities, NGOs and other counterparties, integrating into these structures. In the absence of interaction between these structures and business, the level of impact on the external environment is zero, the business system must adapt to various challenges. In this case, the business system has no impact on economic policy, which may affect the use of anti-competitive measures, corruption mechanisms, business shadowing. In order to obtain satisfactory performance, and sometimes survival, businesses may violate the terms of contracts by failing to meet financial and sales obligations, supplying substandard products, evading taxes, and so on. To ensure a balance of interests between internal and external environment, it is advisable to establish cooperation between business and contractors, which will help legalize business, unify rules and regulations, standards of organization and conduct of business,

minimize the shadow economy, social entrepreneurship, democratization of society and government. It should be added that researchers divide the external environment into general and specific. The general environment is characterized by factors of indirect impact on the business system, such as economic status, political and international factors, socio-cultural environment, infrastructure, scientific, technological and innovative development, geopolitical situation, natural and climatic conditions, environmental norms and standards, market changes, integration and disintegration, globalization of business processes, etc.

The specific environment is formed under the influence of factors of direct influence, such as the level of competition in the market, access to financial resources, system of standardization and quality control, level of information technology development and business process of informatization, legal and regulatory tools, taxation, corruption and shadowing business, system of intellectual property protection, peculiarities of opening and registering a business, difficulty of obtaining licenses, barriers to doing business, the level of supply and demand, support for trade unions, etc. Continuous monitoring of the general and special business environment will allow timely detection of threats and mitigate their negative impact, adapting the business system to the relevant situation.

The main idea of the study is that determining the indicators of business systems development strategies involves the allocation of strategic priorities, types or forms of change in the state of their potential, which is manifested through its properties of adaptability, reliability, flexibility, mobility, sufficiency, etc. : the main property of potential is integrity, which is the result of the interaction of its components; priority of economic goals of the enterprise and economic results of its activity, which allow to achieve long-term development goals due to the effective functioning of business systems; the maximum degree of adaptability to changing conditions of the internal and external environment, which is determined by its sustainability and economic security.

The first and second provisions defined by the authors allow choosing among all indicators of activity the economic indicators char-

acterizing profitability of the enterprise (intensity of use of resources, efficiency of economic activity and business activity of the enterprise). The third provision necessitates the use of indicators of liquidity and financial stability of the enterprise. To assess the financial and economic development of business systems, indicators of solvency, profitability and business activity are used. And although these characteristics are closely interrelated, they are independent areas of analysis. Thus, the main properties of the state of development of business systems should be defined adaptability, reliability, mobility and maneuverability, efficiency.

In the study we form a model for diagnosing the development of business systems, based on many indicators of their activities, namely, for global business systems: x_1 – net sales, x_2 – operating profit, x_3 – net assets, x_4 – current ratio, x_5 – return on invested capital, x_6 – return on assets, x_7 – return on investment, x_8 – financial leverage, x_9 – return on operating activities, x_{10} – average share price, x_{11} – earnings per share, etc. The following performance indicators were used to study domestic business systems: x_1 – assets, x_2 – equity, x_3 – net income, x_4 – cost of sales, x_5 – net profit (loss), x_6 – return on assets, x_7 – return on equity, x_8 – material consumption, x_9 – labor intensity, x_{10} – average salary, x_{11} – profitability ratio.

Given the significant number of key parameters, it is advisable to group them according to the criteria of adaptability, flexibility, efficiency and mobility, which reflect the main trends in business systems (table 1).

Given the relatively large amount of statistics on business systems as a method of modeling and evaluation of strategic priorities, factor analysis based on the multiple regression models was chosen. The description of business systems development processes is carried out with the help of a system of indicators that characterize the state of these processes.

Determining the minimum number of factors that are sufficient to describe the initial system of indicators and their correlations is solved by the method of principal components. According to the standard procedure, a matrix of loads of weight coefficients is obtained. Factor loads are characteristics of the stochastic relationship between the initial features and general factors, which in our case are global and

national indicators of development. To perform factor analysis calculations, the module Statistics, Advanced Models, Multiple Regression of the statistical package Statistica 13.5 is used.

Table 1

Key parameters of business systems development according to the criteria of adaptability, flexibility, efficiency and mobility

Criteria for business systems development	Key parameters of business systems development according to certain criteria
Adaptability	Net sales, net profit, cost, net assets, current ratio
Flexibility	Operating margin, equity, net turnover as a percentage of sales, ratio of net debt to equity, turnover of fixed assets, ratio of equity to assets
Efficiency	Return on assets, return on equity, material consumption, labor intensity, profitability ratio
Mobility	Return on investment, financial leverage, average share price, earnings per share

Source : [11]

To test the hypothesis of the impact on key performance indicators of global economy indicators, the following global indicators were selected for the study of global corporations: Var 1 – consumer price index, Var 2 – change the balance of the current account, Var 3 – GDP growth rate at constant prices, Var 4 – change in GDP at purchasing power parity, Var 5 – GDP growth rate per capita,% Var 6 – GDP deflator, Var 7 – market capitalization,% Var 8 – average world price of Brent oil, dollars per barrel Var 9 – change of quotations on the Dow Jones index,% Var 10 – change of quotations on the index S@P,% Var 11 – change of quotations on the FTSE index,%.

For the study of Ukrainian business systems, national indicators of economic development were added as parameters of influence, 23 indicators were selected as studied parameters, among which: Var 1 – nominal GDP growth rate in hryvnia equivalent,% Var 2 – growth rate of nominal GDP in dollar equivalent,% Var 3 – inflation index,% Var 4 – dynamics of external debt,% Var 5 – index of real wages,% Var 6 – unemployment rate,% Var 7 – export-import coverage ratio, Var 8 – index of indus-

trial production,% Var 9 – volume of direct investment of the world in the economy of Ukraine, million dollars Var 10 – balance of investment activity in Ukraine,% Var 11 – official exchange rate of hryvnia against the dollar (average for the period), Var 12 – official exchange rate of hryvnia against the euro (average for the period), Var 13 – hryvnia devaluation index, Var 14 – average world price of BRENT oil, in dollars per barrel Var 15 – producer price index, Var 16 – share of performed scientific and scientific-technical works in GDP,% Var 17 – share of enterprises engaged in innovation,% Var 18 – share of unprofitable enterprises in Ukraine,% Var 19 – return on assets of Ukrainian banks,% Var 20 – return on equity of Ukrainian banks,% Var 21 – change of quotations on the Dow Jones index 30,% Var 22 – change of quotations on the index S@P 500,% Var 23 – change of quotations according to FTSE index 100,%. The fact of non-linearity of the original data is not in doubt. We analyze the importance of independent factors and the degree of their influence on the initial parameters, determine the functional dependence $Y = f(Y_1, X_1, X_2, \dots, X_n)$. To confirm the methodology of formation and selection of these types of development strategies, an analysis was conducted on the example of enterprises in the machine-building and metallurgical industries.

Business systems, which in recent years have been included in the TOP of corporations in the world, have been chosen as objects of diagnosing the relationship between the key parameters of business systems development on exogenous factors of global influence. The study was conducted on the example of the activities of ArcelorMittal, an international metallurgical company, as well as the activities of the Ukrainian division of the corporation ArcelorMittal Kryvyi Rih. The initial data on the key performance indicators of these companies in 2013–2019 are presented on the official websites of the companies [1].

The correlation analysis conducted in the Statistica package allowed us to assess the relationship between exogenous factors and key parameters of business systems. The existence of a factor relationship was clarified using pair wise correlation coefficients. The results of the analysis proved that not all selected exogenous factors correlate with the key parameters of business systems. Such factors were excluded from the list of exogenous variables when building a diagnostic model and, accordingly, forecasting the future state of business system development. The interdependence of factors and variables obtained as a result of analysis is presented in table 2.

Table 2

Correlation matrix of key ArcelorMittal parameters and global indicators

Parameters	Consumer price index	Changing the current account balance	GDP growth rate at constant prices	Change in GDP at purchasing power parity	GDP growth rate per capita	GDP deflator	Market capitalization,%	The average world price of Brent oil	Change of quotations according to the Dow Jones index	Change of quotations according to the S @ P index	Change of quotations according to the FTSE index
Net sales	0,819	-0,165	-0,497	0,264	-0,032	0,280	-0,584	0,871	0,078	0,26010	-0,2682
Operating profit	0,308	0,450	-0,374	-0,633	-0,315	-0,662	-0,573	0,043	0,128	-0,0442	-0,0750
Net assets	0,775	-0,016	-0,678	0,278	-0,185	0,217	-0,666	0,920	0,238	0,41884	-0,0736
Current ratio	0,898	-0,313	-0,382	0,243	-0,221	-0,045	-0,682	0,524	-0,169	0,00289	-0,3145
Return on invested capital	0,396	0,595	-0,448	-0,689	-0,472	-0,771	-0,695	-0,022	0,277	0,11052	0,10535
Return on assets	0,389	0,563	-0,405	-0,705	-0,434	-0,764	-0,662	-0,038	0,239	0,06362	0,05650
Return on investment	0,293	0,519	-0,389	-0,679	-0,385	-0,732	-0,589	-0,025	0,187	0,00210	0,01355
Financial leverage	-0,674	-0,542	0,516	0,558	0,561	0,727	0,878	-0,062	-0,318	-0,2319	-0,1450
Profitability of operating activities	0,238	0,517	-0,392	-0,659	-0,377	-0,719	-0,559	-0,024	0,182	-0,0061	0,02181
The average share price	0,431	-0,214	-0,500	0,353	0,099	0,476	-0,252	0,972	0,099	0,25579	-0,2333

Earnings per share	0,462	0,548	-0,489	-0,733	-0,542	-0,803	-0,681	0,012	0,317	0,14928	0,12826
--------------------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	-------	---------	---------

Source: own calculation according [1, 16, 18]

At the same time, the following high-level correlations can be traced on the different business systems. First, it should be noted the relationship between the net income parameter and the indicator of GDP growth in dollar terms. Second, there is a relationship between the parameters of net income, cost of goods sold and the indicator of the wage index. Third, the parameters of net income, cost of sales, rate of return, earnings per share correlate with the indicator index of industrial production. Fourth, the parameters of net income and earnings per share are related to the indicator of foreign direct investment in the economy. Fifth, the cost of goods sold depends on the hryvnia devaluation index. Sixth, the size of assets depends on the intensity of innovation of business systems. All identified dependencies will be used to form models of business systems development and forecast scenarios for their future activities.

Among the exogenous factors of global influence, the most important on the key parameters of global systems were: Var 4 – change in GDP at purchasing power parity, Var 6 – GDP deflator, Var 7 – market capitalization,%, with the least impact had Var 9 – change in quotations for Dow Jones index,% and Var 11 – change in quotations on the FTSE index,%. Regarding exogenous factors of global and national influence on the key parameters of national business systems had Var 2 – nominal GDP growth in dollar terms,%, Var 4 – external debt dynamics,%, Var 5 – real wage index,%, Var 8 – index of industrial production,%, Var 9 – volume of direct investments of the world in the economy of Ukraine, million dollars, Var 12 – official exchange rate of hryvnia against euro (average for the period), Var 13 – index of devaluation of hryvnia, Var 15 – price index manufacturers, Var 17 – the share of enterprises engaged in innovation,%. The parameters Var 21 – change of quotations according to the Dow Jones index, % and Var 23 – change of quotations according to the FTSE index, % were also given minimal influence.

Conclusions. The formed factor system reflects not only the strategic priorities and the complete structure of the state of development

processes, identifies the most important factors, but also determines the structure of each factor and the relationship between the indicators that determine each factor. This study allows to identify, systematize and classify the whole set of factors that determine the state of business systems development in the global environment, to develop a method for measuring the quantitative characteristics of the impact of these factors, forming on this basis tools for managing these processes.

In order to have a complete picture of the state of the business system development processes, it is necessary to conduct further research both by groups of enterprises (typical states) and separated from groups of enterprises (individual states). The analysis allows determining the strategic priorities, type and nature of the state of their development processes. The state of the processes of their development has the character of: gradual development; unstable development due to insufficient degree of adaptability; decline and crisis due to loss of adaptability.

According to the assessment of strategic priorities and factors of business systems development ArcelorMittal, the type can be defined as gradual development due to the following structural changes: high degree of development stability, as evidenced by steady growth of business results; intensity of growth rates and innovative nature of activity processes; high degree of flexibility for innovation and fulfillment of market requirements; sufficiency to achieve goals.

According to the assessment of strategic priorities and factors of the development of Ukrainian domestic business systems, its type can be defined as unsustainable development due to insufficient adaptability, as evidenced by: passivity of formation and development processes due to depletion of production and financial and economic potential and inefficient management changes; low degree of adaptability and reliability does not allow to use the potential of the market and defines strategies as strategies of «survival»; insufficient level of potential and its structural elements (personnel,

technical and technological, innovative, resource and market) do not allow to form strategic potential.

In the group of studied business systems there were no ones that do not have strategic priorities and the type of state of the processes of their activities can be defined as a fall and a crisis due to loss of adaptability. But there are definitely such business systems. For further research, the first group is the most interesting, which is the largest and is not quite homogeneous in terms of development.

The conclusion of the analysis confirmed the position is the success of business systems depends on the breadth of organizational templates used in market positioning. Example of successful international industrial groups is ArcelorMittal. According to the study, less successful business system continues to follow the «traditional rules and regulations» for the organization of their activities, more successful focused on «decisive and free» manipulation of their resources.

Despite the different levels of development of companies, they have similar features of business systems, which are a combination of these types of organizational strategies: active integration processes (through concentration strategies as mergers, acquisitions) to expand production capacity, as close as possible to potential consumers, and reducing the cost of production and marketing; active promotion policy, which consists in the establishment of trading houses, branches and subsidiaries, concluding agreements with distributors with further advice and clarification; application of cooperation strategies, wide developed production partnership, which is realized in the form of outsourcing of components, joint ventures or special orders (such orders involve the production of a batch of bearings for a particular manufacturer who will put their brand on them); application of methods of unfair competition, aggressive market behavior.

Therefore, determining the relationship between key parameters of business systems development and exogenous global and national indicators requires further study in order to predict the development of business systems and implement organizational change. To determine the strategic direction of business systems development in the global environment, a

system of indicators has been formed, which are grouped according to the criteria of adaptability, reliability, mobility and maneuverability, efficiency. The factor system reflects the strategic priorities and the complete structure of the state of development processes, identifies the most significant factors, and determines the structure of each factor and the relationship between indicators. Factors' assessment reveals the degree of influence of factors and its focus on the process of business systems development. As a result of the research the set of factors determining the state of development processes is revealed, systematized and classified, the technique of measurement of quantitative characteristics of influence of factors is developed. On this basis, the tools of strategic management of business systems development are formed. The following strategies for the development of business systems are identified: gradual development; unsustainable development due to insufficient degree of adaptability; decline and crisis due to loss of adaptability. The strategy of gradual development is most used among the studied business systems. It should be noted that the effective functioning of business systems requires a combination of organizational strategies: integration processes, active promotion policy, the application of cooperation strategies, aggressive market behavior.

References

1. ArcelorMittal. Official site. (2021). Retrieved from <https://corporate.arcelormittal.com/>
2. Cezarino, L.O., Rodrigues Alves, M.F., Ferreira Caldana, A.C., & Bartocci Liboni, L. (2019). Dynamic capabilities for sustainability: revealing the systemic key factor. *Systemic Practice and Action Research*, Springer, 32(1), 93-112. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s11213-018-9453-z>
3. Chakrabarty, S., & Wang, L. (2012). The long-term sustenance of sustainability practices in MNCs: a dynamic capabilities perspective of the role of R&D and internationalization. *Journal of Business Ethics*, Springer, 110(2), 205-217. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1422-3>
4. Chan Kim, W. & Mauborgne, R. (2005). Blue ocean strategy. *Harvard Business Review*
5. Doh, J., Rodrigues, S., Saka-Helmhout, A., & Makhija, M. (2017). International Business responses to-institutional voids, *Journal of International Business Studies*, 48(3), 293-307. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0074-z>
6. Harveya, M., Fisherb, R., McPhailb, R., & Moellera, M. (2009). Globalization and its impact on global

managers' decision processes. *Human Resource Development International*, 12(4). Retrieved from <https://doi.org/10.1080/13678860903135730>

7. Hult, G.T., Ketchen, D.J. et al. (2008). An assessment of the measurement of performance in international business research. *Journal of International Business Studies*, 39, 1064-1080. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400398>

8. Kriz, A., & Welch, C. (2018). Innovation and internationalization processes of firms with new-to-the-world technologies. *Journal of International Business Studies*, 49 (4), 496-522. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0147-7>

9. Mufudza, T. (2018). Dynamic Strategy in a Turbulent Business Environment. Retrieved from <https://www.intechopen.com/books/strategic-management-a-dynamic-view/dynamic-strategy-in-a-turbulent-business-environment>

10. Nikolić, N., Jovanović, I. et al. (2019). Investigation of the Factors Influencing SME Failure as a Function of Its Prevention and Fast Recovery after Failure. *Entrepreneurship Research Journal*, 9 (3). Retrieved from <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0030>

11. Otenko, I., & Parkhomenko, N. (2019). Strategies of business systems development in global environment. *Scientific annals of economics and business*, 66 (2). Retrieved from <http://saeb.feaa.uaic.ro/index.php/saeb/article/view/343>

<https://doi.org/10.47743/saeb-2019-0010>

12. Petera, P., & Soljakova, L. (2020). Use of strategic management accounting techniques by companies in the Czech Republic. *Economic Research*, 33 (1), 46-67. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1697719>

13. Porter, M. (2019). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Moskva: Alpina Publisher.

14. Smith, D. (2015). *50 Strategies, that changed history: from battle tactics to business blueprints, learn from the masters*. Melbourne: Quatum Books.

15. Shtal, T.V., Burial M.M. et al. (2018). Methods of analysis of the external environment of business activities. *Revista ESPACIOS*, 39 (12). Retrieved from <https://www.revis-taespacios.com/a18v39n12/a18v39n12p22.pdf>

16. State Statistics Service of Ukraine. Official site. (2021). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>

17. Teece, D.J. (2014). A Dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies*, 45, 8-37. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.54>

18. World Bank Open Data. Official site. (2021). Retrieved from <https://data.worldbank.org/>

19. Xu, L., Tan, W., Zhen, H., & Shen, W. (2008). An approach to enterprise process dynamic modeling supporting enterprise process evolution. *Information Systems Frontiers*, Springer, 10(5), 611-624. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s10796-008-9114-3>

20. Zinkota, M.R., & Ronkainen, I.A. (2009). Trend and indications in international business. *Management International Review*, Springer, 49(2), 249-265. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s11575-008-0138-1>

Література

1. ArcelorMittal. Офіційний сайт. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://corporate.arcelormittal.com/>

2. Cezarino L.O. Dynamic capabilities for sustainability: revealing the systemic key factor. / Cezarino L.O., Rodrigues Alves M.F., Ferreira Caldana A.C., Bartocci Liboni L. // *Systemic Practice and Action Research*, Springer. – 2019. – 32(1). – P. 93-112. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1007/s11213-018-9453-z>

3. Chakrabarty S. The long-term sustenance of sustainability practices in MNCs: a dynamic capabilities perspective of the role of R&D and internationalization. / Chakrabarty S. // *Journal of Business Ethics*, Springer. – 2012. – 110(2). – P. 205-217. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1422-3>

4. Chan Kim W. (2005). Blue ocean strategy. / Chan Kim W., Mauborgne R. – Harvard : Harvard Business Review, 2005. – 240 с.

5. Doh J. International Business responses to institutional voids / Doh J., Rodrigues S., Saka-Helmhout A., Makhija M. // *Journal of International Business Studies*. – 2017. – 48(3). – P. 293-307. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0074-z>

6. Harveya M. (2009). Globalization and its impact on global managers' decision processes. / Harveya M., Fisherb R., McPhailb R., Moellera M. // *Human Resource Development International*. – 2009. – 12(4). – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1080/13678860903135730>

7. Hult G.T. An assessment of the measurement of performance in international business research. / Hult G.T., Ketchen D.J. et al. // *Journal of International Business Studies*. – 2009. – 39. – P. 1064-1080. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400398>

8. Kriz A. Innovation and internationalization processes of firms with new-to-the-world technologies. / Kriz A., Welch C. // *Journal of International Business Studies*. 2018. – 49 (4). – P. 496-522. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0147-7>

9. Mufudza T. Dynamic Strategy in a Turbulent Business Environment. / Mufudza T. // *Strategic Management – a Dynamic View*. – 2018. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.intechopen.com/books/strategic-management-a-dynamic-view/dynamic-strategy-in-a-turbulent-business-environment>

10. Nikolić N. Investigation of the Factors Influencing SME Failure as a Function of Its Prevention and Fast Recovery after Failure. / Nikolić N., Jovanović I. et al. // *Entrepreneurship Research Journal*. – 2019. – 9 (3). – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0030>

11. Otenko I. Strategies of business systems development in global environment. / Otenko I., Parkhomenko N. // *Scientific annals of economics and business*. – 2019. – 66 (2). – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://saeb.feaa.uaic.ro/index.php/saeb/article/view/343>
<https://doi.org/10.47743/saeb-2019-0010>

12. Petera P. Use of strategic management accounting techniques by companies in the Czech Republic. / Petera P., Soljakova L. // Economic Research. – 2020. – 33 (1). – P. 46-67. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1697719>
13. Портер М. (2019). Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. / М. Портер. – Москва : Alpina Publisher, 2019. – 654 с.
14. Smith D. 50 Strategies that changed history: from battle tactics to business blueprints, learn from the masters. / D. Smith. – Melbourne: Quantonum Books, 2015. – 224 p.
15. Shtal T. V. Methods of analysis of the external environment of business activities. / Shtal T. V., Burial M. M. et al. // Revista ESPACIOS. – 2018. – 39 (12). – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n12/a18v39n12p22.pdf>
16. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Teece D. J. Dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. / Teece D. J. // Journal of International Business Studies. – 2014. – 45. – P. 8–37. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.54>
18. World Bank Open Data. Офіційний сайт. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/>
19. Xu L. An approach to enterprise process dynamic modeling supporting enterprise process evolution. / Xu L., Tan W., Zhen H., Shen W. // Information Systems Frontiers, Springer. – 2008. – 10(5). – P. 611-624. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1007/s10796-008-9114-3>
20. Zinkota M. R. Trend and indications in international business. / Zinkota M. R., Ronkainen I. A. // Management International Review, Springer. – 2009. – 49(2). – P. 249-265. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1007/s11575-008-0138-1>

ДІАГНОСТИКА ВПЛИВУ ГЛОБАЛЬНИХ ІНДИКАТОРІВ НА РОЗВИТОК БІЗНЕС-СИСТЕМ

*Н. О. Пархоменко, д. е. н., доцент, Харківський національний
економічний університет імені Семена Кузнеця*

Методологія дослідження. Методологічною основою дослідження є система загальнонаукових та спеціальних методів, зокрема методів порівняння – для оцінки ключових параметрів розвитку бізнес-систем; аналізу та синтезу – для узагальнення результатів дослідження; математичні методи визначення кореляційної залежності для аналізу взаємозв'язку вибраних екзогенних факторів із ключовими параметрами бізнес-систем.

Результати. Визначено перелік глобальних індикаторів, які здійснюють вплив на розвиток бізнес-систем. Ідентифіковано ключові параметри розвитку міжнародних та вітчизняних бізнес-систем. Згруповано параметри розвитку бізнес-систем за критеріями адаптивності, надійності, гнучкості, мобільності та достатності. Систематизовано набір показників, що визначають розвиток бізнес-систем. Проведено діагностику впливу екзогенних індикаторів на зміну ключових параметрів розвитку бізнес-систем. Сформовано стратегічні орієнтири розвитку бізнес-систем на основі результатів діагностики. Обмеженнями щодо дослідження є те, що методологія діагностики не враховує особливостей розвитку бізнес-систем усіх країн і вимагає коригування відповідних факторів.

Новизна. Оригінальність і цінність дослідження полягає у формуванні методології діагностики впливу глобальних індикаторів на розвиток бізнес-систем. При моніторингу впливу глобальних факторів на розвиток бізнес-систем було діагностовано, що не всі вибрані параметри впливають на ключові параметри розвитку бізнес-систем, тому при прогнозуванні тенденцій розвитку доцільно враховувати лише ті, які мають такий вплив.

Практична значущість. Запропоновано перелік екзогенних факторів, які доцільно використовувати при прогнозуванні розвитку бізнес-систем. Практичні результати використання методології діагностики впливу глобальних індикаторів на розвиток бізнес-систем можуть бути використані в процесі стратегічного управління компаніями.

Ключові слова: бізнес-система, глобальні індикатори розвитку, діагностика, стратегічний менеджмент, тенденції розвитку, кореляційний аналіз, параметри розвитку.

Надійшла до редакції 01.12.21 р.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ З ТОЧКИ ЗОРУ МІЖНАРОДНИХ ІНВЕСТОРІВ

*В. Г. Кулявець, к. е. н., Департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної державної адміністрації,
v.kulyavets@vininvest.gov.ua, orcid.org/0000-0003-3236-6923*

Методологія дослідження. Результати дослідження отримані за рахунок застосування наступних методів: системного аналізу – при дослідженні стану залучення іноземних інвестицій в регіональну економіку; статистичного аналізу – для визначення динаміки інноваційно-інвестиційної діяльності в регіонах; регіонального аналізу – для виявлення особливостей інвестиційної політики регіонів; експертних оцінок – при визначенні основних проблем в системі інвестування регіональної економіки; індуктивний і дедуктивний застосовано при аналізі суті механізму надходження іноземних інвестицій у регіональну економіку.

Результати. В статті розкрито основи інвестиційної привабливості регіону та чинники, які на неї впливають. Виокремлено проблеми формування сприятливого інвестиційного клімату конкретного регіону (на прикладі Вінницької області) та країни в цілому. Показано обсяги іноземних інвестицій в основний капітал організацій та підприємств різних форм власності у Вінницькій області протягом останніх років та здійснено порівняльний аналіз останніх даних із попередніми роками. Виявлено найбільші країни, з яких надходять інвестиції до регіону та визначено причини, які заважають входженню іноземного капіталу інших країн. Запропоновано шляхи для покращення інвестиційного клімату та сприяння входженню нових іноземних інвесторів.

Новизна. Визначено першочергові шляхи та напрямки підвищення ефективності іноземного інвестування на рівні підприємств Вінницької області з врахуванням того, що на сьогоднішній день уся регіональна інформація інвестиційного характеру представлена у різних інформаційних джерелах та надана за різними формами відображення, що ускладнює пошук даних, не забезпечує їх повного та системного бачення і, як результат, не формує підстав для порівняння різних регіонів (країн) з позиції їх інвестиційної привабливості.

Практична значущість. Полягає у можливості застосування визначених та наданих пропозицій щодо формування інвестиційної привабливості регіонів, яка у підсумку проявляється в їхній здатності залучати інвестиційні ресурси та формується під впливом цілої низки факторів. Отримані результати дослідження сприятимуть покращенню інвестиційного клімату регіону завдяки виявленню сильних сторін та виявленню наявних та можливих ризиків у залученні додаткових ресурсів у область.

Ключові слова: іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість, інвестиційні ризики, міжнародні інвестори, економіка регіону, інвестиційний потенціал, основний капітал, регіон.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток сьогоденного суспільства та пріоритети руху, визначені керівництвом нашої держави, вимагають стрімких та рішучих кроків щодо зміцнення економіки країни в цілому та кожного із регіонів, а також залучення нового досвіду та ресурсів. Цьому сприяють

іноземні інвестиції. Проте, існують ряд факторів, котрі стримують стабільний потік останніх. Саме тому, є необхідність детальнішого розгляду причин недостатнього входження міжнародних інвесторів та здійснення ряду заходів, які сприятимуть покращенню інвестиційного клімату та

підвищенню інвестиційної привабливості визначеного регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність питання покращення умов для входження іноземних інвесторів на певні ринки, вже декілька останніх років привертає увагу дослідників. Зокрема, вивченню вказаного питання присвячені праці: Андрушківа І., Вовчака О. Д., Руцишина Н. М. [1], Ішук С. [2], Калач Г. [3], Кирика Л. [4], Юхновського І. [5] та інших. Разом з тим, питання залучення інвестиційних ресурсів в регіони та їх ефективне використання не втрачають своєї актуальності і потребують по-далшого вивчення та дослідження.

Формулювання мети статті. Метою статті є аналіз сьогоденного інвестиційного клімату України в цілому та Вінницької області зокрема, виявлення проблемних питань, які заважають покращенню інвестиційного клімату Вінницького регіону та країни в цілому, а також визначення шляхів підвищення інвестиційної привабливості регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день одним із пріоритетних завдань, яке стоїть перед органами державної влади, є створення сприятливих умов для економічного росту кожного із регіонів. В умовах глобалізації це можливо зробити за рахунок залучення нового досвіду, ресурсного та людського потенціалу та іноземних інвестицій. Саме розмір вкладених інвестицій в регіон, як правило визначає

інвестиційну привабливість тої чи іншої області.

Рівень інвестиційної привабливості, який безпосередньо пов'язаний із умовами вкладення інвестицій – це фактор, який сприяє майбутньому успішному розвитку зовнішньоекономічних відносин. Таким чином, саме залучення іноземних та вітчизняних інвестицій в регіональну економіку є ключовим пріоритетом в сучасних економічних умовах, для чого необхідно зосередити увагу на оптимізації необхідних умов для інвестування з метою сприяння безперешкодному входженню інвестора в конкретний регіон.

Важливе значення в інвестиційних прогнозах та намірах відіграють різноманітні показники, рейтинги, індекси. Заслужовують на увагу результати досліджень Європейської Бізнес Асоціації, заснованої за підтримки Європейської Комісії в Україні у 1999 році. Місія даної інституції направлена на вирішення важливих для інвестиційного клімату питань, що сприятиме можливості вирішувати комплекс важливих завдань та покращувати економіку регіонів та країни в цілому.

Одним з таких показників є «Індекс Інвестиційної привабливості України», який розраховується Асоціацією з 2008 року і оцінюється по шкалі Лайкерта, яка має 5 градацій, а саме: 1 – це вкрай негативно, 5 – вкрай позитивно, 3 – нейтрально. Прослідкуємо динаміку даного показника за 2015–2021 роки (табл.1).

Таблиця 1

Динаміка Індексу Інвестиційної привабливості України за 2015–2021 роки

2015				2016		2017		2018		2019		2020		2021	
I	II	III	IV	I півр.	II півр.	I півр.	II півр.	I півр.	II півр.	I півр.	II півр.	I півр.	II півр.	I півр.	II півр.
2,51	2,66	2,56	2,57	2,88	2,85	3,15	3,03	3,1	3,07	2,85	2,95	2,51	2,4	2,84	2,73

Джерело: складено автором за [6]

Аналіз динаміки Індексу свідчить про те, що даний показник тільки у 2017 та 2018 роках подолав нейтральне значення (більше 3) і жодного разу не сягнув позитивної позначки (від 4 до 5).

На думку експертів Асоціації за результатами 2021 року оцінка бізнес клімату України наступна: 53% вважають, що бізнес клімат в Україні скоріше несприятливий, 35% – нейтральний, 7% – скоріше сприятливий, 5% – вкрай несприятливий (рис. 1).

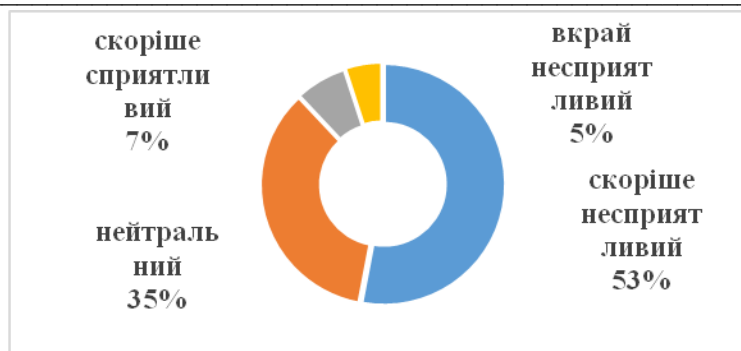


Рис. 1. Оцінка інвестиційного клімату України в цілому експертами Асоціації 2021 р.
Джерело: складено автором за [6]

Негативними факторами, які вплинули на інвестиційний клімат України більшість експертів вважають: слабку судову систему (87%), високий рівень корупції (85%), тіньову економіку (76%), низькі темпи вакцинації (50%). Також, негативними факторами є геополітична напруженість, енергетична криза, стагнація реформ, складна податкова система тощо. Разом з тим, до позитивних факторів експерти віднесли наступні чинники: співпраця з МВФ, стабільність валютного курсу, діджиталізацію державних послуг, валютне регулювання, земельну реформу та реформу містобудування [6].

Інвестиційна привабливість в цілому являє собою сукупність умов, чинників та факторів, які впливають на прийняття позитивного рішення інвестором щодо входження на певний сегмент ринку. Вірогідний інвестор оцінює потенціал регіону безпосередньо по тим критеріям і умовам, які цікавлять саме його справу. Вказані умови можуть розрізнятися відповідно до цілей інвестора, особливостей і вимог певного виробництва тощо. Тут враховується інфраструктурний потенціал (географічне розміщення регіону і його інфраструктура), інституційний (ступінь розвитку провідних інститутів ринкової економіки), інтелектуальний (освітній рівень населення), інноваційний (міра впровадження досягнень новітніх технологій) і тощо.

Проте найголовнішими й найпривабливішими факторами серед вищевказаних для залучення інвестицій виступають наступні:

- політична стабільність в регіоні;
- розвинута економіка та фінансова система;
- наявність відносно доступного та кваліфікованого кадрового потенціалу із достатнім рівнем підготовки;

– місткість місцевого ринку з огляду на розвиток інфраструктури та виробничих можливостей;

– зручне географічне положення регіону та розгалужена транспортна система, в т. ч. доступність та зручність доступу до найважливіших міжнародних та міжрегіональних ліній;

– стимулювання входження іноземних інвестицій з боку місцевих органів державної влади.

Саме останній пункт майже у всіх випадках входження іноземного інвестора відіграє найважливішу роль, оскільки саме підтримка зі сторони регіональної влади дозволяє іноземним громадянам успішно розвивати власний бізнес на теренах того чи іншого регіону. Таким чином, інвестиційний потенціал, як сукупність існуючих в кожному конкретному регіоні факторів і сфер застосування капіталу, безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість.

Однак, крім нього, існує поняття інвестиційного ризику та інвестиційної активності. Остання виникає внаслідок успішного впливання іноземних інвестицій в достатніх кількостях в різні сфери економіки. На перешкоді активності може стати інвестиційний ризик, який обов'язково враховує інвестор при прийнятті рішень щодо доцільності інвестування. Таким чином, інвестиційний ризик – це сукупність факторів, які можуть негативно вплинути на потенційний розвиток бізнесу. Тобто, перед прийняттям рішення щодо входження на нову територію, інвестором враховуються інституційні ризик в наступних категоріях: політичні, фінансові, економічні, технічні, кримінальні, соціальні, правові, екологічні тощо.

У випадку, якщо інвестиційна привабливість із достатньої підтримкою зі сторони місцевої влади значно перевищує існуючі інвестиційні ризики, доводиться очікувати інвестиційну активність, яка згодом переростає у інвестиційний потік – рух інвестиційних ресурсів протягом певного періоду часу у визначеному напрямку з метою одержання запланованого результату.

Слід зазначити, що з 2020 року відповідно до Плану спільних дій з Державною службою статистики України та з метою створення єдиного джерела даних, повноваження щодо публікації статистики прямих іноземних інвестицій передане НБУ, яким удосконалено облік прямих іноземних інвестицій відповідно до міжнародних стандартів з метою врахування реінвестованих доходів нефінансових корпорацій та запроваджено

публікацію даних по потоках ПІІ за видами економічної діяльності, країнами та регіонами, що дає змогу поліпшити порівнювання статистичних даних України з іншими країнами світу. При цьому, НБУ здійснено перерахунок статистичних даних щодо ПІІ за міжнародною методикою починаючи 2015 року.

Саме інвестиційні потоки і темпи зростання інвестицій виступають індикаторами інвестиційної привабливості кожного конкретного регіону. Так, Вінницька область має статус одного з найпривабливіших для інвестування регіонів України. З огляду на події 2014 року і подальший їх розвиток на Сході країни, розмір вкладених іноземних інвестицій, за даними НБУ, в економіку Вінницької області протягом 2015–2020 років зберігає здебільшого стабільну динаміку (табл. 2).

Таблиця 2

Прямі інвестиції (інструменти участі в капіталі) в економіці України (в розрізі регіонів): залишки за країнами світу у 2015–2020 рр., млн дол. США

Регіон	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Частка регіону у загальній сумі по Україні, 2020 року, %
Вінницька	276,8	234,9	265,8	280,4	601,6	384,1	1,11
Волинська	219,0	225,6	239,3	225,9	323,9	247,9	0,71
Дніпропетровська	5172,9	4704,3	4594,4	4505,2	5430,3	4661,7	13,43
Донецька	2967,7	2269,1	2137,3	1993,9	2204,6	1745,3	5,03
Житомирська	223,8	298,8	285,3	341,3	401,9	320,4	0,92
Закарпатська	244,7	274,2	267,5	235,0	256,3	242,0	0,70
Запорізька	914,3	698,9	1515,3	1585,8	1725,7	1427,8	4,11
Івано-Франківська	679,0	660,8	718,4	620,3	389,2	548,6	1,58
Київська	1387,0	1413,1	1484,8	1379,2	1315,6	1313,3	3,78
Кіровоградська	106,8	74,8	84,4	126,1	147,7	174,6	0,50
Луганська	432,7	300,6	206,2	174,9	168,3	158,4	0,46
Львівська	1120,4	1285,3	1156,2	1008,7	1668,3	1601,5	4,61
Миколаївська	254,3	247,7	236,8	251,2	265,8	355,2	1,02
Одеська	1004,6	1233,4	1236,5	1161,1	1329,6	1116,7	3,22
Полтавська	741,7	768,4	924,8	929,3	1876,8	1947,0	5,61
Рівненська	250,7	235,0	222,1	192,9	239,7	264,0	0,76
Сумська	332,5	322,8	325,0	306,4	378,0	341,5	0,98
Тернопільська	168,0	42,2	36,6	53,4	45,6	49,1	0,14
Харківська	1551,3	1569,5	665,8	651,1	959,5	910,4	2,62
Херсонська	199,6	173,1	189,2	172,4	191,1	159,1	0,46
Хмельницька	243,8	115,4	115,7	140,4	154,9	118,4	0,34
Черкаська	476,7	323,6	210,2	211,9	211,5	209,4	0,60
Чернівецька	53,0	47,4	50,5	32,1	62,6	55,6	0,16
Чернігівська	71,7	113,0	328,1	369,0	459,8	447,7	1,29
м. Київ	13885,8	16796,9	16139,0	15705,1	18065,3	15923,3	45,86
Україна	32978,8	34428,7	33635,3	32652,8	38873,5	34723,0	100,00

Джерело: складено автором за [7]

Так, серед 24 областей України та міста Київ область займає 11 позицію по надходженню інвестицій. Обсяг залучених прямих іноземних інвестицій (інструменти участі в капіталі) в економіку області у 2020 році становив 384,1 млн. дол. США, та в розрахунку на одну особу населення скла-

дав 247,8 дол. Для України ці показники становлять у 2020 році – 34723 млн. дол. США та 786 дол. відповідно. Слід зазначити, що майже половина всіх інвестиційних надходжень в Україну (45,9%) направлена в м. Київ (рис. 2).

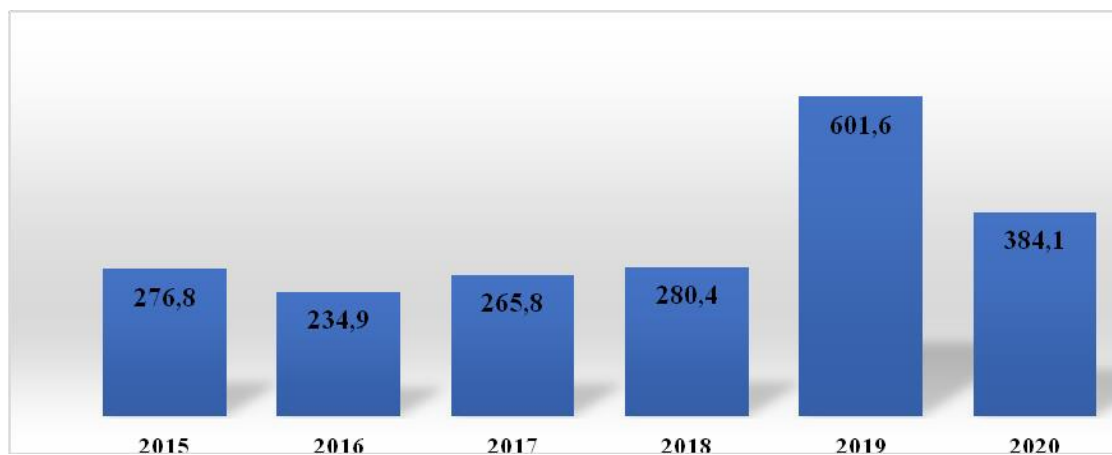


Рис. 2. Прямі іноземні інвестиції (інструменти участі в капіталі) в економіку Вінницької області у 2015–2020 рр., млн дол. США

Джерело: складено автором за [7]

При цьому, варто зазначити, що в минулому, 2020 році найбільші інвестиції у Вінницьку область надійшли з таких іноземних країн як Польща, Німеччина, Франція, Австрія, Кіпр (рис. 3).

За прогнозами експертів, і у 2021 та 2022 роках переважна більшість інвестицій надходитиме саме з країн ЄС.

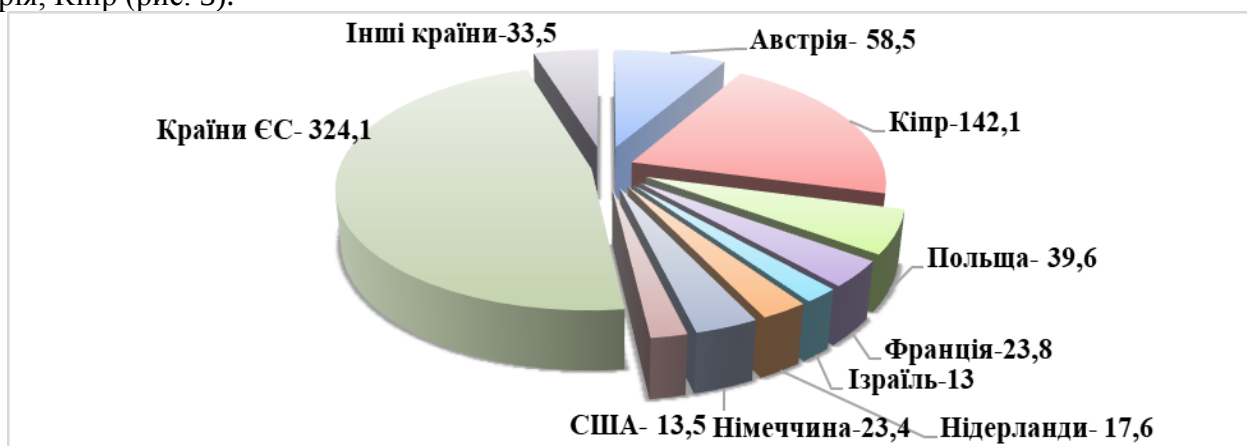


Рис. 3. Структура іноземних інвестицій за країнами-інвесторами у 2020 році, млн дол. США.

Джерело: складено автором за [7]

Таким чином, як видно із вищевикладеного, інвестиційне середовище Вінницького регіону поступово приваблює все більшу кількість іноземних інвесторів. Тільки протягом 2020 року в промисловому секторі економіки Вінницької області реалізовано 45 інвестиційних проєктів загальною вартіс-

тю 756,17 млн грн та створено 185 нових робочих місць, з них по галузям:

- харчова та переробна – 23 проєкти (на суму 538,75 млн грн 133 робочих місця);
- розширення інфраструктури зберігання сільськогосподарської продукції – 5 проєктів;

- тваринництво – 1 проєкт;
- альтернативна енергетика – 9 проєктів (на суму 185 млн грн, створено 42 робочих місця);
- інші – 7 проєктів (на суму 32,42 млн грн, 10 нових робочих місць) [8].

Найбільший проєкт, який було реалізовано у Вінницькій області в 2020 році – відкриття заводу ТОВ «Дакса Бунге Україна» в Гайсинському районі. Завод переробляє кукурудзу твердих сортів на борошно та крупу, а його потужність планується на рівні 300 тон на добу. Сума інвестицій складає 14 млн доларів, а головними акціонерами виступають іспанська група компаній «Дакса» та американська «Бунге» [8].

Крім цього, Вінницька область отримує фінансування і з інших джерел. За рахунок коштів державного фонду регіонального розвитку у 2020 році на реалізацію 30 проєктів, в т. ч. на 15 проєктів програми «Велике будівництво» – (по 5 шкіл, дитячих садочків, спортивних споруд), спрямовано 143,5 млн грн. При цьому, касові видатки становлять 138,42 млн грн. (96,4% від спрямованих асигнувань, що по Україні – 89 % і 3 місце серед її регіонів) [9; 10]. На 2021 рік розрахунковий обсяг фінансування по бюджетній програмі «Державний фонд регіонального розвитку» для області становить 132,4 млн грн. Так, за рахунок коштів ДФРР у 2021 році буде фінансуватися 13 проєктів на загальну суму 132,4 млн. грн (рис. 4).



Рис. 4. Проєкти, які реалізуються у Вінницькій області за рахунок ДФРР
Джерело: складено автором за [9; 10; 11]

Варто зазначити, що пріоритетними напрямками 2020 року визначено проєкти соціальної інфраструктури обласного значення, які обслуговують населення усієї області. Іншим джерелом фінансування інвестиційних проєктів у 2020 році є залучення коштів субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій. У 2020 році на реалізацію 50 проєктів профінансовано коштів субвенції в сумі 57,6 млн грн [9; 10; 11]. Пояснюється така ситуація тим, що в області:

- значна увага приділяється формуванню позитивного іміджу та співпраці з іноземними інвесторами. Тільки за 2021 рік було проведено майже 20 офіційних зустрічей з презентацією економічного та інвестиційного потенціалу регіону, в т. ч. зустрічей з Надзвичайними та Повноважними Посла-

ми Туреччини, Великої Британії, Франції, Узбекистану та Латвії в Україні, а також делегаціями регіонів-партнерів [8].

- створення та постійне оновлення інвестиційного порталу області із зазначенням найбільш привабливих для потенційного інвестора можливостей інвестування, інвестиційними об'єктами – вільними земельними ділянками, об'єктами нерухомості, інвестиційними проєктами, які можуть зацікавити потенційних інвесторів. Сформовано перелік з 112 ділянок типу «Greenfield» загальною площею 326,5 га та 20 ділянок типу «Brownfield» загальною площею 16,5 га [8];

- щорічне проведення в 2015–2021 роках (крім 2020 р.) Міжнародних інвестиційних форумів за підтримки Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької ОДА;

– створення Агенції регіонального розвитку Вінницької області;

– регулярне проведення презентацій економічного та інвестиційного потенціалу Вінницького регіону тощо.

Таким чином, успішні кроки в напрямку залучення прямих іноземних інвестицій постійно здійснюються, адже це може дати імпульс для пожвавлення економіки кожного регіону окремо та країни в цілому.

При цьому, існує ряд проблем, які можуть негативно впливати на прагнення міжнародного інвестора інвестувати. Зокрема, це низька купівельна спроможність населення; нестабільність існуючої нормативно-правової бази; тіньовий сектор економіки; високий рівень корупції; недостатній розвиток корпоративної культури та свідомості суспільства; нестабільна політична ситуація.

Висновки. Інвестиційна привабливість зі всіма її складовими відіграє надзвичайно важливу роль при входженні на новий сегмент ринку певного регіону того чи іншого міжнародного інвестора. Саме іноземні інвестиції покликані сприяти забезпеченню конкурентоздатності регіону, підвищувати темпи соціально-економічного зростання та впливати на рівень життя його населення.

На рівень інвестиційної привабливості впливає велика кількість чинників, зокрема інвестиційні ризики, які, в кінцевому результаті, впливають на рішення інвестора. Підвищення саме інвестиційної привабливості будь-якого, не лише Вінницького регіону, є одним із основних пунктів реалізації Стратегії та Програми соціально-економічного розвитку регіону.

Основними заходами по залученню міжнародних інвесторів та вдосконалення інвестиційної політики держави в цілому, мають стати:

– створення сприятливих умов для входження на ринок високотехнологічних міжнародних компаній;

– зосередження уваги на екологічному аспекті через створення нормативно-правової бази регулювання екологічних наслідків діяльності міжнародних компаній;

– максимально зменшити існуючі бар'єри по входженню іноземних інвесторів на нові ринки.

У результаті злагодженого та виваженого підходу до питання підвищення інвестиційної привабливості регіону, інвестиційний клімат в конкретному регіоні та в країні цілому покращиться та пожвавить потік нових іноземних інвестицій.

Література

1. Андрушків І. П. Інвестування регіональної економіки та його ефективність в Україні: монографія. / І. П. Андрушків, О. Д. Вовчак, Н. М. Руцишин. – Л. : ЛКА, 2010. – 192 с.
2. Ішук С. О. Прогнозні моделі управління розвитком економіки регіону. / С. О. Ішук // Регіональна економіка. – 2011. – №4(62). – С. 21–29.
3. Калач А. Н. Монетарная политика и инвестиционное поведение населения Украины / А. Н. Калач // Вестник Гродненского государственного университета им. Янки Купали. – Серия 5. Экономика. Социология. Биология. – 2019. – Т. 9. – №3. – С. 86–92.
4. Кирик Л. В. Побудова однофакторних та багатфакторних моделей для дослідження інвестиційної привабливості регіону на прикладі Хмельницької області / Л. В. Кирик // Держава та регіони. – 2008. – № 1. – С. 59–65.
5. Юхновський І. Джерела формування інвестиційного потенціалу економіки України / І. Юхновський // Галицький економічний вісник. – 2010. – №4(29). – С. 61–67.
6. Офіційний сайт Європейської Бізнес Асоціації. – URL : <https://eba.com.ua>
7. Статистика зовнішнього сектору України за методологією 6-го видання «Керівництва з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції» (МВФ, 2009). Офіційний сайт Національного банку України. – URL : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external>
8. Інвестиційний портал Вінниччини. – URL : <http://vininvest.gov.ua>
9. Програма економічного і соціального розвитку Вінницької області на 2022 рік, затверджена рішенням 15 сесії Вінницької обласної Ради 8 скликання від 24 грудня 2021 року № 287. – URL : [https://vinrada.gov.ua/upload/files/8Sklikannya/15ses/287\(2\).pdf](https://vinrada.gov.ua/upload/files/8Sklikannya/15ses/287(2).pdf)
10. Головне управління статистики у Вінницькій області. – URL : <http://www.vn.ukrstat.gov.ua>
11. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

References

1. Andrushkiv, I.P., Vovchak, O.D., & Rushchysyn, N.M. (2010). Investuvannia rehionalnoi ekonomiky ta yoho efektyvnist v Ukraini: Lviv: LKA.
2. Ishchuk, S.O. (2011). Prohnozni modeli upravlinnia rozvytkom ekonomiky rehionu. Rehionalna ekonomika, 4(62), 21-29.
3. Kalach A.N. (2019). Monetarnaya politika i investitsionnoe povedenie naseleniya Ukrainy. Vestnik

Grodnenskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Yanki Kupaly. Ser. 5. Ekonomika. Sotsiologiya. Biologiya, T.9, (3), 86-92.

4. Kyryk, L.V. (2008). Pobudova odnofaktornykh ta bahatofaktornykh modeley dlia doslidzhennia inve-stytsiynoi pryvablyvosti rehionu na prykladi Khmelnytskoi oblasti. Derzhava ta rehiony, (1), 59-65.

5. Yukhnovskyi, I. (2010). Dzherela formuvannia investytsiynoho potentsialu ekonomiky Ukrainy. Halytskyi ekonomichnyi visnyk, 4(29), 61-67.

6. Ofitsiyni sait Yevropeiskoi Biznes Asotsiatsii. Retrieved from <https://eba.com.ua>

7. Statystyka zovnishnoho sektoru Ukrainy za metodolohiieiu 6-ho vydannia «Kerivnytstva z platizhnoho balansu ta mizhnarodnoi investytsiynoi

pozytsii» (MVF, 2009). Ofitsiyni sait Natsionalnoho anku Ukrainy. Retrieved from <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external>

8. Investytsiyni portal Vinnychchyny. Retrieved from <http://vininvest.gov.ua>

9. Prohrama ekonomichnoho i sotsialnoho rozvytku Vinnytskoi oblasti na 2022 rik, zatverdzhena rishenniam 15 sesii Vinnytskoi oblasnoi Rady 8 sklykannia vid 24 hrudnia 2021 roku № 287. Retrieved from [https://vinrada.gov.ua/upload/files/8Sklikannya/15ses/287\(2\).pdf](https://vinrada.gov.ua/upload/files/8Sklikannya/15ses/287(2).pdf)

10. Holovne upravlinnia statystyky u Vinnytskii oblasti. Retrieved from <http://www.vn.ukrstat.gov.ua>

11. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF VINNYTSIA REGION FROM THE POINT OF VIEW OF INTERNATIONAL INVESTORS

V. H. Kulyavets, Ph. D (Econ.), Department of International Cooperation and Regional Development of Vinnytsia Regional State Administration

Methods. The results of the study were obtained with the use of the following methods: system analysis – in the study of the state of attracting foreign investments in the regional economy; statistical analysis – to determine the dynamics of innovation and investment activities in the regions; regional analysis – to identify the specifics of regional investment policy; expert assessments in determining the main problems in the system of investment of the regional economy; inductive and deductive used in the analysis of the essence of the mechanism of foreign investment in the regional economy.

Results. The article reveals the basics of investment attractiveness of the region and the factors which affect it. In addition, the problems of forming a favorable investment climate of a particular region (on the example of the Vinnytsia region) and the country as a whole are indicated. The volumes of foreign investments in the main capital of organizations and enterprises of different forms of ownership in the Vinnytsia region have been shown in recent years and a comparative analysis of the latest data with previous years has been carried out. The largest countries from which investments are received in the region and the reasons, which interfere with the entry of foreign capital of other countries are specified. Ways to improve the investment climate and promote the entry of new foreign investors are proposed.

Novelty. The priority ways and directions of increasing the efficiency of foreign investment at the level of Vinnytsia region enterprises are determined, that today all regional information of investment nature is presented in various information sources and provided in different forms of reflection, which complicates the search for data, does not provide their full and systemic vision, and as a result - does not form grounds for comparing different regions (countries) from the position of their investment attractiveness.

Practical value. It consists in the possibility of applying certain and submitted proposals for the formation of investment attractiveness of regions, which eventually manifests itself in the ability of the region to attract investment resources and is formed under the influence of a number of factors. The results of the study will contribute to the improvement of the investment climate of the region by identifying strengths and identifying existing and possible risks in attracting additional resources to the region.

Keywords: foreign investments, investment climate, investment attractiveness, investment risks, international investors, region economy, investment potential, capital, region.

Надійшла до редакції 23.11.21 р.

INTEGRATION OF UKRAINE INTO THE WORLD FINANCIAL SPACE UNDER CONTEMPORARY CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE GLOBAL FINANCIAL SERVICES MARKET

O. V. Krylova, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,

krylova.o.v@nmu.one, orcid.org/0000-0003-2091-4320,

O. I. Zamkovyi, Senior Lecturer, Dnipro University of Technology, Zamkovyi.O.I@nmu.one

orcid.org/0000-0002-7558-6814

Methods. The results are obtained through the use of the following methods: analysis – when studying and processing statistical data and determining the share of exports of financial services from total world service export; synthesis – when identifying essential signs of the impact of the pandemic on demand for financial services; generalization – when determining global trends in the global market of financial services and changes in the practical, legislative environment of Ukraine in the direction of modernizing the regulation of the Ukrainian financial services market.

Results. It is determined, that the current stage of evolution of international financial services markets is characterized by the greatest intensification of financial flows. The composition of financial services in accordance with international norms and Ukrainian legislation is defined. It is emphasized that in recent decades, international trade in financial services has significantly intensified, becoming global in nature. The factors of intensification of international trade in financial services, which are becoming global, are determined. It is substantiated that 2020 was in many respects an unprecedented year for financial markets. The lockdowns because of the COVID-19 resulted in an aggressive monetary and fiscal reaction from the Central Bank and governments of developed markets. As a result, in 2020, the economy, production of goods and volume of services provided fell sharply due to the pandemic of the COVID-19 and related restrictions (about 38 countries have applied restrictive measures to trade in services). Financial services, on the contrary, continued to grow. The financial services market has reacted to the restrictions due to the COVID-19 pandemic by moving online rapidly. It is noted that technology in any form has always been the driving force of change, and in these uncertain times it is particularly relevant. The necessity of structuring the major trends of development of the world market of financial services is grounded.

Novelty. The factors changing the conditions of functioning of the financial services market under Covid-19 pandemic are identified.

Practical value. The authors have systematized the most current technological trends in the development of the global financial services market and changes in the practical, legislative environment of Ukraine in the direction of bringing it into compliance with the EU legislation.

Keywords: world market, financial service, development trends, international trade in financial services, financial services market.

Statement of problem. Under the influence of globalization, the world economy is experiencing significant changes, new markets are being formed, goods and services are undergoing modifications. The financial sector is the basis of the economy. One of its key functions involves facilitating the unimpeded exchange of

goods and services between countries through the provision of international transactions.

Trends in the development of the financial services market are specified by the stability of various commercial structures. The provision of financial services mobilizes the necessary financial resources for the proper functioning of reproduction processes.

The current stage of evolution of international financial services markets is characterized by the greatest intensification of financial flows. Moreover, it is characterized by a more complex structure of financial markets in terms of the instruments applied, a higher rate of financial transactions and, consequently, a significant increase in the market turnover. The rapid movement of large sums between different market segments, as well as between different countries and regions of the world has resulted in increased volatility in international financial markets. Under the influence of the abovementioned processes, the contemporary global financial services market is acquiring a qualitatively new form, becoming a global entity, within which there occurs a constant mutual flow of capital, short-term operations are transformed into medium- and long-term agreements, debt securities replace bank loans, and the scale of payments operations increases [5, p.26].

Analysis of recent papers. The works by contemporary researchers study the following aspects of this problem: development of the international market of financial and payment services under global instability (T. V. Marena) [5, p. 26]; current state, structure, trends, tendencies, and challenges of the 2020 COVID-year in the international trade in services: (A. Sintsov; H. I. Rybak; A. V. Rybchuk, R. O. Zablotska) [8; 12; 13]; peculiarities of development of the world financial market at the present stage (Ye. A. Polishchuk) [10]; development and influence of financial technologies in the conditions of digitalization of the global economy (R. V. Bezpalyy; O. V. Vinnychenko; A. I. Huley; O. M. Shevchenko) [1; 2; 4; 16]. The issues of trends and conditions for the transformation of the global financial services market development remain relevant, as the global financial services market is currently operating under COVID-19 related restrictions.

Aim of the paper. The purpose of the article is to assess the level of international trade in financial services and determine their share in total world exports of services, as well as to identify the most relevant trends in the global financial services market development under current conditions of their functioning.

Materials and methods. According to the Law of Ukraine «On Financial Services and State Regulation of Financial Services Markets»

[11] Article 1, a financial service is transactions with financial assets conducted for the benefit of third parties at their own expense or at the expense of these persons, and in cases provided by law, – at the expense of financial assets attracted from other persons as well, in order to make a profit or maintain the real value of financial assets. Relations arising in connection with the functioning of financial markets and provision of financial services to customers are governed by the Constitution of Ukraine, this Law, and other laws of Ukraine on the regulation of financial services markets, as well as regulations adopted in accordance with these laws.

The following services are considered to be financial: insurance; lending; raising refundable funds; financial leasing; factoring; provision of guarantees; currency assets trading; financial payment services; services in capital markets; services in the field of funded pension benefits. Related services include intermediary services and ancillary services [11, p.4].

According to international standards [14, p.51], financial services include financial intermediation services and ancillary services, with the exception of services of life insurance companies and pension funds (which are included in the clause of life insurance and pension provision), as well as other insurance services among residents and non-residents. Such services can be provided by banks, stock exchanges, factoring companies, credit card issuers and other companies. These include services provided in connection with transactions in financial instruments, as well as other services related to financial activities, such as consulting, securities safekeeping and asset management.

Table 1 provides a comparative analysis of the categories of services related to financial ones according to the international standards and Ukrainian legislation.

The report [6] states that globally, trade in services in 2018 reached a record level of 5.8 trillion U.S. dollars, confirming the dynamics of exports of services which grew faster than exports of goods in both developed and developing countries. Moreover, exports of services are more stable than exports of goods, as their maximum reduction occurred during the global economic and financial crisis of 2009 and the decline in trade occurred in 2015 [6, p.5].

Financial services according to the international standards and Ukrainian legislation

Financial services according to:	
international standards	legislation of Ukraine
direct and indirect commission charges and payments related to such financial transactions as: acceptance of deposits and issuance of loans, including services for issuing loans on mortgage and movable property for business or personal purposes; letters of credit, bank acceptances, credit lines and other similar instruments; financial leasing; factoring; derivatives business; underwriting of securities, brokerage services and repurchase of securities, including commission charges related to the payment of income on securities; clearing payments	Insurance
financial advisory services	funding on account of credit
safe deposit services for financial assets and ingot gold	employment of returnable resources
services for financial asset management	financial leasing
services involving mergers and acquisitions	Factoring
corporate finance and venture capital services	providing guarantees
	currency assets trading
services of credit card issuers and other credit instruments	financial payment services
receiving income from currency exchange transactions	services in the capital markets
managing financial markets	services in the field of funded pension benefits.
credit rating	Insurance
service fee for the purchase of IMF credit resources	funding on account of credit

Represented by the authors based on [11; 14, p.52].

The sectoral distribution of exports of commercial services in 2018 emphasizes the different profiles of trade in services in developed and developing countries. Dependence of developing economies on transport and travel continued to be higher than their total exports of commercial services, and was more evidenced in Africa and the least developed countries. On the other hand, developed countries continued to specialize mainly in the categories of services with higher added value, such as financial services [6, p.6]. Despite these differences, the gap between the economic profiles of developing and developed countries has narrowed slightly. Between 2005 and 2018, the fastest growing export categories in developing countries included telecommunications, computer and information services, financial and other business services, with annual growth rates of 13%, 12% and 9%. This resulted in an increase in the dependence of exports of commercial services in developing countries on these categories with somewhat higher added value in terms of reducing the relative share of services in the field of transport and travel [6, p.7].

In recent decades, international trade in financial services has enhanced significantly, becoming global in nature. This phenomenon was facilitated by the following: the influence of the scientific and technical process on the scale and diversity of services; increasing openness of national economies; change in the consumer consumption pattern (namely the growth of demand for services), particularly in developed and newly industrialized countries, which is associated with improving living standards; development of information technologies and transition of developed countries to the stage of formation of «new information society»; emergence of new markets in the form of a large group of developing countries; development of the Internet as a key factor in improving e-commerce, as well as provision of financial services through telecommunications; the increasing level of competition in the field of financial services, etc. [12; 13, p.88].

Table 2 shows the statistics, on the basis of which the exports ratio of financial services by groups of world economies is calculated. According to the data, the export of financial services is 16.84% and 16.55% of the total world

exports of services in 2018 and 2019, respectively. The largest percentage of financial services is exported by North America and Oce-

ania. Figure 1 clearly shows the dynamics of individual services by economic groups in 2018 and 2019.

Table 2

Exports of certain services region-wise before the Global Financial Crisis 2020

Economic unit	Insurance and pension services		Financial services		Usage costs of intellectual property		Telecommunications and information services		Other business services		Total services		Share of financial services	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Global	143,940	137,031	489,890	520,441	403,620	409,173	606,060	678,222	1,265,370	1,399,853	2,908,880	3,144,720	16.84	16.55
North America	20,900	18,141	121,610	145,055	135,250	122,787	53,060	64,616	187,830	217,033	518,650	567,632	23.45	25.55
Latin America and the Caribbean	5,940	5,926	4,670	4,694	1,410	1,233	8,880	9,658	35,730	36,452	56,630	57,963	8.25	8.10
Europe	83,490	79,654	269,350	273,847	188,290	203,667	356,430	390,440	67,3450	735,961	1,571,010	1,683,569	17.15	16.27
Sub-Saharan Africa	1,030	1,344	2,580	2,605	270	314	3,190	3,469	11,160	12,462	18,230	20,194	14.15	12.90
West Asia and North Africa	10,770	10,628	5,670	6,039	5,710	6,484	30,680	37,387	28,450	38,820	81,280	99,358	6.98	6.08
Central and South Asia	3,010	2,921	6,340	5,575	960	945	62,360	68,640	70,150	78,344	142,820	156,425	4.44	3.56
East and Southeast Asia	18,070	17,839	75,360	78,449	70,300	72,362	87,440	728	249,240	270,779	500,410	440,157	15.06	17.82
Oceania	720	578	4,300	4,177	1,330	1,382	4,010	4,386	9,350	10,002	19,710	20,525	21.82	20.35
Economies of developing countries, with the exception of China	31,330	31,232	78,390	78,567	25,470	25,420	125,460	140,924	264,220	296,814	524,870	572,957	14.94	13.71

Compiled and calculated by the authors based on [19; 20].

2020 was in many ways an unprecedented year for financial markets. The lockdown because of the COVID-19 provoked an aggressive monetary and fiscal reaction from the Central Bank and governments of developed markets. As a result, in 2020 the dollar money supply grew, while the economy, production of goods

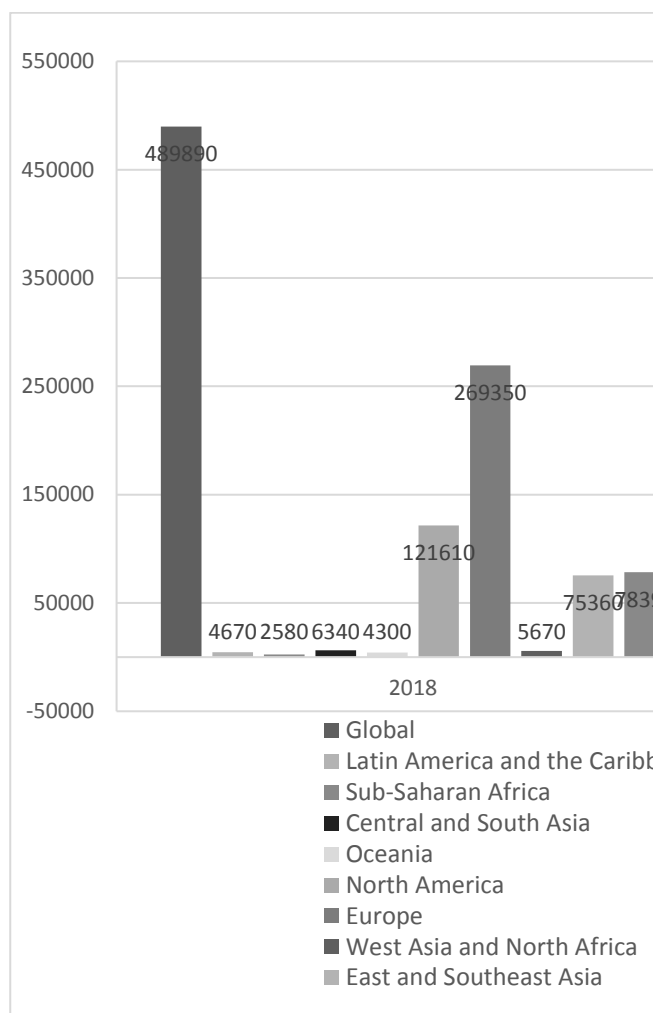


Figure 1. Exports of certain services by economic units in 2018 and 2019

Developed by the authors based on [19; 20].

According to the World Trade Organization (WTO), the world trade in goods decreased by 3% at an annual rate in the first quarter of 2020. World exports of services decreased by 7.6% at an annual rate over the same period. Trade in developing countries has declined significantly, but with some heterogeneity. In all regions of the world there was a decrease in the world trade in the first quarter and in April, 2020. The impact of the pandemic on trade in services became particularly significant due to international and national restrictions to travel. Exports of developing countries fell by 7% in the

and services provided fell sharply due to the pandemic of COVID-19 and related restrictions (about 38 countries applied restrictive measures to trade in services). These restrictions apply to a greater extent to financial, telecommunications, tourism, and transport industry sectors) [8].

first quarter, imports – by 2%, and South-South trade (i.e. trade between developing countries) fell by 2%. By mid-April, almost 90% of the world economy had undergone some restrictive measures.

That was illustrated by a 16.1% drop in exports of services in Asia and Oceania and a 10.4% drop in Latin America and the Caribbean in the first quarter compared to the previous year, well above the average of 7.6%. The pandemic has caused the greatest damage to countries whose economies rely mainly on small business and services.

Thus, in the second quarter, the GDP of the EU countries fell by 11.3% compared to the same period in 2019, that of the UK – by 20.8%, and the United States – by 31.4%. The decline was the largest at an-all time. Different branches of trade in services suffered unevenly.

Thus, sectors that require manual labour of people at close range, such as construction, as well as personal, cultural and recreational services, declined drastically. Financial services, on the other hand, continued to grow. The financial services market reacted to the restrictions in connection with the COVID-19 pandemic by the rapid transition to online mode, the growth of non-cash payments and debt burden, decreasing sales of banking products [3, p. 10; 21].

The pandemic has increased the demand for online financial services and made telecommuting the norm. Central banks around the world are considering lending digital currencies their names for support and modernizing payment systems. Digital financial services promote financial integration. Large technology companies are extending their lines of platforms and systems, starting to offer their customers, among other things, financial services. According to forecasts, the global financial services market is expected to grow in 2021 at a compound annual growth rate (CAGR) of 9.9%. The growth is mainly related to companies' restructuring their activities and to the recovery from the effects of the COVID-19, which previously had led to

restrictive measures, including social distancing, remote work and the closure of commercial activities, which resulted in operational problems. Moreover, it is estimated that till 2025 the financial services market will grow at a compound annual growth rate of 6%. Major companies in the financial services market include the United Health Group; Industrial and Commercial Bank of China; AXA; Agricultural Bank of China and Bank of China. Western Europe was the largest region in the global financial services market accounting for 40% of the market in 2020. North America was the second largest region accounting for 27% of the global financial services market. Africa was the smallest region in the global financial services market [18].

According to studies by foreign and domestic scientists and practitioners, the primary trends in the global financial market in modern conditions are:

- growth of trade volume of financial services;
- growth of the share of financial services in the international trade in services;
- increase in employment in the financial services sector;
- establishment of a single mega-regulator of the financial market;
- integration of information technologies and financial services;
- high activity of mergers and acquisitions in the sector of non-bank financial institutions;
- expansion and use of outsourcing in the global financial market [9, p. 49-50; 10, p.30].

Technology in any form has always been the driving force of change, and this is especially true in current uncertain times. Never before have consumers relied so heavily on smart technologies: to connect with each other, perform everyday tasks and interact with business. And never before have companies from different industries faced such an urgent need for adjustment. McKinsey's studies [17; 21] show that the COVID-19 pandemic has significantly accelerated the introduction of new technologies (up to seven years).

The authors agree with the conclusions of research by domestic and foreign experts on the main trends in the global financial services market. However, they believe that today, digitalization is one of the most relevant trends in the

world economy, whose impact can be traced in every industry. The global financial services market is no exception. Over the past 5 years, global changes have occurred in the field of financial services, new ways of delivering services, new business models, and new products have appeared.

With the process of digitalization of society there occur changes in consumer preferences, their expectations grow, values change. In 2019, the British audit and consulting company Ernst & Young conducted a study on markets in different countries on the level of penetration of Fintech services. According to the results of the study, a rating was compiled, which found that this criterion was 64% on average in the world [16].

The author believes that the main transformational changes in the financial services market can be traced by four areas of activity: in investment management; in the capital markets; Fintech; in the field of payment technologies.

The pandemic has damaged the economy and caused instability in financial markets around the world, and because of this funding for new investment management technologies is likely to be uneven in the coming years due to the desire of some businesses to avoid additional risks, the drive to cut down their expenses by minimizing IT costs, while others will increase investment in technology to take the lead after the pandemic. Firms investing in technology are likely to explore several key areas, including advanced data management technologies, AI-based search analytics, development of platforms and APIs.

Companies operating in highly competitive capital markets are often among the first to introduce new technologies to outperform competitors; however, they encounter difficulties due to the need to interact with software infrastructures and complexes of past generations. Therefore, in the coming years, particular attention will be paid to the transition to the use of cloud storage, simplicity and modularity, investment in automation.

During 2020, the Fintech sector continued to grow rapidly and innovate. To a large extent, that was a continuation of trends of the last five years at the least. The younger generation of customers continues to avoid traditional financial institutions or stop using them in favour of fully

digital banks and embedded financial services. In response, traditional financial institutions are trying to compete increasing the pace of innovation and digitalization in various ways, which will continue further. Payment technologies are an invisible yet vital part of the modern world and their range of use will continue to expand.

It is easy to notice some common features of technological trends in different industries.

The pandemic has forced the focus on digitalization, security, efficiency and integration between platforms and industries, and those companies which cannot (do not want to) upgrade their processes, infrastructure and software are doomed to a constant struggle for survival in the near future.

In Table 3, the authors group the most current technological trends in the global financial services market.

Table 3

Development trends in the global financial services market

Trends	Brief description
Investment management trends	
1	2
Data management	By early 2020, most companies had already begun using the cloud technology, but few of them took the full advantage of its capabilities. This situation will change in the near future, as the vast majority of companies will start migrating to Snowflake, Amazon Redshift or Azure DataExplorer. These new platforms use all aspects of cloud scalability and data exchange capabilities. This migration will also increase interest in ETL cloud products such as Matillion, as companies will seek to comprehensively optimize business processes.
Search analytics	In 2020, everyone got used to applying mainly the Google search engine to find answers to relevant questions. However, a regular Google search could not find a corporate report prepared by a company last quarter. New software products help to aggregate corporate data and ensure proper navigation. Currently, search engines such as <i>ThoughtSpot</i> are in the lead in this segment (applying <i>ThoughtSpot</i> , a user can enter keywords in the search bar and get a required report. Moreover, thanks to the SpotIQ search engine based on artificial intelligence, users can receive insights. ThoughtSpot works with various enterprise applications and databases located both in the cloud and on-premise. Thanks to ThoughtSpot Embrace, the user can search directly in cloud storage, such as Snowflake, Amazon Redshift and Google BigQuery. If it involves several sources in the analysis, the platform finds a link between them, which allows one to create reports with the necessary level of detail) and Coveo (it offers a platform to improve the performance of digital technologies and provides special software solutions created on this platform. Coveo Experience Intelligence platform uses search, analytics, and machine learning technologies to combine disparate content and data to automate the delivery of relevant personalized information. Coveo offers solutions for e-commerce, customer service and employee development). In the coming years, these technologies and related ones are expected to be more widely used while the interest in products which provide a single access point for all corporate data will grow. These trends will significantly affect employees' efficiency.
Platform development	Today, most companies use special infrastructures which have been developed over many years, as well as infrastructures of past generations often through mergers and acquisitions. In large companies, this often results in duplication of functions, a significant increase in IT costs and regulatory compliance. The complex application infrastructure is inconvenient for corporate users as well. In the coming years, it will be important to develop and agree on platforms, which will be supported by innovative products for developing platforms such as OpenFin and Beacon.
Trends in capital markets	
Use of cloud storage	Stock exchanges and market data providers are also beginning a gradual transition to cloud services and low-latency access from the cloud. This transition implies the abandonment of proprietary technologies in favour of newer systems such as Snowflake, which are gradually becoming the standard for cloud data management.

Continuation of Table 3

1	2
Simplicity and modularity	Many popular trading applications are outdated and require significant refinement to simplify the work of the end user. Major providers of trading technologies seek to make trading interfaces more modular and therefore more flexible for end users who want to combine their favourite components and create a perfect trading workstation at their own discretion. Both simplicity and modularity are quite achievable, but require investment in modern frontend stack, UX teams, microinterfaces and useful platforms such as Openfin.
Automation	Professional capital market participants are going to continue investing in automation in the coming years. Processes of manual data entry and unrelated application infrastructures are receding into the past, while the transition to open platforms and standardized APIs continues.
FinTech trends	
Digitization of processes	Prior to the COVID-19 crisis, the greatest need for digitization for financial institutions was the transformation of customer experience to improve long-term customer retention. Since the start of the crisis, financial institutions have faced an urgent need for their operations transformation and vocational adjustment to remote access, where customer support services and back offices need to move from branches and customer service centres to bedrooms and living rooms. This transformation has made it clear to even the most conservative leaders that their organizations can no longer ignore the need for change, and as a result, there are now huge opportunities throughout the FinTech ecosystem.
Platform modernization	Authoritative financial institutions will resume efforts to transform and modernize business models and operations. To do this, they will have to either bypass their existing base systems in favour of modern platforms created from scratch, or surround their base platforms with many Fintech solutions for individual customers and businesses. Many financial institutions lag so far behind in technological transformation that they will be forced to work with a new generation of financial services market players who can offer white label solutions.
Artificial intelligence (AI) and machine learning (ML)	Financial institutions will continue to actively invest in modern data platforms and AI / ML technologies, which are crucial to provide modern experiences for customers, such as chatbots and personalization. Digitization of customer engagement will also require financial institutions to pay more attention to cybersecurity, the KYC approach, and fraud detection, where AI / ML data and technology play an important role.
Growing threat to data	Despite the efforts, banks and other financial institutions will continue to encounter serious challenges. In addition to highly competitive Fintech start-ups, there is a threat from large social networks and retail players: Facebook, Google, Apple and Amazon, which continue to expand in the financial services market. Being at the top of customer data – demographics, interests, preferences, payments – these social media companies provide themselves with a significant information advantage over financial institutions which will have to solve these problems by cooperating with each other and partnering with Fintech players who can help financial institutions to overcome information asymmetry.
Trends in the field of payment technologies	
Using AI / ML to increase security	The level of fraud is still significant, primarily due to a sudden boom in online transactions. An Experian study shows that during the last quarantine, the number of fraud cases increased by 33% as companies tried to transfer transactions online to meet customer needs. Therefore, close attention to information security, the basis of which is now artificial intelligence, is expected in the near future. AI systems are intelligent, adaptive, have the ability to detect and block possible security breaches, as well as to correct appropriate actions in real time. Moreover, with machine learning, payment companies can analyse more data than ever before in order to detect new fraud trends faster and deeper. Taken together, these tools provide the level of reliability needed by consumers and businesses for e-commerce transactions
Migration to the cloud	Consumers prefer payment systems which can be used on phones and work in accordance with EFTPOS systems (providing integration with Google Pay, Alipay, Apple Pay, etc.). And this is impossible without the use of cloud technology. Moreover, there are additional security benefits when using the cloud.

1	2
DLT / Blockchain	The simple and inviolable nature of the blockchain has made it an integral part of the payment industry. An inexpensive and secure method has exceeded the scope of its original purpose of supporting bitcoins, and its potential is limitless. In the near future, two main areas of blockchain-related activities are expected to be developed: international payment processing services (including interbank transfers) and applications for financing trade operations. Nowadays these areas use old slow and expensive systems which are counterproductive both for consumers and businesses.
Open APIs	APIs will play an important role in transforming interactions: between different aspects of the same organization, between different organizations, and between industries. In the past, the payment industry strictly controlled end-to-end delivery, but the spreading of smart devices, combined with regulatory pressure to open markets to third-party suppliers, has jeopardized their standard approach. Financial providers need to find a way to become more flexible, and the key to this is open APIs. Open banking is a global phenomenon which is expected to continue to expand in the coming years, and without open APIs, payment systems will be away from the global trend.

Generalized by the authors on the basis [1, p. 47-48; 15; 16].

In the context of Ukraine's integration into the global financial space, the problem of compliance with global trends in the financial services market is taking on increasing importance. The team of the Ministry of Finance was one of the first in the world to launch a service for transmitting (or sharing) digital documents. In 2020, the National Bank made it possible to remotely identify and verify customers of financial institutions by offering different models to the financial market – five simplified ones and three full-fledged ones. In particular, this can be done through using the Diia («Action») mobile application, or through the BankID System of the NBU (online services using the system at the end of 2020 were available to 94% of payment card users in Ukraine) [7].

Sharing of e-passports in the Diia application is a service which, in particular, allows citizens to verify their identity in the bank and provide their documents in digital format in order to open a bank account without leaving home. The service can be used both on the bank's online resources (mobile application or website) and in a regular bank branch. Access codes (QR code and bar code) are automatically generated on the client's smartphone and read in the bank. Then the client confirms the permission to transfer their own data from the Diia, and the bank can provide the necessary service to the client [2, p.5].

Over 25 million Ukrainians can already use the bank servicing with the help of digital documents. As of October 13, 2020, the digital document sharing service was already available

in PrivatBank, Monobank and A-Bank, while more than 30 banks were preparing to move to a new format of interaction with customers.

Another project launched as part of the digitalization of the banking system is the digital hryvnia. The pilot project of the National Bank on studying the possibility of issuing its own digital currency based on blockchain technology has lasted since 2016. Its practical part was completed in late 2018. At the end of 2016, the National Bank began studying the possibility of issuing the Central Bank's own digital currency (CBDC) – «electronic hryvnia» and finding an alternative tool for instant and cheap payments in accordance with current trends in central banks. Today, the National Bank is considering the possibility of issuing both anonymous and identified CBDC, as each option has its advantages and disadvantages. Moreover, the option of anonymous CBDC is not a priority for the National Bank [2, 7].

The National Bank will continue to study the possibility of issuing the hryvnia, considering the results of the project, the current needs of the financial market and the potential development of the economy [2, p.5].

In the Ukrainian financial services market, banks together with FinTech companies are implementing joint projects, in particular [4, p. 11-12]:

– Visa and Oschadbank have implemented the technology of paying fare in public transport by contactless bank cards;

– Visa, PrivatBank and Kasta have launched a biometric payment system for purchases using FaceID;

– Visa and Oschadbank have started testing the Tap to Phone technology for contactless payment via smartphones. This technology allows entrepreneurs to turn a smartphone into a payment terminal and accept payment from customers;

– EasyPay is a payment acceptance system that has been operating in Ukraine since 2007, offering the market a wide range of payment methods for cash and non-cash payments which comply with the global security protocols of Visa, MasterCard, PCI DSS;

– Electrum Payment System is an operator of electronic money «ELECTRUM», whose issuer is the state bank «UKRGASBANK»;

– iPay.ua is an All-Ukrainian online payment service which works with seven major Ukrainian banks and 500 partner companies which accept payments for their products and services;

– LiqPay is a Ukrainian payment service whose parent company is Privatbank; its platform allows one to receive payments from Visa, MasterCard, Internet banking Privat 24, as well as cash through payment terminals;

– Lime Systems is a supplier of a system of automation of banking operations and service solutions for over 15 Ukrainian financial companies and banks, including PUMB, Ukrgasbank, Universal Bank. Automated banking system SCROOGE is software by Lime Systems. Since 2015, the company has been developing a system of financial authorizations for payment cards and electronic wallets Card Transaction Service

– AtticLab specializes in innovative software products using the blockchain technology. The company participates in the project creating a national cryptocurrency under the auspices of the NBU [4, p. 11-12].

Moreover, at the end of 2020, the Verkhovna Rada registered Draft Law No. 4364 on Payment Services, which will adapt Ukrainian legislation to EU legislation and significantly modernize the regulation of the Ukrainian market of payments and money transfers [7].

In 2020, the National Bank together with market participants and people's deputies began work on the foundation of new regulation of the

non-banking sector. In particular, proposals were prepared for new versions of the Laws of Ukraine «On Insurance», «On Credit Unions» and «On Financial Services and Financial Companies». Also, the National Bank has developed and published a number of key normative legal acts in the field of regulation of non-bank financial institutions [2, p. 5; 7].

Conclusions. At the present stage, the development of the global financial services market is accompanied by the evolution of qualitative characteristics of the market itself. In recent decades, international trade in financial services has been gaining significant traction, becoming global in nature. This phenomenon was facilitated by a number of factors, including, in particular, the growing demand for services, especially in developed and newly industrialized countries, which is associated with improvement in the living standards; development of information technologies; emergence of new markets in the form of a large group of developing countries; development of the Internet as a key factor in improving e-commerce, as well as provision of financial services through telecommunications; increase in the level of competition in the field of financial services.

The authors analysed the statistical data and determined the share of financial services exports, which amounted to 16.84% and 16.55% of the total world exports of services in 2018 and 2019, respectively.

Most experts note that 2020 was in many ways an unprecedented year for financial markets. In turn, the global financial services market reacted to the restrictions due to the COVID-19 pandemic by rapid transition to online mode, increase in non-cash payments and debt burden, and decrease in sales of banking products.

In this regard, we can identify the following trends which characterize the development and direction of transformation of the global financial services market: the growth of trade in financial services; increasing share of financial services in the international trade of services; increasing employed population in the financial services sector; establishment of a single mega-regulator of the financial market; integration of information technologies and financial services; high activity of mergers and acquisitions in

the sector of non-bank financial institutions; expansion and use of outsourcing in the global financial market.

Under conditions of Ukraine's integration into the global financial space, the problem of compliance with global trends in the financial services market is taking on increasing importance. The state is taking appropriate steps in this direction both in practice and in legislative environment. Over 25 million Ukrainians can already use the bank services through digital documents. In the Ukrainian financial services market, banks together with FinTech companies are implementing joint projects. At the end of 2020, the Verkhovna Rada registered Draft Law No. 4364 on payment services, which will allow adapting Ukrainian legislation to EU legislation and modernizing the regulation of the Ukrainian payments market significantly.

Література

1. Безпалый Р. В. ФінТех-інновації: передумови становлення та сучасні тенденції. / Р. В. Безпалый // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 2. – С. 44–49.
2. Вінниченко О. В. Цифровізація економіки України, основні напрями та тенденції. Проблеми розвитку ринку фінансових послуг: Матеріали Всеукр. науково-практ. інтернет-конф. 19 листоп. 2020 р., м. Харків, 2020. – С. 4–6.
3. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України: кабінетне дослідження. Громад. орг. «Центр приклад. дослідж.». Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні, 2020. – 56 с. – URL : <https://www.kas.de/documents/270026/8703904/Вплив+COVID-19+та+карантинних+обмежень+на+економіку+України.+Кабінетне+дослідження+ЦПД.+Листопад+2020.pdf/b7398098-a602-524d-7f88-6189058f69d3?version=1.0&t=1597301028775>.
4. Гулей А. І. Цифрова трансформація вітчизняного банківського середовища в умовах розвитку фінтех-екосистеми / А. І. Гулей // Український журнал прикладної економіки. – 2019. – Т. 4. – № 1. – С. 6–15.
5. Марена Т. В. Розвиток міжнародного ринку фінансово-платіжних послуг в умовах глобальної нестабільності / Т. В. Марена // Причорноморські економічні студії. – 2016. – № 5. – С. 25–29.
6. Международная торговля и развитие: Доклад Генерального секретаря. Генеральная Ассамблея ООН: Distr.: General, 2019. 28 с. URL : https://unctad.org/system/files/official-document/a74d221_ru.pdf.
7. Національний банк України. Річний звіт Національного банку за 2020 рік: 10 фактів про те, як змінилися економіка та фінансова система упродовж першого року пандемії. Національний банк України. – URL : <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-za-2020-rik-10-faktiv-pro-te-yak-zminilisya-ekonomika-ta-finsova-sistema-uprodovj-pershogo-roku-pandemiyi>.
8. Огляд змін у міжнародній торгівлі: тренди, тенденції, виклики 2020 COVID-року – Юридична Газета. – Юридична газета – онлайн версія. – URL : <https://yur-gazeta.com/publications/practice/mizhnarodniy-arbitrazh-ta-adr/oglyad-zmin-u-mizhnarodniy-torgivli-trendi-tendenciyi-vikliki-2020-covidroku-.html>.
9. Пашко М. М. Тенденції розвитку світового ринку фінансових послуг / М. М. Пашко // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 49–51.
10. Поліщук Є. А. Особливості розвитку світового фінансового ринку на сучасному етапі / Є. А. Поліщук // Проблеми економіки. – 2014. – № 3. – С. 25–31.
11. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України № 2664-III : станом на 1 серп. 2021 р. – Відомості Верховної Ради України (ВВР). – № 1. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>.
12. Рибак Г. І. Міжнародний ринок послуг: сучасний стан та структура / Г. І. Рибак // Ефективна економіка. 2020. – № 6. – URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/73.pdf.
13. Рибчук А. В., Заблоцька Р. О. Тенденції та проблеми функціонування світового ринку комерційних послуг. Науковий вісник НЛТУ України. – 2018. – Т. 28. – № 9. – С. 86–89.
14. Руководство по статистике международной торговли услугами. Женева, Люксембург, Нью-Йорк, Париж, Вашингтон, О.К.: Организация Объединенных Наций, 2004. – 213 с. – URL : https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tfsits/MSITS/m86_russian.pdf.
15. Технические тренды финансовой индустрии 2021. – DataArt Website. – URL : <https://dataart.team/ru/articles/2021-tekhnicheskie-trendy-finansovoi-industrii-2021/>.
16. Шевченко О. М. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України / О. М. Шевченко // Ефективна економіка. – 2020. – № 7. – URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/63.pdf.
17. Financial Services Risk Trends. Germany : Allianz Global Corporate & Specialty SE, 2021. – 35 p. URL : <https://www.agcs.allianz.com/content/dam/onemarketing/agcs/agcs/reports/agcs-financial-services-risk-trends.pdf>.
18. Global Financial Services Market Outlook 2021-2030; Expected to Reach \$28.52 Trillion by 2025 – ResearchAndMarkets.com. businesswire.com. – URL : <https://www.businesswire.com/news/home/20210310005386/en/Global-Financial-Services-Market-Outlook-2021-2030-Expected-to-Reach-28.52-Trillion-by-2025---ResearchAndMarkets.com>.
19. Handbook of Statistics 2019 | UNCTAD. Home | UNCTAD. URL : <https://unctad.org/webflyer/handbook-statistics-2019>.
20. Handbook of Statistics 2020 | UNCTAD. Home | UNCTAD. – URL : <https://unctad.org/webflyer/handbook-statistics-2020>.

21. How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point--and transformed business forever. McKinsey & Company. – URL : <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>.

References

1. Bezpalii, R.V. (2021). FinTekh-innovatsii: peredumovy stanovlennia ta suchasni tendentsii. Investytsii: praktyka ta dosvid, (2), 44-49.
DOI: [10.32702/2306-6814.2021.2.44](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.2.44)
2. Vinnychenko, O.V. (2020). Tsyfrovizatsiia ekonomiky Ukrainy, osnovni napriamy ta tendentsii. Proceedings from Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii. «Problemy rozvytku rynku finansovykh poslug». (pp. 4-6). Kharkiv.
3. Konrad-Adenauer-Stiftung e. V., Foundation Office Ukraine. Center for applied research (2020). Vplyv COVID-19 ta karantynnykh obmezhen na ekonomiku Ukrainy: kabinetne doslidzhennia. Retrieved from <https://www.kas.de/documents/270026/8703904/Вплив+COVID-19+та+карантинних+обмежень+на+економіку+України.+Кабінетне+дослідження+ЦПД.+Липень+2020.pdf/b7398098-a602-524d-7f88-6189058f69d3?version=1.0&mp=t=1597301028775>
4. Hulei, A.I. (2019). Tsyfrova transformatsiia vitchyznianoho bankivskoho seredovyscha v umovakh rozvytku FinTekh-ekosystemy. Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky, 4(1), 6-15.
5. Marena, T.V. (2016). Rozvytok mizhnarodnoho rynku finansovo-platizhnykh poslug v umovakh hlobalnoi nestabilnosti. Prychynomorski ekonomichni studii, (5), 25-29.
6. UN General Assembly. (2019). Mezhdunarodnaya trgovlia i razvitiie. Doklad Generalnogo sekretaria. Retrieved from https://unctad.org/system/files/official-document/a74d221_ru.pdf.
7. Nationalnyy Bank Ukrainy. (n.d.). Richnyi zvit Natsionalnogo banku za 2020: 10 faktiv pro te, yak zminylisia ekonomika ya finansova systema uprodovzh pershoho roku pandemii. Retrieved from <https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-za-2020-rik-10-faktiv-pro-te-yak-zminilisya-ekonomika-ta-f finansova-sistema-uprodovj-pershogo-roku-pandemiyi>.
8. Ohliad zmin u mizhnarodnii torhovli: trendy, tendentsii, vyklyky 2020 COVID-roku. Yurydychna hazeta – online-version. Retrieved from <https://yur-gazeta.com/publications/practice/mizhnarodniy-arbitrazh-ta-adroglyad-zmin-u-mizhnarodniy-torgivli-trendi-tendetsiyi-viklyki-2020-covidroku-.html>.
9. Pashko, M. M. (2010). Tendentsii rozvytku svitovoho finansovykh poslug. Ekonomika APK, (2), 49-51.
10. Polishchuk, Ye.A. (2014). Osoblyvosti rozvytku svitovoho finansovoho rynku na suchasnomu etapi. Problemy ekonomiky, (3), 25-31.
11. Zakon Ukrainy № 2664-III stanom na 1 serpnia 2021.Pro finansovi posluhy ta derzhavne rehuliuвання ryнкiv finansovykh poslug; stanom na 1 serpnia 2021. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), (1). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>.
12. Rybak, H.I. (2020). Mizhnarodnyi rynek poslug: suchasnyi stan ta struktura. Efektyvna ekonomika, (6). Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/73.pdf.
DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.7
13. Rybchuk, A.V., & Zablotska, R.O. (2018). Tendentsii ta problemy funktsionuvannya svitovoho rynku komertsiiynykh poslug. Naukovyi Visnyk NLTU Ukrainy, 28(9), 86-89.
14. United Nations Organisation. (2004). Rukovodstvo po statistike mezhdunarodnoy trgovli uslugami. Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tfsits/MSITS/m86_russian.pdf.
15. DataArt. (2021). Tekhnicheskiiie trendy finansovoy industrii 2021. Retrieved from <https://dataart.team/ru/articles/2021-tekhnicheskiiie-trendy-f finansovoi-industrii-2021/>.
16. Shevchenko, O.M. (2020). Rozvytok finansovykh tekhnolohii v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy. Efektyvna ekonomika, (7). Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2020/63.pdf.
DOI: 10.32702/2307-2105-2020.7.61
17. Financial Services Risk Trends. (2021). Germany: Allianz Global Corporate & Specialty SE. Retrieved from <https://www.agcs.allianz.com/content/dam/onemarketing/agcs/agcs/reports/agcs-financial-services-risk-trends.pdf>.
18. Businesswire. (2021). Global Financial Services Market Outlook 2021-2030; Expected to Reach \$28.52 Trillion by 2025 - ResearchAndMarkets.com. Retrieved from <https://www.businesswire.com/news/home/20210310005386/en/Global-Financial-Services-Market-Outlook-2021-2030-Expected-to-R reach-28.52-Trillion-by-2025---ResearchAndMarkets.com>.
19. UNCTAD. (n.d.). Handbook of Statistics 2019. Retrieved from <https://unctad.org/webflyer/handbook-statistics-2019>.
20. UNCTAD. (n.d.). Handbook of Statistics 2020. Retrieved from <https://unctad.org/webflyer/handbook-statistics-2020>.
21. McKinsey & Company. (n.d.). How COVID-19 has pushed companies over the technology tipping point--and transformed business forever. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-covid-19-has-pushed-companies-over-the-technology-tipping-point-and-transformed-business-forever>.

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ У СВІТОВИЙ ФІНАНСОВИЙ ПРОСТІР ЗА СУЧАСНИХ УМОВ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

О. В. Крилова, к. т. н., доцент, О. І. Замковий, ст. викладач. НТУ «Дніпровська політехніка»

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: аналізу – при дослідженні та обробці даних статистики та визначенні частки експорту фінансових послуг від всього світового експорту послуг; синтезу – при визначенні суттєвих ознак впливу пандемії на попит на фінансові послуги; узагальнення – при визначенні світових трендів розвитку світового ринку фінансових послуг та змін в практичному, законодавчому полі України в напрямку осучаснення регулювання діяльності українського ринку фінансових послуг.

Результати. Досліджено, що сучасний етап еволюції міжнародних ринків фінансових послуг характеризується найбільшою інтенсифікацією фінансових потоків. Охарактеризовано склад фінансових послуг відповідно до міжнародних норм та українського законодавства. Виокремлено фактори активізації міжнародної торгівлі фінансовими послугами, що набуває глобального характеру. Обґрунтовано, що 2020-й рік був у багатьох відношеннях безпрецедентним для фінансових ринків. Закриття економік через covid 19 викликало агресивну монетарну і фіскальну реакцію ЦБ і урядів розвинених країн. В результаті у 2020 році економіка, виробництво товарів і обсяг наданих послуг різко впали через пандемію covid 19 і пов'язаних з нею обмежень. Фінансові послуги, навпаки, продовжували зростати. Ринок фінансових послуг відреагував на обмеження у зв'язку з пандемією covid 19 стрімким переходом в онлайн-режим. Відзначено, що технології в будь-якій формі завжди були рушійною силою змін, і в нинішні непевні часи це особливо актуально. Аргументовано необхідність структурування основних тенденцій розвитку світового ринку фінансових послуг.

Новизна. Виокремлено фактори, що змінюють умови функціонування ринку фінансових послуг в умовах пандемії covid 19.

Практична значущість. Систематизовано автором найбільш актуальні технологічні тенденції розвитку світового ринку фінансових послуг та зміни в практичному, законодавчому полі України в напрямку приведення його у відповідність до законодавства ЄС.

Ключові слова: світовий ринок, фінансова послуга, тренди розвитку, міжнародна торгівля фінансовими послугами, ринок фінансових послуг.

Надійшла до редакції 15.10.21 р.

МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРУ В РЕЖИМІ ЕКСПОРТУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Я. Р. Корнійко, к. е. н., доцент, Державний університет інфраструктури та технологій, blttduit@gmail.com, orcid.org/0000-0001-5772-7364

Методологія дослідження. У процесі дослідження було використано філософську методологію, яка допомогла встановити взаємозв'язок науки з практикою; застосовано інформаційний підхід як фундаментальну методологію з метою обґрунтування інформаційного та когнітивного взаємозв'язку парадигми дослідження; метод термінологічного аналізу – для уточнення змісту понятійного апарату досліджуваного питання; статистичний метод – для аналізу структури та динаміки зовнішньої торгівлі України та сплати митних платежів у режимі експорту.

Результати. Уточнено дефініцію поняття «митне оформлення», представлено варіативність розкриття особливостей даного питання та узагальнено думки сучасних вчених, зокрема, визначено риси, які притаманні цій категорії. Представлено товарну та географічну структуру зовнішньої торгівлі України та встановлено, що найбільшу частину українського товарного експорту складають продовольчі товари та сільськогосподарська продукція. Систематизовано існуючу процедуру митного оформлення товару в режимі експорту.

Новизна. Обґрунтовано схему основних етапів залучення посередників в експортному ланцюжку доставки товарів, що дозволить спростити та пришвидшити процедури митного оформлення під час проходження митного очищення товарів та узагальнено процедуру митного оформлення вантажів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій з орієнтацією на режим експорту. Виокремлено умови, що впливають на процедуру митного оформлення в режимі експорту.

Практична значущість. Запропоновано орієнтири проходження митного оформлення товарів в режимі експорту з метою систематизації існуючих процедур підприємств, які на підставі укладених зовнішньоекономічних договорів (контрактів) або через посередника (комісіонера, агента, консигнатора тощо) здійснюють експорт товарів з переміщенням їх через митний кордон України.

Ключові слова: митне оформлення, митний режим експорту, зовнішня торгівля України, декларант.

Постановка проблеми. Розвиток економіки нашої держави завжди привертав увагу науковців, особливо, якщо питання стосується міжнародних зовнішньоекономічних зв'язків. Значні за своїм змістом соціально-економічні та політичні події, які відбуваються сьогодні в світі та Україні, а також процеси реформування внутрішнього господарства країни, мають ваговий вплив на митну сферу. Митна діяльність є основним джерелом надходження коштів до бюджету країни, тому існує об'єктивна необхідність вивчити існуючі інструменти та

заходи щодо процедур митного оформлення вантажів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій. Імпортно орієнтована країна спонукає проаналізувати структуру та динаміку митних платежів, а також вивчити особливості митного оформлення товарів у режимі експорту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням застосування різних митних режимів України приділяли увагу у своїх працях такі науковці, як О. М. Дем'янюк [1], Б. А. Кормич [2], О. П. Науменко [3], А. І. Філіна [4], М. Г. Шульга [5] та інші.

Дані автори висвітили у своїх працях мету застосування митних режимів, складові елементи й проблематику окремих режимів. Не зважаючи на глибокі вивчення авторів, питання митного оформлення залишається досить багатограним і деякі аспекти потребують додаткового та глибшого дослідження. Цілком зрозуміло, що особливості митного режиму експорту також було розкрито різними авторами, наприклад, Н. В. Осадча [6], Т. О. Осташко [7], С. О. Полковниченко [8], Ю.-Б. Р. Ханік [9] та інші, однак, більшість авторів присвятили свої дослідження експорту різних видів товарів, а питання загальних етапів експортного оформлення потребує детальнішого розкриття.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є визначення особливостей та етапів митного оформлення товару в режимі експорту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки сьогодні українські підприємства стикаються з численними перешкодами у ході своєї зовнішньоекономічної діяльності, що пов'язано з недостатнім рівнем якості послуг з підтримки торгівлі, які є доступними для підприємств. Існуючі умови для діяльності підприємства не стимулюють українські підприємства до розвитку інноваційної діяльності та не сприяють диверсифікації економіки. Внаслідок цього структура експортного кошика складається з незначної кількості товарів з відносно низькою доданою вартістю, а наявні ресурси, зокрема потенціал високо-кваліфікованих кадрів, не використовуються повною мірою [10].

Доречно розглянути статистичні дані Державної служби статистики України і Державної фіскальної служби України, аби проаналізувати товарну структуру зовнішньої торгівлі України (рис.1). Загалом, можна стверджувати, що за підсумками 9 місяців 2021 р. вартісні обсяги зовнішньої торгівлі товарами України зросли на 25,8 млрд дол США (або на 35,3 %) у порівнянні з аналогічним періодом 2020 р.

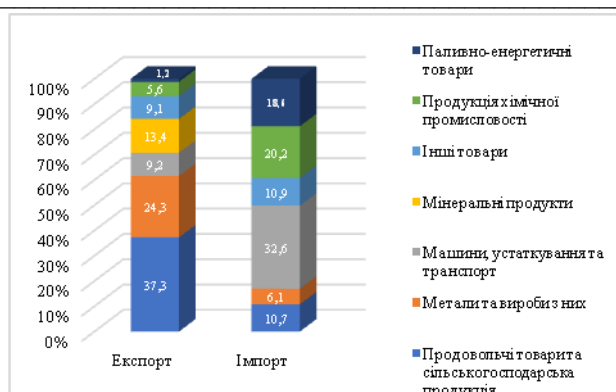


Рис. 1. Товарна структура зовнішньої торгівлі України за 3 квартали 2021 року, % [11]

При цьому зростання по експорту (на 38,2 %) було більшим за зростання по імпорту (на 32,6 %). Така ситуація призвела до часткового зменшення негативного сальдо зовнішньої торгівлі товарами [11].

За аналізований період, основу українського товарного експорту у 2021 р. (9 міс.) склали продовольчі товари та сільськогосподарська продукція (37,3 %), у той час, як імпорт становив 10,7 %. Основу імпортової продукції складає машини, устаткування та обладнання – 32,6 % у загальній структурі.

Протягом 2021 року Україна активно поставляла свої товари до країни Євросоюзу, Китаю, країн Євразійського економічного союзу, Туреччини, США, Індії та інших країн світу (рис.2).

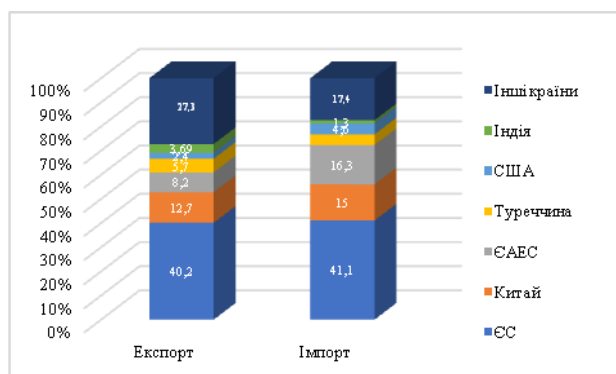


Рис. 2. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами України за три квартали 2021 р., % [12]

За даними Держстату, у географічній структурі зовнішньої торгівлі товарами України за підсумками трьох кварталів 2021 р. провідне місце займають країни ЄС. У порівнянні з аналогічним періодом 2020 р. частка ЄС зросла з 39,4 % до 40,6 %. В основі

цієї зміни лежало зростання вартісних обсягів товарообігу на 39,6 %. ЄС є найбільшим торговельним партнером України як в частині експорту товарів (40,2 % від загального експорту), так і в частині їх імпорту (41,1 % від загального імпорту) [12].

За даними рис. 3 можна стверджувати, що за 2021 рік податки на міжнародну торгівлю та зовнішні операції становили 34268,8 млн грн [13].

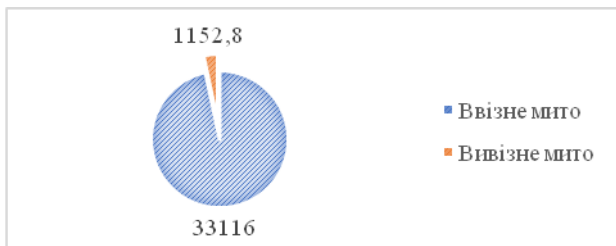


Рис. 3. Структура надходження митних платежів у 2021 році, млн грн [13]

Так, обсяги оподаткованого імпорту «по вазі» у 2021 року, в порівнянні з експортом, становлять 97 %, що на 31963,2 млн грн більше. Дана ситуація пов'язана з існуючою процедурою оподаткування товарів в режимі експорту (табл. 1).

Таблиця 1
Оподаткування товарів в режимі експорту

Мито	Акцизний податок	Податок на додану вартість
Ввізне мито нараховується та сплачується відповідно до ст. 272, 277, частини першої ст. 286 МКУ при дотриманні умов та обмежень, встановлених главою 13 МКУ.	Нараховується та сплачується відповідно до п.п. 213.1.3 п. 213.1 ст. 213 ПКУ.	Нараховується та сплачується відповідно до п.п. в) п. 185.1 ст. 185 ПКУ з урахуванням положень ст. 191 ПКУ.
Ставки ввізного мита застосовуються відповідно до ст. 280 МКУ.	Ставки акцизного податку застосовуються відповідно до ст. 215 ПКУ. У разі ввезення маркованої підакцизної продукції на митну територію України податок сплачується під час придбання марок акцизного податку з доплатою (у разі потреби) на день подання митної декларації (п.п. 222.2.2 п. 222.2 ст. 222 ПКУ).	Ставки ПДВ застосовуються відповідно до ст. 193 ПКУ.

Джерело: [14]

Ставки вивізного мита на українські товари, що вивозяться за межі митної тери-

торії України, встановлюються окремими законами.

Зростання експорту товарів до країн світу сприяє покращенню міжнародної торгівлі та розвиває один із найбільш прибуткових видів діяльності. Плануючи експортну діяльність, варто визначитися яким чином клієнт отримає замовлену продукцію, тобто, чи залучатимуться посередники в експортному ланцюжку доставки товарів чи всі операції виконуватимуться самостійно. Модель «без участі посередників» передбачатиме витрату додаткового часу для побудови відносин між усіма учасниками поставки, вивчення ринку збуту та тонкощів маркетингової діяльності, пошуку партнерів для здійснення доставки на міжнародному ринку, а відповідно й усіх тонкощів логістики. Такий підхід є доволі складним та затратним. Підприємства з досвідом роботи на міжнародному ринку зазвичай залучають посередників для здійснення різних видів операцій, наприклад, агентів, дистриб'юторів, транспортні компанії, митних брокерів тощо. З метою спрощення та пришвидшення процедури митного оформлення товарів під час проходження митного очищення, доречно обрати підрядника-митного брокера, який спеціалізується у даній сфері та володіє усіма тонкощами проходження митного контролю.

Перш ніж звернутися до загальної характеристики і особливостей митного режиму експорту, доречно розглянути загальне розуміння митного оформлення, процедура якого є обов'язковою для всіх вантажів і товарів легально ввезених / вивезених через кордон України і супроводжується оформленням значної кількості документів та процедур.

Основні засади організації здійснення митних операцій в Україні регулюються Митним кодексом України, в якому розкриті усі економічні, організаційні, правові, кадрові питання, а також соціальні аспекти діяльності органів митниці України. Загалом, митне оформлення – це фінальний етап зовнішньоекономічної діяльності.

У теоретичному значенні митне оформлення доцільно розглядати як правовий інститут, що характеризується структурним змістом, що включає в себе предмет, метод,

цілі, завдання, функції, принципи правового регулювання, а також спеціальні суб'єкти; системністю, комплексністю і однорідністю відносин; юридичною єдністю норм, що регулюють відносини з митного оформлення; переважною нормативною відокремленістю, що виражається в закріпленні у вигляді окремого підрозділу в Митному кодексі України [12].

Автор М.Г. Шульга у своїй праці [15] розглядає митне оформлення як багатогранне поняття, яке містить різні елементи. Це ціла система взаємообумовлених організаційно-правових та технічних процедур, здійснюваних митними органами в порядку та на умовах, встановлених митним законодавством.

Предметом регулювання митного оформлення є суспільні відносини, що виникають в процесі проведення митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України. Об'єктами цих правовідносин виступають товари та транспортні засоби, інформація (відомості), необхідна для митних цілей, яка може міститися в документах (письмових і електронних) або надаватися в усній і конклюдентній формі. Необхідно відзначити, що ряд науковців розширюють поняття митного оформлення, охоплюючи товари, транспортні засоби та предмети [16, с.109–110].

Науковець Годованець О. В. у своїй праці [17] приходить до думки, що митне оформлення товарів неможливе без проведення заходів митного контролю, дію яких направлено на виявлення ознак, що вказують на склад митних правопорушень адміністративного та фінансового характеру, а форми митного контролю дають змогу виявляти, попереджувати та усувати порушення, забезпечуючи інтереси держави та національних товаровиробників.

Поняття експорту, закладене в Законі «Про зовнішньоекономічну діяльність». У ньому під експортом (експортом товарів) розуміється продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих

товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів [18].

З визначення митного режиму експорту випливає, що товари вивозяться з України для вільного обігу без зобов'язання про їх повернення на цю територію, що виключає які-небудь обмеження щодо розпорядження товарами, експортованими з України. У визначенні митного режиму експорту країна, з якої має походити товар, конкретно не вказана, тому під цей режим можуть поміщатися товари, що походять із будь-якої країни, тобто й іноземного походження. Поміщення товарів під митний режим експорту не передбачає яких-небудь звільнень від застосування до них заходів митно-тарифного регулювання [6].

Відповідно до ст.12 Митного кодексу України «експортер (імпортер) – підприємство, яке на підставі укладених ним безпосередньо або через посередника (комісіонера, агента, консигнатора тощо) зовнішньоекономічних договорів (контрактів) здійснює експорт (імпорт) товарів з переміщенням їх через митний кордон України, незалежно від митного режиму, в який поміщуються такі товари» [12].

Митне оформлення починається з моменту подання митному органу декларантом або уповноваженою ним особою митної декларації або документа, який відповідно до законодавства її замінює, та документів, необхідних для митного оформлення, або, у випадку електронної декларації, з моменту отримання митним органом від декларанта або уповноваженої ним особи електронної митної декларації або електронного документа, який відповідно до закону замінює митну декларацію [19]. Загалом, подавати митну декларацію до оформлення повинен власник товару або особа, яка діє від його імені (представник).

Розглядаючи процес митного оформлення товару в режимі експорту, декларанту варто дотримуватися певних дій та слідувати основним етапам. На рис. 4 автором угруповано основні етапи експорту, відповідно до [20, с.28]. Однак, необхідно зауважити, що не всі зазначені етапи використовуються під час оформлення товарів, адже, послідовність та процедура може змінювати від особливостей товару та формуватися під

впливом умов контракту. Наприклад, від виду товару, отримання ліцензій, дозволів, сертифікатів, залучення посередників тощо.

Першим етапом митного оформлення товарів є облік (акредитація) на митниці в якості особи, що має намір здійснювати операції з товарами.

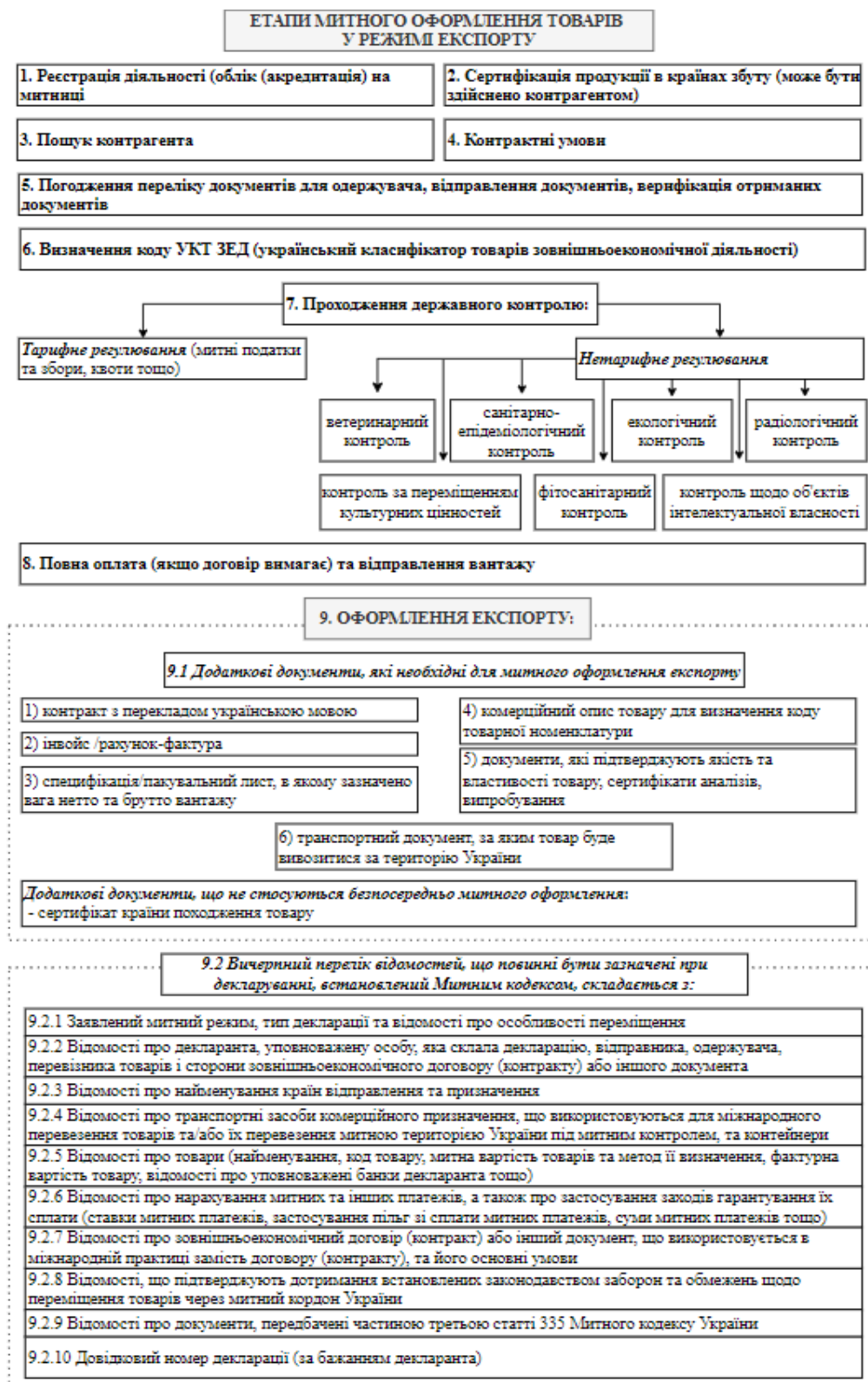


Рис.4. Процедура митного оформлення вантажів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій з орієнтацією на експорт

Особа, яка здійснює операції з товарами (або її представник, повноваження якого підтверджені довіреністю або письмовим договором між ним та особою, яку він представляє), для взяття на облік подає заяву про взяття на облік особи, яка здійснює операції з товарами за посиланням єдиного вікна.

Процедура акредитації на митниці здійснюється одноразово на підприємство та регулюється чинним законодавством – наказами Міністерства фінансів. Однак варто врахувати, що при будь-яких змінах на підприємстві, наприклад, юридичної адреси тощо, про це необхідно повідомляти для уникнення непередбачуваних ситуацій при митному очищенні товарів та понесення додаткових витрат. Дана процедура не довготривалою.

Другий етап – підготовка документів для проходження митного очищення:

1. Зовнішньоекономічний контракт купівлі-продажу – це основний документ, на який звертають увагу митники, адже відповідно до нього митники знатимуть умови за яким завозиться або вивозиться товар.

Поряд з митними органами, додатковою установою, яка в режимі реального часу слідкує за дотриманням законодавства у сфері ЗЕД є український банк. Відділи валютного контролю банку, як правило, перевіряють на дотримання вимог законодавства. Бажано типовий договір ЗЕД робити двомовним, наприклад, українською та англійською мовами.

Митні органи, в свою чергу, при проведенні оформлення товарів звертають увагу на складові, що використовуються для формування митної вартості. Основою даного контакту є умови Інкотермс 2020, а основними критеріями ризиковості є дотримання порядку розрахунків, відповідність умов поставки товарно-транспортним документам, наявність повного переліку передбачених контрактом додаткових документів, що надаються експортером, таких як сертифікати походження, страхові поліси, експортні декларації [10].

Інвойс (рахунок-фактура) – це фінансовий документ, який оформляється на кожен партію товару окремо. Вона включає наступні пункти: номер і дату, реквізити покупця і продавця, банківські реквізити, умови

доставки, валюту, посилання на контракт, країну походження, опис (або код) товару, ціну за одиницю товару, кількість товару, загальну вартість та умови оплати. Додатково варто врахувати, що існує ще й рахунок-проформа.

Основна їх відмінність полягає у тому, що рахунок-фактура оформляється при комерційних домовленостях (клієнт перераховує кошти за отриманий товар на готівковий рахунок продавця), а рахунок-проформа – для товару, який не має комерційної цінності (клієнт нічого не винен продавцю). Рахунок-проформа оформляється, наприклад, для маркетингового товару, який може надсилатися як зразок продавцем для попереднього ознайомлення клієнтом. Від виду інвойсу залежить правильність заповнення митної декларації.

2. Пакувальний лист – документ, який дублює реквізити інвойсу та додатково вказується кількість одиниць, вага нетто (на кожен вид товару) та брутто і вид упаковки.

3. Договір на митно-брокерські послуги за умови роботи з митним брокером.

4. Транспортні документи – залежать від виду транспорту, який використовується для доставки товару (CMR – для автомобільний перевезень, коносамент – для морських перевезень, авіаційна накладна, СМГС-накладна – для залізничних перевезень). Дані документи заповнює компанія перевізник. У разі перевезення товару у рамках міжнародних митних конвенцій, застосовують додатково до транспортної накладної спеціальні документи.

Прикладом для автомобільного транспорту є Карнет TIR або Книжка МДП – це скорочення, яке в перекладі з французької означає «міжнародні дорожні перевезення».

Третій етап – визначення коду УКТ ЗЕД (українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності). Декларант може оформляти самотійно або за допомоги брокера. Якщо ж декларант не може визначити код для свого товару самотійно і не хоче залучати брокера, для таких випадків існує процедура прийняття митницею попереднього рішення про класифікацію товару згідно з УКТ ЗЕД за «Попереднім рішенням щодо класифікації товару», який видається митним органом. У будь-якому

випадку для підтвердження виду товару для митних органів потрібно додати підтвердуючі документи, які характеризують вид товару (наприклад, опис товару на інтернет-ресурсі клієнта, каталоги, висновки уповноважених органів стосовно видачі заключення щодо товару, відповідні лабораторії тощо).

Четвертий етап – тарифне (податки, квоти тощо) і нетарифне регулювання (залежить від виду державного контролю, наприклад, фітосанітарний, ветеринарний, санітарно-епідеміологічний, екологічний і радіологічний контроль, контроль за переміщенням культурних цінностей, контроль товарів подвійного/військового призначення, об'єкти інтелектуальної власність).

Відповідно до ст. 4 Митного кодексу, під заходами нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності слід розуміти не пов'язані із застосуванням мита до товарів, що переміщуються через митний кордон України, встановлені відповідно до закону заборони та/або обмеження, спрямовані на захист внутрішнього ринку, громадського порядку та безпеки, суспільної моралі, на охорону здоров'я та життя людей і тварин, охорону навколишнього природного середовища, захист прав споживачів товарів, що ввозяться в Україну, а також на охорону національної культурної та історичної спадщини [12].

Однак, варто звернути увагу на твердження Осадчої Н. В. [6], що у Митному кодексі України відсутні будь-які обговорення щодо застосування або незастосування заходів нетарифного регулювання до товарів, що поміщаються під митний режим експорту. Проте, аналізуючи законодавство України у сфері застосування заходів нетарифного регулювання, бачимо, які товари, що поміщаються в режим експорту, можуть підлягати ліцензуванню, підставою для їх митного оформлення може бути картка реєстрації-обліку зовнішньоекономічного договору (контракту), для експорту деяких товарів необхідно одержувати квоти, ліцензії тощо.

П'ятий етап – сертифікат про походження. Відповідно до ст. 43 МКУ сертифікат про походження – це документ, який однозначно свідчить про країну походження товару і виданий компетентним органом

даної країни або країни вивезення, якщо у країні вивезення сертифікат видається на підставі сертифіката, виданого компетентним органом у країні походження товару. Країна походження товару заявляється (декларується) митному органу шляхом зазначення назви країни походження товару та відомостей про документи, що підтверджують походження товару, у митній декларації [12]. Даний документ видається Торгово-промисловою палатою країни-експортера та підтверджує країну походження товару. Як правило, він потрібен митному органу країни-імпортера для здійснення тарифного та нетарифного регулювання [21].

Крім цього, сертифікати походження необхідні у випадках, передбачених відповідними зовнішньоторговельними контрактами, національними правилами країни-імпортера, а також міжнародними угодами, учасниками яких є сторона експорту та сторона імпорту товару [22].

Важливо врахувати, що перед початком митного оформлення товарів необхідно пройти вище зазначені види державного контролю і лише після цього митна декларація подається до митних органів для оформлення, адже, вона є основною митного оформлення. Після подання, митна декларація проходить наступні етапи: прийняття митної декларації до митного оформлення; реєстрація митної декларації; контроль із застосуванням системи управління ризиками; перевірка правильності класифікації та кодування товарів; проведення митного огляду товарів; перевірка правильності визначення митної вартості товарів; перевірка правильності нарахування митних платежів; завершення митного оформлення [23].

Завершальний етап – оформлення вантажної митної декларації. Вище розглянутий базовий пакет документів може доповнюватися різноманітними додатковими документами, які залежать від типу вантажу, обмеженнями країн експорту тощо. Подання документів та відомостей необхідних для митного контролю регулюється ст.335 Митного кодексу України.

Висновки. Міжнародні перевезення вантажів – складний процес, який вимагає правильного заповнення документів і розуміння законодавчої бази. Для оформлення

вантажу на митниці слід надавати коректні і достовірні відомості про товар, дотримуватися правил подачі декларацій, своєчасно сплатити митні збори та інші важливі аспекти. У разі будь-яких порушень, навіть мінімальних, назначаються штрафні санкції та інші адміністративні покарання, аж до вилучення товару на митниці.

Представлене дослідження спрямовує до необхідності залучення посередників в експортному ланцюжку доставки товарів, що спростить та пришвидшить процедуру митного оформлення товарів при здійсненні зовнішньоекономічних операцій з орієнтацією на режим експорту. У подальших дослідженнях розглядатиметься механізм взаємодії посередників, клієнтів та представників державних установ у процесі митного оформлення товару.

Література

1. Дем'янюк О. М. Митні режими у стимулюванні зовнішньоекономічної діяльності України / Ольга Дем'янюк, Ігор Кекіш // Світ фінансів. – 2016. – Вип. 2 (47). – С. 75–87.
2. Кормич Б. А. Режим зони митного контролю: адміністративно-правові основи: монографія // Б. А. Кормич, Д. А. Біленець. – Чернівці : Технодрук, 2017. – 180 с.
3. Науменко В. П. Применение таможенных режимов в Украине: теория, практика, рекомендации: науч. пособ. / В. П. Науменко. – К. : Знання, 2005. – 430 с.
4. Филина А. И. Методы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности Украины / А. И. Филина // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія. 2000. – № 482. – С. 164–168.
5. Шульга М. Г. Митний режим як форма реалізації митної політики / М. Г. Шульга // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право : зб. наук. пр. / Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого». – Х. : Право, 2012. – № 4 (11). – С. 204–216. Бібліогр.: с. 215.
6. Осадча Н. В. Митний режим експорт: алгоритм реалізації та напрями вдосконалення / Н. В. Осадча // Економіка промисловості. – 2011. – № 1. – С. 41–56. – URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2011_1_9.
7. Осташко Т. О. Можливості та обмеження експорту сільськогосподарських товарів у зоні тарифних квот ЄС / Т. О. Осташко // Стратегічні пріоритети. – 2016. – № 1 (38). – С. 99–105.
8. Полковниченко С. О. Сучасні тенденції розвитку вітчизняного ринку канцелярських товарів [Електронний ресурс] / С. О. Полковниченко, Н. О. Гавриш // Ефективна економіка. – 2021. – №5.
9. Ханик Ю.-Б. Р. Аналіз інструментів державного маркетингу українських товарів військового призначення / Ю.-Б. Р. Ханик, М. Л. Данилович-Кропивницька // Публічне управління та митне адміністрування. – 2021. – № 1(28). – С. 99–106. DOI <https://doi.org/10.32836/2310-9653-2021-1.16>
10. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки. Official web-portal of the Parliament of Ukraine. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p?lang=en#>
11. Ус І. В. Щодо стану зовнішньої торгівлі товарами України за 9 місяців 2021 року. Київ : Нац. ін-т стратег. дослідж. 8 с. URL : https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-10/ukraine-trade-9-months_29102021_0.pdf.
12. Митний кодекс України. – Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 44–45, № 46–47, № 48, ст.552 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#>.
13. Доходи держбюджету України (2014–2021). Ставки, індекси, тарифи. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/>
14. Митні платежі. Державна Митна Служба України. URL : <https://customs.gov.ua/mitni-platezhi>.
15. Шульга М. Г. Правовий механізм митного оформлення переміщення товарів. Теорія і практика юриспруденції. – 2013. Адміністративне право та інформація. – vol. 1. – № 3. – URL : <https://doi.org/10.21564/2225-6555.2013.1.62861>.
16. Бойко В. М. Митне право України: навч. пос. / В. М. Бойко. – К. : Алерта, 2015. – 528 с.
17. Годованець О. В. Митний контроль: сутність та економічний зміст / О. В. Годованець // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Сер. : Економічні науки. – 2016. – Вип. 20 (1). – С. 159–163.
18. Закон України від 16.04.1991 р. № 959-ХІІ «Про зовнішньоекономічну діяльність», редакція від 01.08.2021 на підставі [1591-IX](#) – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#>
19. Титор В. Й. Митний контроль та митне оформлення транспортних засобів / В. Й. Титор // Економіка та митно-правові відносини. – Випуск 11–12 червень–серпень 2019 р. – С. 58–66.
20. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Довідник процедур для експортера / Ю. Федішин, О. Лазарев, Я. Іванченко, О. Павленко. – 2019. – 55 с.
21. Торгово-промислова палата України. Як розпочати експорт товарів. Посібник для експортерів. – Київ, 2019. – 120 с/
22. Мірошниченко В. Про митні формальності. По ділу й нічого зайвого. Сайт о логистике и управлении цепями поставок. URL : <https://logist.fm/publications/pro-mitni-formalnosti-podilu-y-nichogo-zayvogo> .
23. Етапи митного оформлення - UA Broker. UA Broker. – URL : <https://ua-broker.com/shcho-potribno-znaty/mitne-oformlennya-tovaru/etapi-mitnogo-oformlennya/> .

References

1. Demianiuk, O.V., & Kekish, I. (2016). Mytni rezhymy u stymuliuvanni zovnishnioekonomichnoi diialnosti Ukrainy. *Svit finansiv*, Issue 2(47), 75-87.
2. Kormych, B.A., & Bilenets, D.A. (2017). Rezhym zony mytnoho kontroliu: administratyvno-pravovi osnovy. Chernivtsi: Tekhnodruk.
3. Naumenko, V.P. (2005). *Primenenie tamozhennykh rezhymov v Ukraine: teoriya, praktika, rekomendatsii*. Kiev: Znannia.
4. Filina, A.I. (2000). *Metody gosudarstvennogo regulirovaniya vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti Ukrainy*. Visnyk Kharkivskoho natsionalnogo universytetu imeni V.N. Karazina. Ekonomichna seriia, (482), 164-168.
5. Shulha, M.H. (2012). Mytnyy rezhym yak forma realizatsii mytnoi polityky. Visnyk Natsionalnogo universytetu «Yurydychna akademiia Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho». Ser.: Ekonomichna teoriia ta pravo, (4), 204-216. Kharkiv: Pravo.
6. Osadcha, N.V. (2011). Mytnyy rezhym eksportu: alhorytm realizatsii ta napriamy vdoskonalennia. *Ekonomika promyslovosti*, (1), 41-56. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2011_1_9.
7. Ostashko, T.O. (2016). Mozhlyvosti ta obmezhennia eksportu silskohospodarskykh tovariv u zoni taryfnykh kvot YeS. *Stratehichni priorityty*, 1(38), 99-105.
8. Polkovnychenko, S.O., & Havrysh, N.O. (2021). Suchasni tendentsii rozvytku vitchyznianoho rynku kantseliarskykh tovariv. *Efektivna ekonomika*, (5). DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.92](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.92)
9. Khanyk, Yu.-B.R., & Danylevych-Kropyvnytska, M.L. (2021). Analiz instrumentiv derzhavnoho marketynhu ukrainskykh tovariv viyskovoho pryznachennia. *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia*, 1(28), 99-106. DOI <https://doi.org/10.32836/2310-9653-2021-1.16>
10. Pro skhvalennia Eksportnoi stratehii Ukrainy («dorozhnoi karty» stratehichnogo rozvytku torhivli) na 2017-2021 roky. (2017-2021), Official web-portal of the Parliament of Ukraine. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p?lang=en#>.
11. Us, I.V. (2021). Shchodo stanu zovnishnioi torhivli tovaramy Ukrainy za 9 misiatsiv 2021 roku. Kyiv: Natsionalnyy instytut stratehichnykh doslidzhen. Retrieved from https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-10/ukraine-trade-9-months_29102021_0.pdf.
12. Mytnyy kodeks Ukrainy. (2012). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), № 44-45, № 46-47, № 48, Article 552. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#>.
13. Dokhody Derzhbiudzhetu Ukrainy. (2014-2021). Stavky, indeksy, taryfy. Retrieved from <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/>.
14. Mytni platezhi. Derzhavna mytna sluzhba Ukrainy. (2021). Retrieved from <https://customs.gov.ua/mitni-platezhi>.
15. Shulga, M.H. (2013). Pravovyy mekhanizm mytnoho oformlennia peremishchennia tovariv. *Teoriia i praktyka yurysprudentii. Administratyvne pravo ta informatsiia*, T.1., (3). Retrieved from <https://doi.org/10.21564/2225-6555.2013.1.62861>.
16. Boyko, V.M. (2015). *Mytne pravo Ukrainy*. Kyiv: Alerta.
17. Godovanets, O.V. (2016). Mytnyy control: sutnist ta ekonomichnyy zmist. *Naukovyy visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, Ser.: Ekonomichni nauky, Issue 20(1), 159-163.
18. Zakon Ukrainy Pro zovnishnioekonomichnu diialnist vid 16.04.1991 r. № 959-XII, redaktsiya vid 01.08.2021 na pidstavi 1591-IX. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#>.
19. Tytor, V.Y. (2019). Mytnyy control ta mytne oformlennia transportnykh zasobiv. *Ekonomika ta mytno-pravovi vidnosyny*, Issue 11-12, 58-66. DOI: 10.5281/zenodo.3594610
20. Fedyshyn, Yu., Lazarev, O., Ivanchenko, Ya., & Pavlenko, O. (2019). *Ministerstvo rozvytku ekonomiky, torhivli ta silskoho hospodarstva Ukrainy. Dovidnyk protsedur dlia eksportera*.
21. Torhovo-promyslova palata Ukrainy. Yak rozpochaty eksport tovariv. Posibnyk dlia eksporteriv. Kyiv.
22. Miroshnichenko, V. (2021). Pro mytni formalnosti. Po dilu i nichoho zayvoho. Sayt o logistike i upravlenii tsepyami postavok. Retrieved from <https://logist.fm/publications/pro-mitni-formalnosti-po-dilu-y-nichoho-zayvogo>.
23. Etapy mytnoho oformlennia. (2021). UA Broker. Retrieved from <https://ua-broker.com/shcho-potribno-znaty/mitne-oformlennya-tovaru/etapi-mitnogo-oformlennya/>.

CUSTOMS CLEARANCE OF GOODS IN EXPORT MODE: THEORETICAL ASPECTS

*Ya. R. Korniiiko, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
State University of Infrastructure and Technologies*

Methods. Philosophical methodology was used in the research process, which helped to establish the relationship between science and practice; the information approach is applied as a fundamental methodology in order to substantiate the information and cognitive relationship of the research paradigm; method of terminological analysis to clarify the content of the conceptual appa-

ratus of the question under research; statistical method for analysis of the structure and dynamics of Ukraine's foreign trade and payment of customs duties in the export regime.

Results. The definition of the concept of «customs clearance» is clarified, the variability of revealing the specifics of this issue is presented, and the opinions of modern scientists are summarized, the features that are inherent in this category are identified. The commodity and geographical structure of Ukraine's foreign trade is presented and it is established that the largest part of Ukrainian commodity exports consists of food products and agricultural products. The existing procedure of customs clearance of goods in the export mode is systematized.

Novelty. The scheme of the main stages of attracting intermediaries in the export chain of goods delivery is substantiated, which will simplify and speed up customs clearance procedures during customs clearance of goods, as well as generalize the procedure of customs clearance of goods in foreign trade operations focused on export mode. The conditions influencing the customs clearance procedure in the export mode are highlighted.

Practical value. Guidelines for customs clearance of goods in the export regime are proposed in order to systematize the existing procedures of enterprises that export goods on the basis of concluded foreign economic agreements (contracts) or through an intermediary (commission agent, agent, consignor, etc.) moving them across the customs border of Ukraine.

Keywords: customs clearance, customs mode of export, foreign trade of Ukraine, declarant.

Надійшла до редакції 15.10.21 р.

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ТА ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЯ У ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ З КРАЇНАМИ ЄС

*М. В. Савченко, д. е. н., професор, Донецький національний університет імені Василя Стуса, m_savchenko@donnu.edu.ua, orcid.org/0000-0002-9063-3551,
І. В. Хадзхинов, д. е. н., професор, Донецький національний університет імені Василя Стуса, i.khadzhynov@donnu.edu.ua, orcid.org/0000-0003-3909-3171,
А. О. Завидовська, Донецький національний університет імені Василя Стуса, zavydovska.a@donnu.edu.ua, orcid.org/0000-0002-3617-6839*

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування системи методів. Метод логічного аналізу дозволив вибудувати логіку дослідження. Використання методів структурного аналізу, групування, декомпозиції та формалізації дозволило обґрунтувати послідовність етапів реалізації методичного підходу щодо визначення рівня розвитку торговельно-економічних відносин. Методи статистичного аналізу було використано для оцінювання динаміки показників впливу зовнішніх ринків. Графічний метод дозволив візуалізувати отримані результати дослідження.

Результати. Авторами статті обґрунтовано практичні рекомендації щодо реалізації експортного потенціалу у торговельно-економічних відносинах України з країнами ЄС. Було розглянуто детальну характеристику динаміки обсягів експорту та імпорту товарів у вартісному вимірі між Україною та ЄС. Для аналізу процесів активізації торговельно-економічних відносин в аспекті євроінтеграційних процесів розвитку української держави, досліджено динаміку частки зовнішньоторговельного обороту, яка припадає на країни ЄС. Проаналізовано динаміку торгівлі послугами між Україною та ЄС. Для розрахунку ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн, запропоновано розрахунок інтегрального індексу, що базується на відносних показниках. З'ясовано, що даний метод дозволяє класифікувати країни ЄС та України за ступенем розвиненості торговельно-економічних зв'язків. На основі отриманих результатів, побудовано радар ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн ЄС та України. Виділено загальні тенденції торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС та з'ясовано, що зовнішньоекономічна діяльність України з країнами ЄС має великий потенціал розвитку. На основі проведеного аналізу, сформовано пропозиції щодо розвитку експортного потенціалу у торговельно-економічних відносинах України з країнами ЄС.

Новизна. Запропоновано комплекс заходів щодо реалізації експортний потенціал України у торговельно-економічних відносинах з країнами ЄС, зокрема запропоновано науково-методичний підхід щодо розрахунку інтегрального індексу розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн, що дозволяє класифікувати країни за ступенем розвиненості; надано рекомендації щодо покращення експортного потенціалу у торговельно-економічних відносинах України з країнами ЄС.

Практична значущість полягає у можливості застосування розроблених методичних засад щодо оцінювання ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків не тільки з європейськими країнами, а і з іншими країнами світу.

Ключові слова: потенціал, торговельно-економічні відносини, ЄС, експорт, зовнішньоекономічна діяльність.

Постановка проблеми. У останні роки ЄС став найбільшим торговим партнером України, проте незадовільною залишається структура товарообігу через превалювання

сировинної складової в експорті попри поодинокі успіхи з нарощення складнішого експорту, вбудовування до європейських ланцюгів доданої вартості. Імпортні потоки з країн ЄС до України насичені високо-технологічною продукцією та продукцією нафтопереробки. Така незбалансованість експортно-імпортних потоків породжує хронічне негативне сальдо торговельного балансу, яке дещо зменшується у періоди кризового падіння купівельної спроможності й попиту на імпорт з ЄС та стрімко відновлюється у посткризові роки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми торговельно-економічних відносин України та ЄС висвітлені у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема Л. Мідделаар [1], С. Кулицький [2],

Д. Покришка [3], А. Ченаш [4], О. Кузяков [4], С. Беренда [5], В. Кончин [6] та інші.

Формулювання мети статті. Мета статті полягає у обґрунтуванні практичних рекомендацій щодо реалізації експортного потенціалу у торговельно-економічних відносинах України з країнами ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом останніх років відбулися значні економічні трансформаційні зміни, за сприянням політичних угод та договорів, що змінили регулятивні умови економічного співробітництва між Україною та Європейським союзом [7; 8]. Розглянемо детальну характеристику динаміки обсягів експорту та імпорту товарів у вартісному вимірі між Україною та ЄС табл. 1.

Таблиця 1

Показники міжнародної торгівлі товарами України з ЄС за 2008–2020 рр., млн дол. США

Рік	Експорт			Імпорт			Сальдо, млн. дол. США	Оборот,млн дол. США
	млн дол. США	Динаміка		млн дол. США	Динаміка			
		абсолют- на, млн дол. США	відносна, %		абсолют- на, млн дол. США	відносна, %		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2008	18265,7	-	-	28928,6	-	-	-10662,9	47194,3
2009	9514,3	-8751,4	-47,91	15438,5	-13490,1	-46,63	-5924,2	24952,8
2010	13085,3	3571,0	37,53	19151,4	3712,9	24,05	-6066,1	32236,7
2011	18021,5	4936,2	37,72	25805,8	6654,4	34,75	-7784,3	43827,3
2012	17123,7	-897,8	-4,98	26237,2	431,4	1,67	-9113,5	43360,9
2013	16758,6	-365,1	-2,13	27046,5	809,3	3,08	-10287,9	43805,1
2014	17002,9	244,3	1,46	21069,1	-5977,4	-22,10	-4066,2	38072
2015	13015,2	-3987,7	-23,45	15330,2	-5738,9	-27,24	-2315,0	28345,4
2016	13496,3	481,1	3,70	17140,8	1810,6	11,81	-3644,5	30637,1
2017	17533,4	4037,1	29,91	20799,4	3658,6	21,34	-3266,0	38332,8
2018	20157,0	2623,6	14,96	23216,5	2417,1	11,62	-3059,5	43373,5
2019	20796,8	639,8	3,17	24431,4	1214,9	5,23	-3634,5	45228,2
2020*	14616,4	-6180,4	-29,72	21483,2	-2948,2	-12,07	-6866,8	36099,6

Примітки: * – Велика Британія вийшла зі складу ЄС 31 січня 2020 р.

Джерело: складено авторами на основі [9; 10]

Характеризуючи динаміку зміни експорту та імпорту товарів та послуг між Україною та ЄС, бачимо, що з 2008 р. спостерігалось зменшення експортно-імпортних операцій:

– у 2009 р. відбулося зменшення експорту до ЄС та імпорту (з ЄС) на 47,91 % та 46,63% відповідно, що було наслідком світової економічної кризи [11];

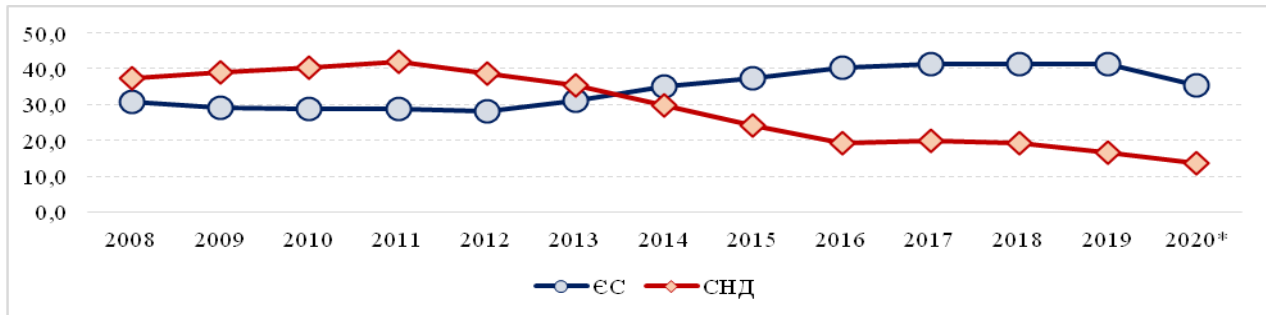
– у 2015 р. відбулося падіння українського експорту та імпорту з ЄС в порівнянні з 2014 р. на 23,45 % та 27,24 % відповідно, а в

порівнянні з 2008 р. на 28,75 % та 47,00 %, що було спровоковане національною політичною та економічною кризою з врахуванням військової агресії РФ та окупацією частини території суверенної та незалежної української держави;

– у 2020 р. зберіглася тенденція щодо відставання експортних поставок у порівнянні з динамікою імпорту. Торгівля сільгосппродукцією забезпечила майже половину експортних надходжень (45%). Тоді як другий по

виручці експортний напрям (18,5%) – метали і вироби з них – принесли українським компаніям на 12 % менше доходу. У частині імпорту товарів впали поставки паливно-енергетичної продукції – відразу на 35%, заощадивши Україні близько 4 млрд дол. у порівнянні із закупівлями у 2019 р.

Для детального аналізу процесів активізації торговельно-економічних відносин України з ЄС в аспекті євроінтеграційних процесів розвитку української держави, розглянемо динаміку частки зовнішньоторговельного обороту, яка припадає на країни ЄС (рис. 1).



Примітки: * – Велика Британія вийшла зі складу ЄС 31 січня 2020 р.

Рис. 1. Динаміка частки товарного торговельного обороту між Україною, ЄС та країнами СНД за 2008–2020 рр., %

Джерело: побудовано авторами на основі [9; 10]

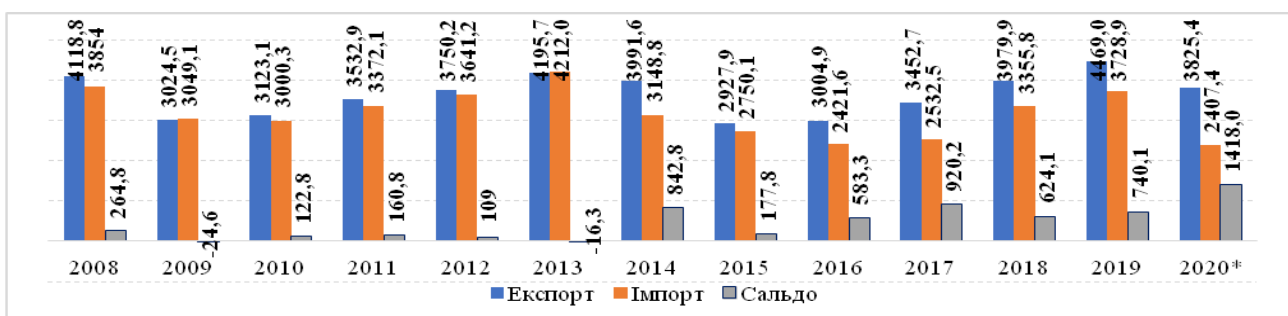
Аналізуючи динаміку загального товарообороту між Україною, ЄС та країнами СНД, спостерігаємо, що переламним моментом став 2014 р., коли частка країн ЄС у зовнішньоторговельному обороті стала превалювати над часткою країн СНД [12]. За даними рис. 1 спостерігаємо чіткий тренд до зростання частки взаємної торгівлі, що говорить про реальну зміну економічного вектору розвитку України. Частка товарообороту з країнами колишнього СНД має чітку тенденцію до зменшення. Попри явне зменшення торгівлі з країнами Союзу незалежних держав, їх частка в загальному товарообороті сьогодні залишається доволі високою.

Якщо провести порівняльний аналіз структурних змін експорту та імпорту товарів між Україною та ЄС за 2015–2020 рр., то можна виявити певні структурно-торгівельні

тенденції, та здійснити прогноз майбутньої торговельної спеціалізації України в ЄС [13].

Головні структурні зміни експортних торговельних напрямків стосуються збільшення частки продовольчих товарів та сировини для їх виробництва. Структурний приріст експорту даного роду продукції зріс на 8,7% у 2020 р. в порівнянні з 2015 р., що показує зростаючу динаміку експортної позиції в цьому напрямку.

Структура імпорту у 2020 р. в порівнянні з 2015 р. також зазнала ряду змін, серед яких зменшення закупівлі мінеральних продуктів на 62,4 %, деревини та виробів з неї на 21,4 % відповідно до структурного показника 2015 р. [14]. Аналізуючи зовнішню торгівлю послугами, варто зазначити, що вона приносить Україні позитивне сальдо (рис. 2).



Примітки: * – Велика Британія вийшла зі складу ЄС 31 січня 2020 р.

Рис. 2. Динаміка торгівлі послугами між Україною та ЄС у 2008–2020 рр., млн дол.

Джерело: побудовано авторами на основі [10]

Станом на 2020 р. обсяг експорту українських послуг до країн ЄС становив 3825,4 млн дол. (зменшення на 14,4 % від попереднього року через вихід Великої Британії зі складу ЄС 31 січня 2020 р.). Що стосується імпорту послуг, то його зменшення було значним – на 35,4 %.

Задля розрахунку ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн ЄС та України пропонується розрахунок інтегрального індексу, що базується на відносних показниках.

Інтегральний показник ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків по кожній країні розраховується в такий спосіб:

$$I_{j}^{TEB} = \sqrt[n]{\sum_{i=1}^n \left[\frac{1 - (P_i^{TE} / P_i^{\Phi})}{2} \right]}$$

де I_{j}^{TEB} – інтегральний показник j-тої країни,
 P_i^{TE} – i-тий еталонний показник,
 P_i^{Φ} – фактичний i-тий показник j-тої країни.

Даний метод дозволяє класифікувати країни ЄС та України за ступенем розвиненості торговельно-економічних зв'язків по всіх досліджуваних країнах за рівнем розвитку.

Для більшої наочності результатів оцінювання побудуємо радар ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн ЄС та України (рис. 3).



Рис. 3. Радар ступеня розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн ЄС та України
 Джерело: побудовано авторами

Групування країн за ступенем розвиненості торговельно-економічних зв'язків

країн ЄС та України здійснюється за шкалою (рис. 4).

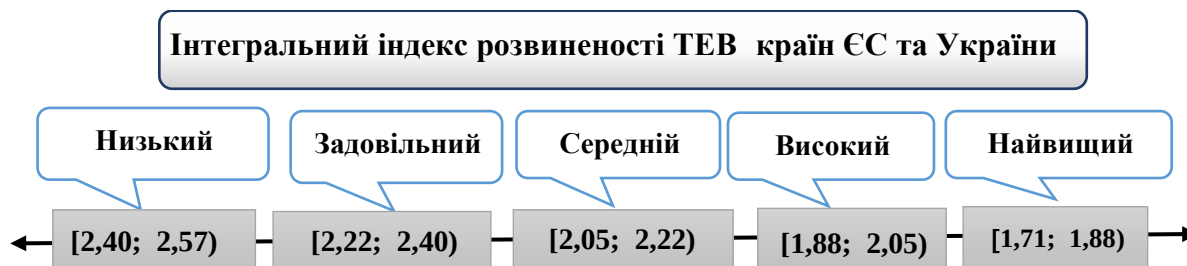


Рис. 4. Схема визначення зон розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн ЄС та України

Джерело: побудовано авторами

Як видно з рис. 3, ступень розвиненості торговельно-економічних зв'язків країн ЄС та України має певне різноманіття, безумовно його лідерами є такі країни як Данія (1,71), Естонія (1,91), Литва (1,96). До країн, що мають на сучасному етапі не самі високі показники розвитку відповідного ступеня розвиненості, варто віднести Мальту (2,57), Україну (2,46), Болгарію (2,45), Грецію (2,42) та Кіпр (2,42).

Зовнішньоекономічна діяльність України з країнами ЄС має дуже великий потенціал у розвитку економічних відносин, незважаючи на існуючі проблеми в країні: від'ємний торговий баланс, в експорті переважає сировинний складник, нерівномірність здійснення експортно-імпортних операцій у регіонах. Вирішення проблеми правильного менеджменту всередині країні є запорукою успіху в майбутній зовнішньо-

економічній діяльності України з країнами ЄС.

Оцінка відповідних можливостей здійснена на основі методології Міжнародного торгового центру (International Trade Center – ІТС), яка ідентифікує товарні групи, ринки збуту і постачальників з невикористаним експортним потенціалом, кількісно визначає обсяги цього потенціалу.

Базовим показником карти експортного потенціалу є індикатор експортного потенціалу, що визначає потенційні обсяги експорту для будь-якої країни по заданій продукції та цільовому ринку, розрахунок якого базується на використанні гравітаційної моделі. Невикористаний потенціал відповідає обсягу експортного потенціалу за вирахуванням фактичних обсягів експорту (рис. 5).

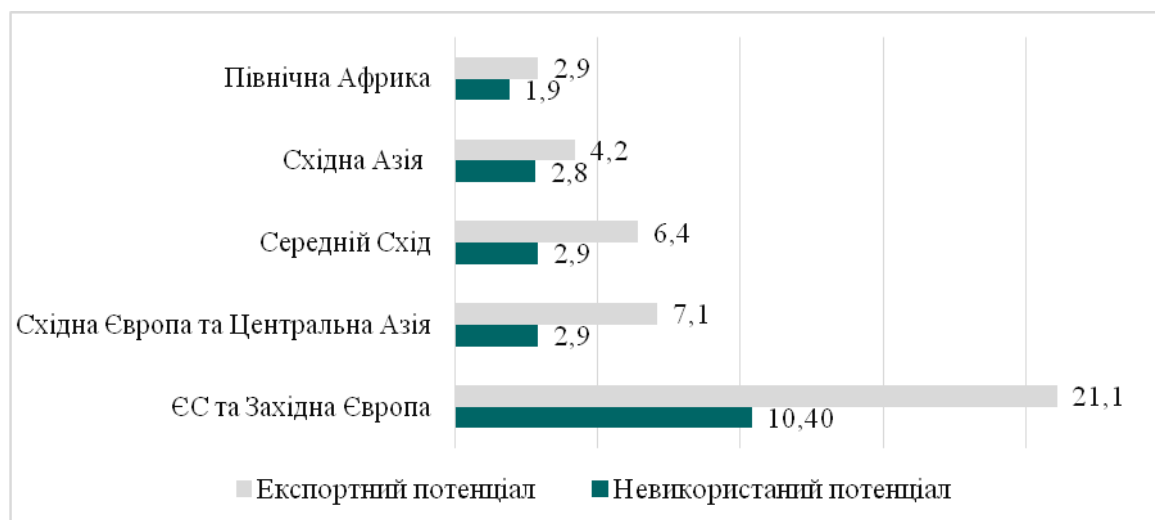


Рис. 5. ТОП-5 регіонів світу за потенціалом для українського експорту, млрд дол.
Джерело: [15]

За даними рис. 5 видно, що країни ЄС і Східної Європи посідають чільне місце серед усіх регіонів світу, що мають найбільший потенціал для українського експорту. Експортний потенціал цих країн оцінюється у 21,2 млрд дол., у тому числі невикористаний – у 10,4 млрд дол. Щодо ринку країн ЄС, то його загальний експортний потенціал для України оцінюється у близько 20 млрд дол., з нього невикористаний потенціал – 9,7 млрд дол. (рис. 6). У географічному вимірі найбільший потенціал експорту української продукції за методикою ІТС спостерігається

для таких країн, як: Німеччина (експортний потенціал – 2,9 млрд дол., невикористаний потенціал – 1,5 млрд дол.), Італія (експортний потенціал – 2,7 млрд дол., невикористаний потенціал – 1,1 млрд дол.), Польща (експортний потенціал – 2,5 млрд дол., невикористаний потенціал – 1,0 млрд дол.), Нідерланди (експортний потенціал – 2,0 млрд дол., невикористаний потенціал – 0,85 млрд дол.) й Іспанія (експортний потенціал – 1,9 млрд дол., невикористаний потенціал – 0,63 млрд дол.).

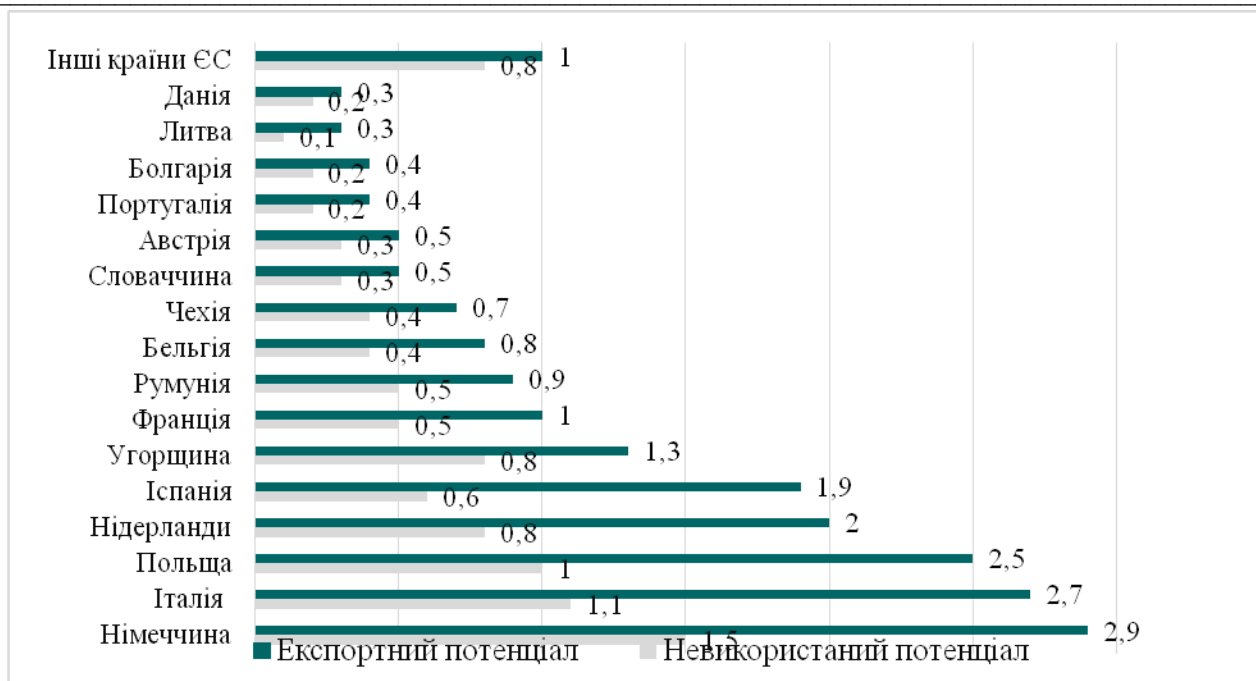


Рис. 6. Експортний потенціал української продукції на ринках країн ЄС

Джерело: [15]

На рис. 6 зображено загальний експортний потенціал та невикористаний потенціал українських експортерів на сучасному етапі для ринків усіх країн-членів ЄС. Простежу-

ється, що основний незадіяний потенціал на-рощення експорту наявний для тих країн ЄС, які вже є найбільшими торговельними парт-нерами України (рис. 7).

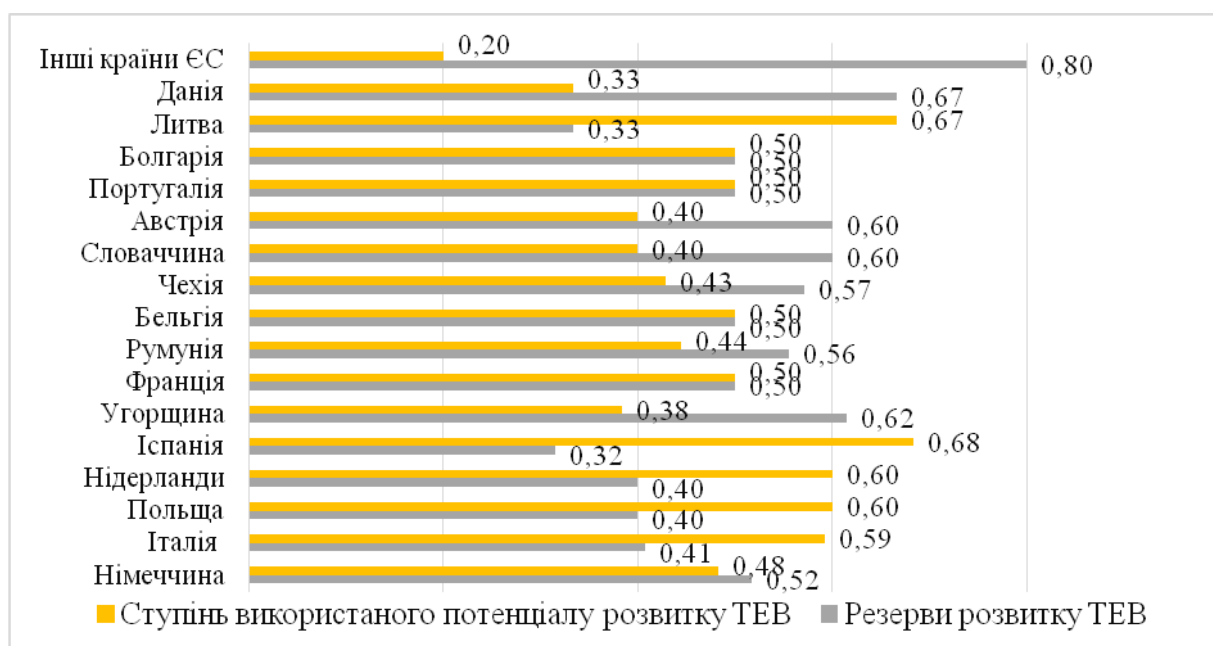


Рис. 7. Резерви зростання ступеня розвитку ТЕВ країн ЄС та України

Джерело: розраховано автором на основі рис. 5

Оскільки в основі методики ІТС з ви-явлення невикористаного експортного поте-нціалу лежить наявна структура торгівлі протягом останніх п'яти років, то в товар-ному розрізі оцінка відповідного потенці-

алу для України зосереджена на перспекти-вах наروщення поставок до ЄС за тими ви-дами продукції, щодо яких вітчизняними виробниками вже сформовано найбільші конкурентні переваги (рис. 8).

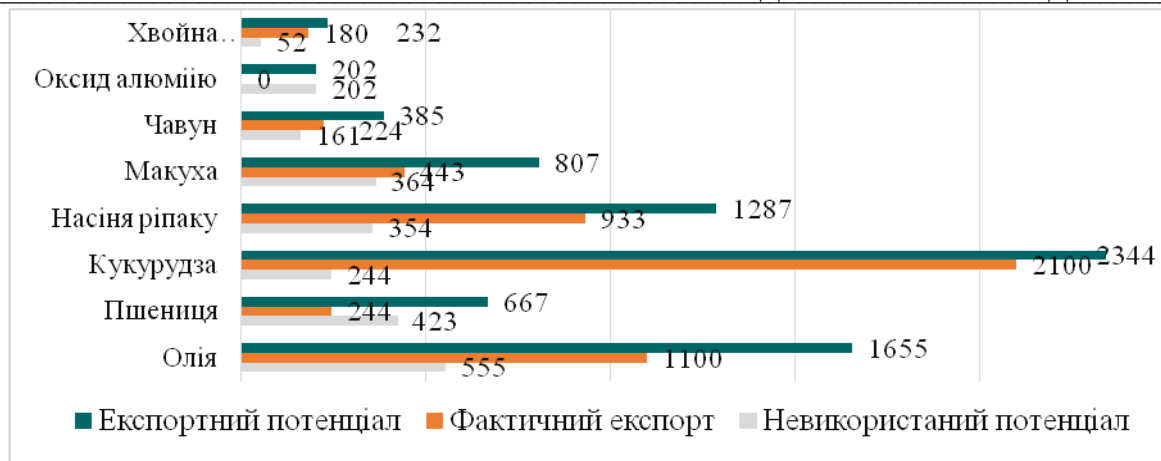


Рис. 8. Товарні позиції за обсягом невикористаного потенціалу експорту з України до країн ЄС, млн дол.

Джерело: [15]

Отже, методика ІТС наочно демонструє перспективу продовження лібералізації двосторонньої торгівлі України з ЄС без запровадження будь-яких механізмів та заходів державної підтримки та розвитку вітчизняних виробництв, які з тих чи інших причин досі не набули конкурентних переваг на зовнішніх ринках або на ринках країн ЄС зокрема. Зрозуміло, що при збереженні в Україні наявної парадигми реалізації зовнішньоторговельної політики перспективи

товарно-географічної диверсифікації вітчизняного експорту залишатимуться замкнутими в межах наявного переважно сировинного кошику товарів й основних географічних напрямів поставок на вже освоєні європейські ринки [16].

Отже, на основі проведеного аналізу, можна виділити загальні тенденції торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС та сформулювати пропозиції щодо них (табл. 2).

Таблиця 2

Загальні тенденції торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС та пропозиції щодо цих тенденцій

Тенденція	Пропозиція
Зростання експорту до 34695,88 тис дол. США в 2021 р.	Проведення стимулювання регіонів, які майже не задіяні в експортній діяльності, допомога фінансування та інвестування з боку держави
Зростання імпорту до 40651,58 тис дол. США в 2021 р.	Проведення детального аналізу імпорту для виявлення необхідності імпорту тих чи інших товарів або послуг, якщо можливо замінити ці товари або послуги, розвиваючи національних виробників, скористатися цим задля зниження імпорту
У зв'язку зі зростанням експорту та імпорту зростає відсоток можливості корупційних схем на митниці	Тотальна перевірка щодо корупційних ситуацій усіх уповноважених посадовців митниць по всій території країни та перезавантаження кадрової політики
У зв'язку зі зростанням експорту зростає відсоток підприємств, які прагнуть почати свою особисту експортну діяльність, але залишається проблема з реєструванням документів	Уведення нової працюючої законодавчої бази для більш зручного оформлення документів, для стимулювання потенційних підприємств
Нестабільна політична ситуація та військові дії на території країни	Припинення будь-яким шляхом війни та створення стабілізації політичної діяльності всередині країни

Джерело: побудовано авторами [16]

Висновки. Підписання угоди про Асоціацію України з ЄС, зокрема її економічної частини 27 червня 2014 р. відкрило нову сторінку українських відносин з країнами Європейського союзу.

Перш за все, було створено умови для активізації зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС. Спостерігається загальна тенденція до скорочення товарного торговельного сальдо між Україною та ЄС за 2008–2020 рр. Активізація торговельно-економічних відносин України з ЄС в аспекті євроінтеграційних процесів підтверджується і позитивною динамікою частки зовнішньоторговельного обороту, яка припадає на країни ЄС. Було визначено, що на відміну від товарів, зовнішня торгівля послугами приносить Україні позитивне сальдо.

Результати аналізу сучасних тенденцій зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС дають підстави визначити ключовим завданням державної політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності створення ефективною системи підтримки експорту, що буде сприяти економічному розвитку країни та нарощуванні її експортного потенціалу.

Зовнішньоекономічна діяльність України з країнами ЄС має великий потенціал розвитку. Та варто проводити стимулювання регіонів, які майже не задіяні в експортній діяльності, здійснювати перевірку щодо корупційних ситуацій, здійснити введення нової працюючої законодавчої бази для більш зручного оформлення документів, для стимулювання потенційних підприємців та забезпечити стабільну політичну ситуацію в країні.

Література

1. Мідделаар Л. Перехід до Європи: як континент став союзом; Пер. з англ. / Л. Мідделаар. – К.: Дух і літера, 2018. – 576 с.
2. Кулицький С. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2015. – № 23. – С. 49–59. – URL : <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr23.pdf>
3. Покришка Д. С. Торговельні відносини України з Європейським Союзом в умовах глобальної невизначеності / Д. С. Покришка // Стратегічні пріоритети. – 2012. – № 1 (22). – С. 18–31.
4. Ченаш А. Зовнішньоекономічна діяльність і пріоритетні напрямки економічної інтеграції України. Дослідження ділової думки. Промисловість. / А.

Ченаш, О. Кузяков. – Київ : Ін-т екон. дослід. та політ. консульт. 2013. – № 1. – 4 с.

5. Беренда С. В. Європейська система торговельної кумуляції та глобальні ланцюги доданої вартості / С. В. Беренда // Бізнес Інформ. – 2015. – № 3. – С. 29–35.

6. Кончин В. Геоекономічна експансія Кремля на теренах Європи та вимушена реалізація Україною динамічної просторової моделі ресурсної периферії. / В. Кончин // Вісник Тернопільського Національного економічного університету. – Випуск 5-1. – 2010. – Тернопіль : Економічна думка, ТНЕУ. – С. 303–317. – URL : <http://kibit.edu.ua/upload/catalog/247/default3.pdf>

7. Лозовий В. С. Історична політика в країнах Європейського Союзу як чинник консолідації суспільства та примирення народів: досвід для України. / В. С. Лозовий // Стратегічна панорама. – 2017. – № 1. – С. 30–35.

8. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики. Закон України від 1 липня 2010 р. (в редакції від 1 січня 2015 р.). – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>

9. Довідка «Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2020 році». – URL : <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=76438c62-5e54-4931-ad98-7fe59d004a2a&title=ZovnishniaTorgivlia-UkrainiTovaramiTa-PoslugamiU2020-Rotsi&isSpecial=true>

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. Кучеренко В. Р. Аналіз наслідків впливу глобальної фінансово-економічної кризи на стан торгівлі між Україною та ФРН. / В. Р. Кучеренко, Л. В. Шевченко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2012. – № 5. – С. 63–67.

12. Пугачова К. М. Зовнішньоторговельні відносини України з ЄС. / К. М. Пугачова, О. О. Шеремет // Економіка АПК. – 2018. – № 2. – С. 85–100.

13. Міжнародна економіка: навч. посіб.; за ред. Г. Е. Гронтковської / Г. Е. Гронтковська, О. І. Ряба, А. М. Венцурик, О. І. Красновська. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 384 с.

14. Калашник М. В. Механізм активізації зовнішньоекономічної діяльності регіонів України. / М. В. Калашник // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2014. – Т 19. – Вип. 2.1. – С. 108–112.

15. ITC Export Potential Map. – URL : <https://exportpotential.intracen.org/en/markets/gap-chart?fromMarker=i&exporter=804&toMarker=r&whatMarke-r=a&what=a>

16. Стратегічні орієнтири поглиблення торговельно-економічних відносин України з країнами Європейського Союзу в умовах Угоди про Асоціацію. – URL : <https://eu-ua.kmu.gov.ua/node/4117>

References

1. Middelaar, L. (2018). *Perekhid do Yevropy: yak kontynent stav soiuзом; Per. z anhl..* Kyiv: Dukh i litera, 2018..
2. Kulytskyi, S. (2015). *Pytannia transformatsii ukrainskoi zovnishnoi torhivli na suchasnomu etapi.*

Ukraina: podii, fakty, komentari. (23), 49-59. Retrieved from <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr23.pdf>

3. Pokryshka, D.S. (2012). Torhovelni vidnosyny Ukrainy z Yevropeiskym Soiuzom v umovakh hlobalnoi nevyznachenosti. *Stratehichni priorytety*, 1(22), 18-31.

4. Chenash, A., & Kuziakov, O. (2013). Zovnishnoekonomichna diialnist i priorytetni napriamky ekonomichnoi intehtatsii Ukrainy. *Doslidzhennia dilovoi dumky*. Promyslovist. Kyiv: Instytut ekonomichnykh doslidzhen ta politichnykh konsultatsiy, (1), 4.

5. Berenda, S.V. (2015). Yevropeiska systema torhovelnoi kumuliatsii ta hlobalni lantsiuihy dodanoi vartosti. *Biznes-Inform*, (3), 29-35.

6. Konchyn, V. (2010). Heoekonomichna ekspansiiia Kremlia na terenakh Yevropy ta vymushena realizatsiia Ukrainoiu dynamichnoi prostorovoi modeli resursnoi peryferii. *Visnyk Ternopil'skoho Natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*. Issue 5-1, 303-317. Ternopil: Ekonomichna dumka, TNEU. Retrieved from <http://kibit.edu.ua/upload/catalog/247/default3.pdf>

7. Lozovyi, V.S. (2017). Istorychna polityka v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu yak chynnyk konsolidatsii suspilstva ta prymyrennia narodiv: dosvid dlia Ukrainy. *Stratehichna panorama*, (1), 30-35.

8. Pro zasady vnutrishnoi i zovnishnoi polityky. *Zakon Ukrainy vid 1 lypnia 2010 r. (v redatsii vid 1 sichnia 2015 r.)*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text>

9. Dovidka «Zovnishnia torhivlia Ukrainy tovaramy ta posluhamy u 2020 rotsi». Retrieved from [https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=76438c62-5e54-4931-ad98-7fe59d004a2a&title=ZovnishniaTorgivlia-UkrainiTovaramiTa-PoslugamiU2020-Rotsi&isSpecial=true)

[UA&id=76438c62-5e54-4931-ad98-7fe59d004a2a&title=ZovnishniaTorgivlia-UkrainiTovaramiTa-PoslugamiU2020-Rotsi&isSpecial=true](https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=76438c62-5e54-4931-ad98-7fe59d004a2a&title=ZovnishniaTorgivlia-UkrainiTovaramiTa-PoslugamiU2020-Rotsi&isSpecial=true)

10. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. Kucherenko, V.R., & Shevchenko, L.V. (2012). Analiz naslidkiv vplyvu hlobalnoi finansovo-ekonomichnoi kryzy na stan torhivli mizh Ukrainoiu ta FRN. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, (5), 63-67.

12. Puhachova, K.M., & Sheremet, O.O. (2018). Zovnishnotorhovelni vidnosyny Ukrainy z YeS. *Ekonomika APK*, (2), 85-100.

13. Hrontkovska, H.E., Riaba, O.I., Ventsuryk, A.M., & O. I. Krasnovska, O.I. (2014). *Mizhnarodna ekonomika*. H.E. Hrontkovska (Ed.). Kyiv: «Tsentr uchbovoi literatury».

14. Kalashnyk, M.V. (2014). Mekhanizm aktyvizatsii zovnishnoekonomichnoi diialnosti rehioniv Ukrainy. *Visnyk ONU imeni I.I. Mechnykova*, T.19, Issue 2.1, 108-112.

15. ITC Export Potential Map. Retrieved from <https://exportpotential.intracen.org/-/en/markets/gap-chart?fromMarker=i&exporter=804&toMarker=r&whatMarke-r=a&what=a>

16. Stratehichni oriietyry pohlyblennia torhovelno-ekonomichnykh vidnosyn Ukrainy z krainamy Yevropeiskoho Soiuzu v umovakh Uhody pro Asotsiatsiiu. Retrieved from <https://eu-ua.kmu.gov.ua/node/4117>

UKRAINE'S EXPORT POTENTIAL AND ITS IMPLEMENTATION IN TRADE AND ECONOMIC RELATIONS WITH EU COUNTRIES

M. V. Savchenko, D.E., Professor, I. V. Khadzhyhynov, D.E., Professor, A. O. Zavydovska, Vasyl Stus Donetsk National University

Methods. The results were obtained using a system of methods: method of logical analysis made it possible to build the logic of the study; structural analysis, grouping, decomposition and formalization made it possible to substantiate the sequence of stages in the implementation of the methodological approach to assessing the level of development of trade and economic relations; methods of statistical analysis were used to assess the dynamics of indicators of the influence of foreign markets; graphic method made it possible to visualize the results of the study.

Results. The authors of the article substantiated practical recommendations regarding the implementation of the export potential in the trade and economic relations of Ukraine with the EU countries. A detailed description of the dynamics of the volume of exports and imports of goods in value terms between Ukraine and the EU was considered. To analyze the processes of activation of trade and economic relations in the aspect of the European integration processes of development of the Ukrainian state, the dynamics of the share of foreign trade turnover with the EU countries was studied. The dynamics of trade in services between Ukraine and the EU is analyzed. To calculate the degree of development of trade and economic relations of countries, the calculation of an integral index based on relative indicators is proposed. It is substantiated that this method makes it possible to classify the countries of the EU and Ukraine according to the degree of development of trade and economic relations. On the basis of the obtained results, a radar of the degree of development of trade and economic relations between the EU countries and Ukraine was built. The general tendencies of trade and economic relations of Ukraine with the EU countries are highlighted and it is determined that the foreign economic activity of Ukraine with the EU countries has a great

potential for development. Based on the analysis, proposals were made to improve the export potential in Ukraine's trade and economic relations with the EU countries.

Novelty. A set of measures is proposed to realize the export potential of Ukraine in trade and economic relations with the EU countries, in particular, a scientific and methodological approach is proposed for calculating the integral index of the development of trade and economic relations of countries, which allows classifying countries according to the degree of development; recommendations were given on the development of the export potential of Ukraine with the EU countries.

Practical value lies in the possibility of using the developed methodological framework to assess the degree of development of trade and economic relations not only with European countries, but also with other countries of the world.

Keywords: potential, trade and economic relations, EU, export, foreign economic activity.

Надійшла до редакції 22.11.21 р.

ЕВОЛЮЦІЯ ВЕРБАЛЬНИХ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ДИГЛОСІЇ

А. В. Бардась, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», bardas.a.v@ntmu.one, orcid.org/0000-0002-8309-3796,

К. С. Богач, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», bogach.k.s@ntmu.one, orcid.org/0000-0003-2091-4320,

А. В. Дудник, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», dudnik.a.v@ntmu.one, orcid.org/0000-0001-7921-2548,

О. В. Казимиренко, старший викладач, НТУ «Дніпровська політехніка», kazymyrenko.o.v@ntmu.one, orcid.org/0000-0001-5506-6128

Методологія дослідження. Для розв'язання поставлених завдань були використані такі методи дослідження: соціолінгвістичні – анкетування, інтерв'ювання, спостереження – для збирання інформації; загальнонаукові – індукція, дедукція, аналіз, синтез – для обробки зібраних даних; методи кількісного підрахунку – задля опрацювання результатів опитування.

Під час дослідження респондентам було поставлено запитання, що стосувалися трьох тематичних блоків, подальший аналіз яких дав змогу отримати уявлення про сприйняття української мови як засобу комунікації у спілкуванні, навчанні та діловій діяльності.

Результати. Були визначені позиції української та російської мов з точки зору їх сприйняття в українському суспільстві та застосування в організаціях різної форми власності. Зроблено спробу оцінити статус української, російської та англійської мов з позицій диглосії та відповідно до класифікації Фішмана. Відзначено зростання соціального статусу української мови за роки незалежності, а також посилення позицій англійської мови з точки зору привабливості для носіїв у порівнянні з російською мовою.

Новизна. В ході дослідження української мови як інтеграційного та комунікаційного інструменту в управлінні організаціями та вивчення суспільної думки, щодо найбільш бажаної мови для спілкування, навчання та професійного розвитку було проведено опитування та отримано 1007 відповідей респондентів. Цільова аудиторія визначалася таким чином, щоб вибірка була репрезентативною та об'єктивно представляла параметри генеральної сукупності (великі промислові міста Дніпропетровської області).

Практична значущість. Одержані результати було використано для розроблення рекомендацій щодо стратегії розвитку комунікаційної політики всередині українських організацій різної форми власності.

Ключові слова: менеджмент, комунікації, диглосія в організаціях, білінгвізм, глобалізація, мовні інструменти, управління.

Постановка проблеми. Перехід більшості країн до так званої «економіки знань» означає, що більша частина ВВП формується завдяки діяльності зі створення, обробки, зберігання та розповсюдження інформації та знань. З цих умов мова стає важливим вер-

бальним інструментом генерування, передачі та зберігання знань. Мова – це сполучна ланка між національністю і її «аутентичністю», поряд з релігією, культурою та історією, вона є головною характерною рисою нації. Інша, не менш важлива функція мови

для національності – бути інструментом самоідентифікації особистості [7]. Люди, які говорять однією мовою, відчувають свою єдність і одночасно свою відмінність від інших людей.

Важливим індикатором стану суспільства є те, якою мірою воно підтримує і свідомо пропагандує свою мову – або, навпаки, якою мірою воно готове від неї відмовитися, саме тому вивчення питання еволюції української мови як комунікаційного інструменту в сучасному українському суспільстві є актуальним та важливим з точки зору становлення та розвитку самого суспільства. Це питання набуло особливої важливості після ухвалення Закону України «Про функціонування української мови як державної», яким визначається статус української як єдиної державної, мови міжетнічного спілкування, функціонування якої забезпечується у публічному просторі. Нова ситуація характеризується необхідністю впровадження у сферу управління державної мови, причому це стосується як корпоративного, так і третього сектору економіки, що потенційно має підвищити статус української та зробити її більш привабливою як засобу управлінських комунікацій між різними групами зацікавлених сторін в організаціях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Громадський характер виникнення, розвитку та функціонування мови, соціальна диференціація мови відповідно з поділом суспільства на класи та соціальні відмінності у використанні мови у зв'язку з різноманітними сферами її застосування зумовлюють необхідність вивчення взаємовідносин мов в контексті концепції диглосії. Розробкою теоретичних аспектів з цього питання в колі питань соціолінгвістики займалися такі вчені: Юрген Ясперс [8] та Дж. Фішманом [9], а серед українських вчених питання білінгвістичної та диглосійної комунікації в організаціях розглядалися у працях Яворської Г., Кочергана М. і Вишняк О. [1,2,7], де роль мови розглядалася у контексті її впливу на владу, культуру та соціологію суспільства.

І для сучасних вчених це явище залишається актуальним, незначна увага приділялася вивченню української мови з точки зору її використання в сучасному українському суспільстві в якості інструменту

управлінської комунікації в контексті концепції диглосії.

Формулювання мети статті. Дослідження еволюції вербальних інструментів управлінської комунікації в контексті концепції диглосії та вивчення суспільної думки, щодо найбільш бажаної мови для спілкування, навчання та професійного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ситуація, коли в суспільстві одночасно використовуються дві мови є притаманною сучасній Україні. Така ситуація у лінгвістиці називається «диглосія», вона не є чимось дивним чи виключним – свого часу аналогічний шлях пройшли тією або іншою мірою майже усі країни, які були частиною різних імперій, як в Європі, так і в інших частинах світу. Особливістю такого «перехідного періоду» є збереження панівних позицій носіїв мови колишньої імперії, як це було у міжвоєнній Чехословаччині з домінуванням німецької мови у різних сферах суспільного життя, що пояснюється здобутою освітою, сформованими традиціями, а також більш високим суспільним статусом тих громадян країни, які ототожнювали свою культуру з культурою колишньої метрополії. Відповідно до праці соціолінгвіста Чарльза Фергюсона [8], у випадку описаної взаємодії двох мов одна з них завжди має вищий статус – це так звана Н-мова (high-language), а інша нижчий – Л-мова. Зазвичай, Н-мова є мовою офіційних документів, урядових структур, політичної та ділової еліти. Натомість, Л-мова має поширену сферу застосування у повсякденному побуті та неформальній комунікаційній взаємодії, але обмежено застосовується в офіційній сфері [2].

Особливість української ситуації у тому, що тривалий час, навіть за часів Незалежності, статус вищої (Н-мови) мала російська, а сфера застосування української (Л-мови) обмежувалася побутовим спілкуванням та частково етнографічно-фольклористичною діяльністю. Протягом останніх тридцяти років відбувалися еволюційні зміни такого статус-кво, проте ще донедавна більшість ділових видань були виключно російськомовними, а мовою бізнесу досі залишається, переважно, російсь-

ка. Зараз спостерігається процес, коли статус мов змінюється: де-юре Н-мовою вважається українська, а де-факто російська продовжує зберігати за собою домінуючі позиції у багатьох сферах суспільного життя [4].

Процес трансформації суспільства на засадах економіки знань є своєрідним відображенням глобальних процесів, що полягають у соціальній, політичній, економічній, культурній та технологічній інтеграції країн світу, а також – за сучасних умов – формування «центрів сили», навколо яких групуються країни у формі регіональних чи міждержавних об'єднань торговельного, політичного чи військового характеру. Промислові ресурсовитратні виробництва все частіше переміщуються за кордон, відбувається концентрація наукомістких підприємств в одних країнах та трудомістких в інших, відкриваються нові ринки, трудові колективи стають більш полікультурними та менш моноетнічними. Сучасні глобалізаційні процеси ведуть до подальшого посилення взаємозалежності, пов'язаності, ослаблення кордонів, що склалися історично між різними територіями. Процес глобалізації здійснюється через створення глобальної мережі культурних, в тому числі, і лінгвістичних кодів і повідомлень та виступає одним із проявів інтенсифікації та розширення соціальних комунікацій.

Слово «комунікація» – одне з багатьох іноземних слів, які в даний час широко вживаються в сучасному управлінському лексиконі. Воно походить від латинського слова *communis*, що означає «роблю загальним, пов'язую, спілкуюся», тому найбільш близьким до нього за значенням є слово «спілкування» [1]. З точки зору бізнесової практики комунікація є найважливішою складовою управлінської діяльності – уявити собі управління без обміну інформацією між структурними підрозділами організації та її співробітниками просто неможливо. Специфічність взаємодії людей в процесі їх життєдіяльності полягає в використанні мови, яка, будучи найважливішим засобом людського спілкування, виступає також як знаряддя пізнання, як інструмент мислення. Завдяки цьому комунікація між людьми є найважливішим механізмом становлення люди-

ни як соціальної особистості, засобом впливу суспільства на особистість, способом формування світогляду, але також – причиною численних управлінських помилок та складностей при реалізації ділових трансакцій.

Процес глобалізації, зокрема у сфері управління бізнесом, супроводжується двома синхронізованими, але різноспрямованими процесами нижчого рівня, які відомі нам як «конвергенція» та «дивергенція» культур [5]. У першому випадку, коли ми маємо справу з «конвергенцією», відбувається зближення та поєднання, «злиття» культур різних етносів та країн. Прикладами цього є поширення окремих мов (англійської, іспанської, французької, російської) як засобів міжнародної комунікації, популярність певних напрямів мистецтва (рок-музики, абстракціонізму, постмодернізму), поширення технологій (інтернет, мобільний зв'язок, дистанційна робота та освіта), окремих товарів (джинси, алкогольні та безалкогольні напої). У іншому випадку, при «дивергенції» культур, відбувається загострення протиріч та відмінностей, зумовлених мовою, релігією, світоглядом або традиціями. Посилення відцентрованих тенденцій у Великій Британії (референдум про незалежність Шотландії), загострення культурних та історичних суперечностей в Іспанії (прагнення каталонців до незалежності), політичні проблеми Бельгії, зумовлені протистоянням носіїв фламандської та французької мов та подібність ситуації у Квебеку, де кількість прихильників незалежності на референдумі 1995 року сягнула 49,42%, основну частину яких склали франкомовні канадці завжди впливає на підприємництво та управлінську діяльність, оскільки зміна культурних настанов всередині організації та в її зовнішньому середовищі змушує керівників переглядати політику фірм, зокрема й корегувати власні підходи до комунікацій з працівниками громадськості [3].

У роботі Ясперса [8] наводиться матриця комбінування випадків диглосії та білінгвізму, де квадрант 1 (Диглосія та білінгвізм) описує організації, де переважна більшість учасників є білінгвами (двомовними), які використовують кожен з двох мов у різних сферах (наприклад, в офіційній

комунікацій та при повсякденній робочій взаємодії).

Таблиця 1
Взаємозв'язок між білінгвізмом
та диглосією

	Диглосія +	Диглосія -
Білінгвізм +	1. Диглосія та білінгвізм	2. Білінгвізм без диглосії
Білінгвізм -	3. Диглосія без білінгвізму	4. Ані диглосії, ані білінгвізму

Джерело: [8]

Квадрант 2 (Білінгвізм без диглосії) описує ситуацію соціальних трансформацій, які Фішман [9] вважав ознакою боротьби носіїв L-мови за рівні права з носіями H-мови, коли дві колись відокремлені мови набувають рівного статусу, що супроводжується фонетичною, лексичною, семантичною та навіть граматичною взаємодією між ними та призводить до виникнення змішаних варіантів мови, а домінуючого статусу набуває та мова, яка асоціюється з домінуючою силою, що виступає переможцем періоду соціальних змін (подібна ситуація спостерігається зараз в українських організаціях, в яких вищого статусу набула саме українська мова, а переважна більшість співробітників володіють рівною мірою обома мовами).

Третій квадрант (Диглосія без білінгвізму) описує ситуацію, коли в силу різних обставин, наприклад інтернаціоналізації ділової діяльності, в організації об'єднано дві групи, наприклад топменеджерів-експатріантів або топменеджерів-вихідців з третіх країн, з одного боку, та місцевих співробітників – з іншого. У цій ситуації кожна із зазначених груп користується власною мовою, проте мова топменеджерів-іноземців має вищий статус і за умовчанням є мовою спілкування у міжнародному колективі компанії.

Що ж стосується останнього квадранту, то він описує малоімовірний варіант наявності в організації гомогенного мовного середовища, де немає ані співробітників-білінгвів, ані будь-яких груп працівників різного соціального статусу, що користуються різними мовами: у сучасних умовах

глобалізації та активної міграції робочої сили між країнами уявити собі таку однорідну організацію дуже складно.

Реалізація комплексу заходів з управління організацією в умовах змін, зумовлених дивергенцією, завжди спиратиметься на використання мовних інструментів. Як зазначає Р. Д. Льюїс, мова менеджменту завжди має свої [5] невинуватити відмінності або обмеження, що послаблюють або зводять нанівець користування людиною правами, закріпленими в міжнародно-правових документах або внутрішньому законодавстві, через особливості сприйняття людиною інформації у різних системах її кодування.

У деяких випадках це може призводити до проявів мовної дискримінації, коли недостатнє володіння домінуючою (де-факто) мовою у певній організації, суспільній групі або у певній країні призводить до обмеження можливостей професійного зростання людини, ускладненого доступу до інформації або до необхідності зміни мови для підлаштування під домінуючу групу.

Держава має привілей визначати ту мову для використання у публічній сфері, яку вона вважає необхідною для виконання комунікаційної та інтеграційної функцій, володіючи правом накладати зобов'язання на суб'єктів права спілкуватися з державними органами тільки цією мовою.

Натомість недержавні організації, як і приватна сфера життя людей, зазвичай залишаються менш відкритими для офіційних мов протягом тривалого часу, аж доки кількість носіїв офіційної мови не становитиме переважної більшості, а володіння H-мовою гарантуватиме її носію вищий соціальний статус та отримання більш широких можливостей для професійного зростання.

Саме в силу цього фактору пропонується ліберальний варіант конкуренції двох мов, коли носії самостійно оберуть більш зручний для себе інструмент комунікації як в організації, так і поза нею, не витримує критики, бо у випадку квадранту 2 це призведе до збереження панівного становища формальної L-мови (російської у випадку нашої країни).

Поліваріантність мов в українських умовах може призвести (див. табл. 1) до небажаного варіанту 3 (диглосія без білінгвізму).

му), коли сфера застосування української мови буде скорочуватися, а сама вона буде витіснятися зі сфери активного вжитку, поступаючись іноземним мовам, у першу чергу російській, натомість більш бажаним варіантом залишається 1, де українська зберігає за собою статус Н-мови та поступово поширюється на недержавні організації та нові сфери життя людини, зокрема й неpubлічне спілкування.

В роботі в ході дослідження української мови як комунікаційного інструменту в управлінні та бізнесі та вивчення суспільної думки, щодо найбільш бажаної мови для спілкування, навчання та професійного розвитку було проведено опитування та отримано 1007 відповідей респондентів.

Достовірність статистичних висновків і змістовна інтерпретація результатів залежала від репрезентативності вибірки, тобто повноти та адекватності уявлення властивостей генеральної сукупності, по відношенню до якої цю вибірку можна вважати представницької. Вивчення статистичних властивостей сукупності у роботі було організовано за допомогою вибіркового спостереження, тобто обстеження не всіх одиниць досліджуваної сукупності, а тільки його частини.

Завданням нашого дослідження було визначення позиції української та російської мов з точки зору їх сприйняття в українському суспільстві. Цільова аудиторія визначалася таким чином, щоб вибірка була репрезентативною та об'єктивно представляла параметри генеральної сукупності (великі промислові міста Дніпропетровської області).

Для того, щоб результати ймовірнісної вибірки найбільш повно могли відображати думку якомога більшої групи населення як за якісними, так і кількісними параметрами, нами було визначено опитувану групу та визначено її склад за такими параметрами, як:

- 1) вікова категорія: 19...70 років;
- 2) освіта: середня повна, вища;
- 3) стать: чоловіча/жіноча;
- 4) соціальний статус: студенти, наймані працівники, власники бізнесу.

Під час проведення дослідження респондентам було поставлено питання, представлені в таблиці 2, подальший аналіз яких

дав змогу отримати уявлення про місце української мови у спілкуванні, навчанні та професійному розвитку населення України.

Таблиця 2

Питання респондентам для вивчення суспільної думки

№ п/п	Поставлене запитання
1	Якою мовою ви розмовляєте в побуті?
2	Якою є основна мова, якою ви користуєтесь під час навчання та роботи?
3	Якою була би бажана для вас мова спілкування під час навчання та роботи?
4	Яка мова є найбільш перспективною у професійній діяльності та особистому житті з вашої точки зору?
5	Мова, якою ви отримуєте інформацію про події в країні та у світі?
6	Мова, яка є найбільш необхідною для вашого професійного розвитку?
7	Яка мова найбільше потребує підтримки свого розвитку та функціонування?
8	Яка мова є основною для керівників під час роботи з підлеглими?
9	Яку мову, на вашу думку, повинні використовувати керівники під час роботи з підлеглими?
10	Використання якої мови забезпечує престижність її носію?

В результаті аналізу відповідей вибірки було отримано наступний розподіл відповідей, який зображено на рис. 1.

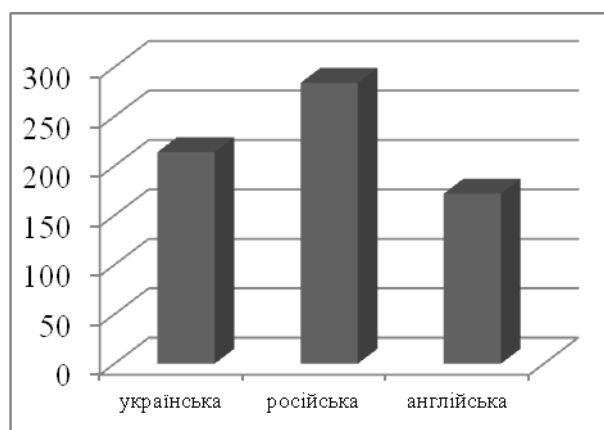


Рис. 1. Розподіл відповідей дослідження щодо використання української, англійської та російської мов

Гістограма свідчить, що більшість респондентів вибірки віддала перевагу російській мові, але більш детальний аналіз відповідей дозволив дійти інших висновків щодо використання мов. Усі питання, що були поставлені респондентам, були розділені на тематичні блоки (табл. 3), детальний розгляд відповідей за якими дозволив дійти висновків щодо сфер використання мов.

Таблиця 3

Тематичні блоки питань респондентам

Побутові комунікації:
1. Якою мовою ви розмовляєте в побуті?
2. Якою є основна мова, якою ви користуєтесь під час навчання та роботи?
3. Якою була би бажана для вас мова спілкування під час навчання та роботи?
Комунікації для розвитку:
4. Яка мова є найбільш перспективною у професійній діяльності та особистому житті з вашої точки зору?
6. Мова, яка є найбільш необхідною для вашого професійного розвитку?
7. Яка мова найбільше потребує підтримки свого розвитку та функціонування?
10. Використання якої мови забезпечує престижність її носію?
Офіційні комунікації:
5. Мова, якою ви отримуєте інформацію про події в країні та у світі?
8. Яка мова є основною для керівників під час роботи з підлеглими?
9. Яку мову, на вашу думку, повинні використовувати керівники під час роботи з підлеглими?

У тематичному блоці питань щодо офіційних комунікацій більшість віддала перевагу українській мові, що є свідомим зростанням у суспільстві за роки незалежності її соціального статусу та отримання соціальних та економічних переваг для її носіїв у порівнянні з російською. Утім формально декларований статус української як Н-мови залишається недосяжним через значне панування російської мови у багатьох сферах через інерційність свідомості носіїв мови.

З огляду на відповіді, які стосувалися тематичного блоку питань щодо комунікацій розвитку, виявилось, що володіння англійською сприймається членами українсько-

го суспільства як певний «соціальний ліфт», а сама українська вважається мовою, яка домінуватиме в основних сферах вже у середньостроковій перспективі, нехай і дещо поступаючись російській за поширеністю.

Висновки. 1. В умовах глобалізації мова залишається дієвим засобом збереження культури, цінностей та світосприйняття людини, забезпечуючи відчуття сталості під час постійних змін. До того ж, мова є одним з головних засобів вираження свідомості людини, відображаючи ті соціально-економічні та політичні процеси, які відбуваються у суспільстві.

2. Зараз українська мова знаходиться на етапі зміцнення свого соціального статусу, коли володіння нею для фахівців має стати передумовою успішної роботи і кар'єрного зростання. Проте процес посилення її статусу в умовах глобалізації має відбуватися паралельно із заміщенням домінуючих позицій російської мови на користь англійської у сфері управління та адміністрування.

3. Слабкі позиції української мови в недержаному секторі актуалізують питання розробки комплексу заходів з захисту інтересів тих громадян, які є її носіями за принципом «позитивної дискримінації».

4. Мова залишається одним із найважливіших інструментів організаційної інтеграції, дозволяючи формувати спільне бачення у колективах, визначати сприйняття реальності та долати соціокультурні перешкоди, зумовлені семантикою та культурними відмінностями.

5. Довгострокова комунікаційна політика українських організацій різних форм власності має враховувати статус української як Н-мови та бути спрямованою на допомогу співробітникам, зокрема й інпатріатам та вихідцям з третіх країн, на оволодіння нею, оскільки це гарантуватиме створення сильної організаційної культури та забезпечуватиме позитивне сприйняття організацій з боку суспільства.

Література

1. Вишняк О. І. Мовна ситуація та статус мов в Україні: динаміка, проблеми, перспективи (соціологічний аналіз) / О. І. Вишняк. – Київ : Інститут соціології НАН України, 2009. – 176 с.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство [підр.] / М. П. Кочерган. – К.: Академія, 2010. – 464 с.

3. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К, 2006. – 716 с.
4. Українська мова. Енциклопедія / В. М. Русанівський, О. О. Тараненко. – К. : Укр. енциклопедія, 2000. – 752 с.
5. Бардась А. В. Міжнародний менеджмент та логістика : навчальний посібник / А. В. Бардась, М. В. Бойченко, Г. Вудажевський, А. В. Дудник. – Дніпро : Герда, 2016. – 296 с.
6. Jaspers, Jürgen. Diglossia and beyond. Oxford handbook of language and society. (2016): pp. 179-196.
7. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада / Г. М. Яворська. – К. : Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні, 2000. – 288 с.
8. Ferguson, Charles A. (1959). Diglossia. Word 15: pp. 325-340.
9. Fishman, J. (1967). Bilingualism with and without Diglossia; Diglossia with and without Bilingualism. Journal of Social Issues, 23(2), pp. 29-38.
2. Kocherhan, M.P. (2010). Zahalne movoznavstvo. Kyiv: Akademiia.
3. Selivanova, O. (2006). Suchasna linhvistyka: terminolohichna entsyklopediia. Poltava: Dovkillia.
4. Rusanivskyi, V.M., & Taranenko, O.O. (2000). Ukrainska mova. Entsyklopediia. Kyiv: Ukrainska Entsyklopediia.
5. Bardas, A.V., Boichenko, M.V., Wudarzewski, G., & Dudnyk, A.V. (2016). Mizhnarodnyi menedzhment ta logistyka. Dnipro: Gerda.
6. Jaspers, Jürgen. (2016). Diglossia and beyond. Oxford handbook of language and society. 179-196.
7. Yavorska, H.M. (2000). Preskryptyva linhvistyka yak dyskurs: Mova, kultura, vlada. Kyiv: Instytut movoznavstva imeni O.O. Potebni.
8. Ferguson, Charles A. (1959). Diglossia. Word, 15, 325-340.
9. Fishman, J. (1967). Bilingualism with and without Diglossia; Diglossia with and without Bilingualism. Journal of Social Issues,, 23(2), 29-38.

References

1. Vyshniak, O.I. (2009). Movna sytuatsiia ta status mov v Ukraini: dynamika, problemy, perspektyvy (sociolohichniy analiz). K: Instytut sotsiolohii NANU.

EVOLUTION OF VERBAL INSTRUMENTS OF MANAGEMENT COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF DIGLOSSIA

*A. V. Bardas, D.E., Professor, K. S. Bogach, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
A. V. Dudnyk, Ph. D (Econ.), Associate Professor, O. V. Kazymyrenko, Senior Lecturer,
Dnipro University of Technology*

Methods. The following research methods were used to solve the set tasks: sociolinguistic – questionnaires, interviews, observations – to gather information; general scientific induction, deduction, analysis, synthesis – for processing the collected data; methods of quantitative calculation – to process the results of the survey. During the survey, respondents were asked questions about three thematic blocks, further analysis of which gave an idea of perception of the Ukrainian language as a means of communication in socializing, education and business.

Results. The positions of the Ukrainian and Russian languages in terms of their perception in Ukrainian society and their use in organizations of various forms of ownership were determined. An attempt is made to assess the status of Ukrainian, Russian and English languages from the standpoint of diglossia and according to Fishman's classification. There has been an increase in the social status of the Ukrainian language over the years of independence, as well as the strengthening of the English language in terms of attractiveness to native speakers compared to Russian.

Novelty. In the course of researching the Ukrainian language as an integration and communication tool in the management of organizations and studying public opinion on the most desirable language for communication, learning and professional development, a survey was conducted and 1,007 responses were received. The target audience was determined in such a way that the sample was representative and objectively represented the parameters of the general population (large industrial cities of Dnipropetrovsk region).

Practical value. The obtained results were used to develop recommendations for the strategy of communication policy development within Ukrainian organizations of various forms of ownership.

Keywords: management, communications, diglossia in organizations, bilingualism, globalization, language tools.

Надійшла до редакції 22.11.21 р.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*В. Я. Швець, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», svu@ntu.one,
orcid.org/0000-0001-7261-5993,*

*Ю. В. Дубей, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», yuliya.dubey@gmail.com,
orcid.org/0000-0003-3415-3470*

Методологія дослідження. Теоретичною й методологічною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних і зарубіжних учених, пов'язані з питаннями визначення сутності, ролі інноваційного потенціалу підприємства, його структурних компонентів, з методиками ефективного управління ним та вивченням матеріалів спеціалізованих наукових конференцій і симпозіумів. У процесі дослідження використовувалися такі методи: групування – при формуванні змісту елементів системи управління інноваційним потенціалом промислового підприємства; структурно-логічний – при визначенні комплексу показників оцінки інноваційного потенціалу підприємства (узагальнюючих та приватних); аналізу та синтезу – для обґрунтування рекомендацій щодо розробки нормативної моделі інноваційного потенціалу, що визначається системою нерівностей та пов'язує узагальнюючі показники та їх обмеження.

Результати. Досліджено роль та рівні інноваційного потенціалу, що дозволяють сформулювати стратегії розвитку підприємства та його складових елементів. За результатами оцінки було запропоновано заходи на основі стратегій розвитку, що уможливають підвищення ефективності інноваційного розвитку підприємства. Наведено загальну структуру інноваційного потенціалу підприємства у вигляді системи складових: науково-дослідний, інтелектуальний, фінансовий, виробничо-технічний, організаційно-управлінський та маркетинговий. Розглянуто процес управління інноваційним потенціалом. Запропоновано основні його функції доповнити формуванням нормативної моделі для визначення достатності інноваційного потенціалу промислового підприємства та провести аналіз невідповідностей фактичних та нормативних параметрів, що дасть змогу проаналізувати здатність підприємства до прийняття інноваційних рішень та буде виступати мірою управлінського успіху.

Новизна. Наукова новизна результатів дослідження полягає в уточненні методики оцінки рівня наявного інноваційного потенціалу промислових підприємств для ефективного управління ним у короткостроковому періоді та визначенні стратегії розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Практична значущість. Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в формуванні комплексної системи оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства задля ефективного управління ним.

Ключові слова: інноваційний потенціал, управління, інноваційний розвиток підприємства, стратегія розвитку, промислове підприємство.

Постановка проблеми. Все більше підприємств готові інвестувати у зростання своєї конкурентоспроможності задля підтримки тенденції зростання доходів у майбутньому. Інновації мають вирішальне значення при прогнозуванні довгострокового розвитку підприємства, визначенні успіху та

збереженні необхідного рівня конкурентоспроможності у зовнішньому середовищі, де вимоги клієнтів та технологічні процеси дуже мінливі, а життєвий цикл товарів стає дедалі коротшим. Для отримання переваг в інноваційному розвитку промислового підприємства задіють усі наявні можливості та

ресурси – потенціал підприємства. При успішному використанні потенціалу підприємство має можливість максимізувати прибуток і досягти позиції лідера на ринку.

Дослідження та оцінка наявного інноваційного потенціалу сприяє виявленню резервів підвищення його ефективності, що у свою чергу дасть можливість коригувати напрямки інноваційного розвитку та прогнозувати ймовірність та характер результатів інноваційної діяльності підприємства. У зв'язку з цим більша увага приділяється ролі інноваційного потенціалу та ефективного управління ним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи актуальність та широту обраної проблематики, варто відзначити, що її дослідженням займалися чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: О. С. Богма [1], В. В. Гурочкіна [2], С. А. Єфімова [3], В. І. Карюк [4], В. О. Козловський [5], В. І. Костевко [6], Н. С. Краснокутська [7], О. І. Маслак, Л. А. Квятковська [8], О. О. Мосін [9], Р. А. Фатхутдинов [10], З. В. Фролова [11], О. Ю. Шилова [12]. Результати їх роботи значною мірою присвячені окремим аспектам інноваційної активності підприємств, що підвищує рівень обґрунтованості відповідних управлінських рішень.

Проте необхідно відзначити, що у дослідженнях, присвячених методам оцінки інноваційного потенціалу підприємства та управління ним, наведені різні способи та досі не існує загальноновизнаної методики. Це зумовлено тим, що на сьогодні відомі різні підходи до трактування терміну «інноваційного потенціалу» та його структури.

Формулювання мети статті. Метою статті є уточнення методики оцінки рівня наявного інноваційного потенціалу промислових підприємств для ефективного управління ним у короткостроковому періоді та визначення стратегії розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний потенціал промислового підприємства утворює низку структурних компонентів: науково-дослідний, інтелектуальний, фінансовий, виробничо-технічний, організаційно-управлінський та маркетинговий.

Багаторівневе поняття інноваційного потенціалу промислового підприємства найповніше розкривається такими ключовими характеристиками:

- мета розвитку як вектор основного напрямку;

- ресурси, необхідні задля розвитку заданого напрямку діяльності (фінансові, матеріальні, людські та ін.);

- активи, що задіяні в інноваційному розвитку (інтелектуальні, майнові, інвестиційні тощо);

- здібності та можливості (технології, знання, обладнання, інше) щодо ефективного використання наявних ресурсів інноваційного розвитку [1, 7].

Найбільш ефективне управління інноваційним потенціалом досягається при використанні всіх його структурних компонентів, що доповнюють один одного, отже, інноваційний потенціал необхідно розглядати не лише з позиції факторного підходу, як сукупність ресурсів, а також як системного явища. Головною характеристикою цього підходу є ефект синергії, тобто збільшення ефективності системи управління інноваційним потенціалом при взаємодії його складових [11]. Зміст структурних компонентів системи управління інноваційним потенціалом промислового підприємства наведено у табл. 1.

Оцінка інноваційного потенціалу підприємства має пряму залежність від оцінки його структурних компонентів, проте на даний момент немає єдиної загальноприйнятої структури інноваційного потенціалу. Однак задля ефективного реалізації можливостей інноваційного потенціалу недостатньо його оцінки. З'являється необхідність застосування механізмів управління інноваційним потенціалом.

Управління включає процес планування, організації та контролю поставок, розподілу та використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних та інших видів ресурсів, які використовуються в практичній діяльності підприємства [4]. Основним завданням управління є забезпечення оптимального використання ресурсів для досягнення кінцевої мети діяльності підприємства – підвищення ефективності та потенціалу [9].

Зміст елементів системи управління інноваційним потенціалом промислового підприємства

Назва структурного елемента	Зміст структурного елемента
Інтелектуальний	Інноваційні можливості працівників організації, які виконують дослідження та розробки, їх досвід та кваліфікація; здатність та готовність до підвищення кваліфікації та навчання; оплата праці та мотивація; оцінка персоналу; структура персоналу; плинність, політика комплектування персоналу в організації
Науково-дослідний	Інноваційні можливості, що виявляються наявністю інтелектуальної власності та прав на неї; стан лабораторної бази та випробувального обладнання; масштаби співробітництва з НДІ та організаціями
Виробничо - технічний	Інноваційні можливості підрозділів підприємства; автоматизація виробничих процесів; продуктивність виробничої системи; тип виробничих технологій; якісний та кількісний стан основних фондів; витрати виробництва; рівень безпеки виробництва; технічне обслуговування машин та обладнання; система календарного планування, управління якістю
Фінансовий	Інноваційні можливості величини та джерел фінансових ресурсів; фінансової стійкості організації та ділової активності; прибутку та його використання; фінансове планування; рух коштів
Маркетинговий	Інноваційні можливості стратегій; виготовлений товар (послуга), цінова політика; запаси товарів на складах, комерційні витрати; взаємини із споживачами; позиції на ринку; система збуту, канали розподілу; рекламна діяльність; після-продажне обслуговування
Організаційно-управлінський	Інноваційні можливості ключових стратегій; системи стратегічного управління; децентралізації та централізації; особливості організаційної структури, поділу праці; можливості топ-менеджмента; інформаційних систем; систем комунікацій; наявність зворотного зв'язку; порядок контролю

На основі узагальнення думок різних учених-економістів під управлінням інноваційним потенціалом промислового підприємства маємо на увазі сукупність засобів та методів регулювання економічної та господарської діяльності підприємства з метою підвищення інноваційного потенціалу та підготовки платформи для впровадження інновацій.

В умовах мінливого навколишнього середовища, коли для досягнення позицій лідера підприємствам варто приділяти увагу пошуку та постійному поліпшенню конкурентних переваг, рівню інноваційного потенціалу підприємства, що дозволяє вибрати відповідну стратегію розвитку, в рамках якої підприємству необхідно шукати нові шляхи свого вдосконалення за рахунок поліпшення кожного елемента.

Для ефективного управління інноваційним потенціалом промислового підприємства необхідно виконати такі дії:

1. Оцінити інноваційний потенціал (внутрішній потенціал підприємства та сприятливість ринковій кон'юктурі).

2. Виявити найсильніші та найслабші сторони, провести їх аналіз.

5. Розробити інноваційну стратегію, націлену на нейтралізацію найбільш негативних факторів внутрішнього середовища та заходів щодо підвищення ефективності факторів, що надають позитивний вплив.

6. Реалізувати обрану інноваційну політику, виконати коригування інноваційних заходів та проєктів залежно від змін зовнішнього середовища.

7. Оцінити ефективність управлінських рішень.

8. Спостерігати за процесом реалізації інноваційної політики.

Найважливішу роль в управлінні інноваційним потенціалом грає його оцінка, яка є відправною точкою управління ним, що проводиться з метою аналізу наявного потенціалу для ефективного його використання та визначення можливих шляхів інноваційного розвитку [5]. На сьогодні рівень інноваційного потенціалу підприємства може бути оцінений за різноманітним набором елементів, це пов'язано з тим, що й досі не виявлено єди-

ного підходу до визначення необхідних елементів ефективного інноваційного розвитку підприємства в умовах високого рівня конкуренції на ринку [3]. Проведення оцінки індикаторів інноваційного потенціалу підприємства можна здійснити наведеними далі етапами.

– Оцінка здатності підприємства до інноваційної діяльності. Застосовується сукупність показників, яка відображає його результативну та ресурсну компоненти. Набір цих показників має складатися з узагальнюючих та приватних показників. Перші є базовими характеристиками та потребують обмежень, другі – відіграють допоміжну роль і виступають для пояснення виявлених тенденцій у напрямку інноваційного розвитку.

– Формування нормативної моделі для визначення достатності інноваційного потенціалу промислового підприємства, яка характеризує обмеження незадовільного та задовільного станів. Формування нормативних та фактичних показників дає можливість виділити сильні та слабкі сторони розвитку інноваційних процесів.

– Розробка нормативної моделі інноваційного потенціалу, що визначається системою нерівностей та пов'язує узагальнюючі показники та їх обмеження (табл. 2).

– Проведення аналізу невідповідностей фактичних та нормативних параметрів. Показники інноваційного потенціалу дають змогу проаналізувати здатність підприємства до прийняття інноваційних рішень та є мірою управлінського успіху.

Таблиця 2

Нормативна модель інноваційного потенціалу промислового підприємства

Нерівність	Характеристика інноваційного потенціалу
$I \leq R$	На підприємстві кризовий стан, який потребує радикальних перетворень (слабкий інноваційний потенціал)
$R < I < Z$	Стан незадовільний, потребує обмежених змін для досягнення поставленої мети розвитку інноваційних процесів
$I \geq Z$	Стан задовільний, відповідає поставленим інноваційним цілям, необхідні зміни, створені задля підтримання позитивної динаміки (сильний інноваційний потенціал)

У табл. 2: I – узагальнюючий показник, що характеризує результативну та ресурсну складову інноваційного потенціалу промислового підприємства; R – граничне значення узагальнюючого показника інноваційного потенціалу, яке виражене через характеристику параметра (межа мінімально допустимого рівня кризи); Z – граничне значення узагальнюючого показника інноваційного потенціалу, яке виражене через характеристику параметра (межа передкризового стану об'єкта дослідження).

Для загальної оцінки рівня інноваційного потенціалу промислового підприємства доцільним є застосування інтегрального показника, який включає конкретизовану сукупність показників з урахуванням їх вагових характеристик. Вагові характеристики приватних показників потенціалу визначаються на основі їх частки, що встановлюється розрахунком відношення кількості коефіцієнтів кожного елемента потенціалу, наведених у табл. 3 (від 1 до 6) до загального числа показників (1):

$$\Pi = 0,3 \Pi + 0,15 \text{ ПНД} + 0,25 \text{ ПВТ} + 0,15 \text{ ПФ} + 0,1 \text{ ПМ} + 0,05 \text{ ПОУ}, \quad (1)$$

де Π – інтегральний показник інноваційного потенціалу промислового підприємства; Π – приватний показник інтелектуальної складової інноваційного потенціалу; ПНД – приватний показник науково-дослідної складової інноваційного потенціалу; ПВТ – приватний показник виробничо-технічної складової інноваційного потенціалу; ПФ – приватний показник фінансової складової інноваційного потенціалу; ПМ – приватний показник маркетингової складової інноваційного потенціалу; ПОУ – приватний показник організаційно-управлінської складової інноваційного потенціалу.

Приватні показники інноваційного потенціалу (Π) обчислюються за такою формулою (2):

$$\Pi = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n}, \quad (2)$$

де K_i – показник структурної складової інноваційного потенціалу промислового підприємства; n – загальна кількість показників.

Для якісної оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства та характеристики його можливостей доцільним є

застосування вербально-числової шкали Харрінгтона, на основі трьох рівнів інноваційного потенціалу (високого, середнього та низького) можливо виконати інтерпретацію результатів кількісних розрахунків (табл. 3).

Таблиця 3

Інтерпретація показників інноваційного потенціалу

Рівень інноваційного потенціалу	Діапазон значень	Характеристика інноваційного потенціалу
Високий	ІП=100	Найкращий стан інноваційного розвитку промислового підприємства
	$80 \leq \text{ІП} < 100$	Відмінний стан інноваційного потенціалу. Підприємство має максимальні можливості для реалізації інноваційної політики та ефективно ними користується. Перебуває на позиції лідера на світових ринках у цій галузі
Середній	$63 \leq \text{ІП} < 80$	Добрий інноваційний потенціал. Підприємство має значні можливості для реалізації інноваційної політики. Перебуває на позиції лідера на національному ринку в цій галузі
	$33 \leq \text{ІП} < 66$	Задовільний інноваційний потенціал. Підприємство має середні можливості для реалізації інноваційної політики. Необхідний розвиток інноваційного потенціалу та його активізація
	ІП=33	Мінімально допустимий рівень інноваційного потенціалу. Потрібні інвестиції у розвиток інновацій на підприємстві
Низький	$20 \leq \text{ІП} < 33$	Вкрай поганий стан інноваційного потенціалу. Необхідно вжити серйозних дій щодо зміни стратегії розвитку підприємства
	$0 \leq \text{ІП} < 20$	Можливості провадження інноваційної діяльності відсутні

Значення інтегрального показника інноваційного потенціалу промислового підприємства, його окремих елементів задаються в інтервалі 0 – 100.

Оцінка рівня інноваційного потенціалу підприємства дає можливість визначити його зростання у кількісних параметрах та можливість керувати ним у перспективі, тобто вибирати напрямки, виходячи з наявних ресурсів та можливостей [6]. Від рівня інноваційного потенціалу, що визначається даною оцінкою, залежить вибір методів та підходів до управління ним.

Своєчасна та якісна оцінка, аналіз інноваційного потенціалу підприємства дозволить, по-перше, ефективно керувати ним у короткостроковому періоді, а по-друге, визначити стратегію розвитку підприємства на довгострокову перспективу.

Найважливішим питанням в управлінні та оцінці інноваційного потенціалу промислового підприємства залишається встановлення складу структури інноваційного

потенціалу та показників оцінки [8]. Склад даних показників має бути таким, щоб за їх допомогою досягалася найповніша інформація про рівень інноваційного потенціалу та його структурних елементів задля забезпечення прийняття об'єктивних управлінських рішень для ефективного управління інноваційною діяльністю підприємства загалом.

Комплекс показників оцінки інноваційного потенціалу підприємства має бути простий у використанні та універсальний, надавати достатню, повну та об'єктивну інформацію про рівень розвитку інноваційного потенціалу підприємства, а кількість показників, що використовуються – обмежена та пов'язана з особливостями тієї чи іншої галузі промисловості. Розробка такої системи показників є важливим питанням в управлінні інноваційним потенціалом.

Розглянемо способи вимірювання інноваційного потенціалу промислового підприємства, засновані на використанні кіль-

кісних та якісних показників, що характеризують стан його структурних елементів, а також інтегральний рівень інноваційного по-

тенціалу. В табл. 4 наведена система показників, що характеризують структурні елементи інноваційного потенціалу підприємства.

Таблиця 4

Система показників, що характеризують структурні елементи інноваційного потенціалу промислового підприємства

Назва структурного елемента	Показник
Інтелектуальний	– Інноваційність персоналу. – Частка науково-технічних працівників у загальній чисельності, задіяних в інноваційних проектах. – Частка працівників, які мають вищу освіту, у загальній чисельності персоналу. – Частка працівників, які отримали науковий ступінь, у загальній чисельності працівників. – Навченість працівників підприємства. – Вік працівників
Науково-дослідний	– Питома вага інтелектуальної власності в активах підприємства. – Інноваційність продукції. – Результативність впровадження (освоєння) інновацій
Виробничо-технічний	– Прогресивність обладнання. – Модернізація обладнання. – Коефіцієнт придатності обладнання. – Питома вага обладнання терміном експлуатації до 10 років. – Рівень механізації та автоматизації виробництва
Фінансовий	– Коефіцієнт концентрації власного капіталу. – Коефіцієнт абсолютної ліквідності. – Коефіцієнт оборотності коштів у активах
Маркетинговий	– Кількісними показниками, що характеризують рівень маркетингової складової інноваційного потенціалу підприємства, можуть бути віднесені результати середньої оцінки задоволеності споживачів, отримані на основі анкетування з питань якості та співпраці з підприємством загалом
Організаційно-управлінський	– Кількісна оцінка ступеня організаційно-управлінської складової вимірюється внаслідок використання методу експертних оцінок якісних характеристик цього компонента інноваційного потенціалу

Від фактичного рівня інноваційного потенціалу підприємства, керівники можуть приймати рішення, з одного боку, про напрям і вибір кращої стратегії інноваційного розвитку, а з іншого – зрозуміти, які ресурси наявні для його забезпечення [12]. Іншими словами, є можливість обґрунтувати вибір стратегії інноваційного розвитку підприємства. Узагальнюючи світовий досвід, можна виділити чотири стратегії такого розвитку:

– лідерства, застосовуючи нові технології, нові моделі обладнання, організацію виробництва нових видів продукції;

– наздоганяючого розвитку, що передбачає масове запозичення міжнародних інноваційних технологій;

– запрошення іноземних підприємств і фахівців у розвиток науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, розміщення інноваційного виробництва у державі;

– розробки інновацій як використання в оборонно-промисловому, так і у цивільному секторах економіки.

Найближчим часом основною для промислових підприємств України виступатиме стратегія наздоганяючого інноваційного розвитку. Її реалізація для промислових підприємств та прагнення перейти до стратегії лідерства вимагає збільшення витрат на науково-дослідні роботи, проте обмеженість інвестиційних можливостей промислових підпри-

емств виступає фактором стримування інноваційної активності. Ця проблема також ускладнюється тим, що деякі підприємства спрямовують частину своїх інвестиційних коштів на придбання непрофільних активів, а не на інновації. Економічна ситуація, що склалася в Україні, вимагає радикальної перебудови інвестиційної політики підприємств при її орієнтації на зміцнення конкурентних позицій шляхом підвищення інноваційності. Організація управління передбачає реалізацію заходів з досягнення цілей обраної інноваційної політики. При цьому необхідним є постійне коригування інноваційних процесів залежно від змін зовнішнього середовища, що потребує перманентного моніторингу ринкової кон'юнктури.

Останнім етапом управління інноваційним потенціалом підприємства є постійний контроль за тим, як реалізовується інноваційна політика та здійснюються заходи з досягнення поставлених довго- та короткострокових цілей. Наведений алгоритм є циклічним, після проведення заходів, що відповідають обраній стратегії, оцінюється загальний стан підприємства та ефективність прийнятих управлінських рішень.

Висновки. Інноваційний розвиток, збільшення і реалізація інноваційного потенціалу набувають усе більшої актуальності не тільки для окремо взятих промислових підприємств, але і для цілих галузей економіки. Інноваційний потенціал стає фундаментом забезпечення сталого розвитку, що вимагає від підприємств його коректної оцінки та ефективного управління. Процес формування ефективної системи інноваційного управління залежить від рівня інноваційного потенціалу підприємства. Існує необхідність виявлення структурних компонентів інноваційного потенціалу промислового підприємства та показників їх оцінки. Щоб зробити оцінку, на основі звітності підприємства здійснюють розрахунок відносних показників. Дана система показників повинна бути універсальною, але простою у використанні і надавати об'єктивну та досить повну інформацію про рівень інноваційного потенціалу підприємства та його стан.

Література

1. Богма О. С. Сутність інноваційного потенціалу / О. С. Богма // Вісник Запорізького національного

університету. Економічні науки. – 2011. – № 1. – С. 12–15.

2. Гурочкіна В. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту / В. В. Гурочкіна // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5(21). – С. 51–57.

3. Єфімова С. А. Управління інноваційним потенціалом підприємства / С. А. Єфімова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2014. – № 9. – С. 98–101.

4. Карюк В. І. Методичний підхід до оцінювання інноваційного потенціалу промислових підприємств / В. І. Карюк / Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство. – Київ : Національна академія управління, 2010. – 232 с.

5. Козловський В. О. Управління інноваційним потенціалом промислових підприємств : монографія / В. О. Козловський, І. В. Причепа. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 184 с.

6. Костевко В. І. Методологічні питання оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства / В. І. Костевко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 698. – С. 66–73.

7. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства як об'єкт управління в перебігу еволюції теорії стратегічного управління / Н. С. Краснокутська // Вісник СумДУ. Сер. Економіка. – 2009. – № 1. – С. 169–177.

8. Маслак О. І. Система оцінки показників інноваційного потенціалу промислового підприємства / О. І. Маслак, Л. А. Квятковська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=298>.

9. Мосін О. О. Управління інноваційним потенціалом підприємства важкого машинобудування / О. О. Мосін : дис. ... канд. екон. наук: захищена 10.09.2015. – Дніпропетровськ, 2015. – 190 с.

10. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: учебник по экономическим и техническим специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов. – Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2007. – 447 с.

11. Фролова З. В. Аналіз інноваційного потенціалу як інструмент формування стратегії розвитку підприємства / З. В. Фролова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – № 1, Т. 3. – С. 225–228.

12. Шилова О. Ю. Інноваційний потенціал підприємства: сутність і механізм управління / О. Ю. Шилова, Є. С. Чермошенцева // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №1. – С. 220–227.

References

1. Bogma, O.S. (2011). Sutnist innovatsiynoho potentsialu. Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky, (1), 12-15.

2. Hurochkina, V.V. (2015). Innovatsiynyy potentsial pidpryyemstva: sutnist ta systema zakhystu. Ekonomika: realiyy chasu, (5-21), 51-57.

3. Yefimova, S.A. (2014). Upravlinnia innovatsiynym potentsialom pidpryyemstva. Naukovyy

visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky, (9), 98-101.

4. Kariuk, V.I. (2010). Metodichnyy pidkhd do otsiniuvannya innovatsynoho potentsialu promyslovykh pidpryemstv. Proceedings from: Finansova skladova ekonomichnoi bezpeky: derzhava i pidpryemstvo. Kyiv: Natsionalna akademiia upravlinnya.

5. Kozlovskyy, V.O., Prychepa, I.V. (2013). Upravlinnia innovatsynym potentsialom promyslovykh pidpryemstv. Vinnytsia: VNTU.

6. Kostevko, V.I. (2011). Metodolohichni pytannia otsynuvannya efektyvnosti innovatsynoyi diialnosti pidpryemstva. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Problemy ekonomiky ta upravlinnia, (698), 66-73.

7. Krasnokutska, N.S. (2009). Potentsial pidpryemstva yak ob'ekt upravlinnia v perebihu evoliutsiyi teorii stratehichnoho upravlinnia. Visnyk SumDU. Ser. «Ekonomika», (1), 169-177.

8. Maslak, O.I., & Kviatkovska, L.A. (2010). Systema otsinky pokaznykiv innovatsynoho potentsialu

promyslovoho pidpryemstva. Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika», (9). Kyiv: DKS-tsentr. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=298>.

9. Mosin, O.O. (2015). Upravlinnia innovatsynym potentsialom pidpryemstva vazhkoho mashynobuduvannya. Candidate's thesis. Dnipropetrovsk: Derzhavnyy vyshchyy navchalnyy zaklad «Natsionalnyy hirnychyy universytet»

10. Fatkhutdinov, R.A. (2007). Innovatsionnyy menedzhment. Sankt-Peterburg: Piter Press.

11. Frolova, Z.V. (2013). Analiz innovatsynoho potentsialu yak instrument formuvannya stratehiyi rozvytku pidpryemstva. Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoyi vlasnost, (1.3), 225-228.

12. Shylova, O.Yu. (2012). Innovatsynnyy potentsial pidpryemstva: sutnist i mekhanizm upravlinnya. Marketynh i menedzhment innovatsiy, (1), 220-227.

MANAGEMENT OF INNOVATIVE POTENTIAL OF UKRAINIAN INDUSTRIAL ENTERPRISES

V. Ya. Shvets, D.E., Professor, Dnipro University of Technology,

Yu. V. Dubiei, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology

Methods. The theoretical and methodological basis of the study are the scientific developments of domestic and foreign scientists associated with the definition of the essence, the role of the innovative potential of the enterprise, its structural components, with the methods of effective management of them and the study of materials of specialized scientific conferences and symposia. In the study, the following methods were used: grouping – in the formation of the content of the elements of the management system of the innovative potential of the industrial enterprise; structural and logical – in the determining the complex of indicators to assess the innovative potential of the enterprise (general and private); analysis and synthesis – to substantiate recommendations on the development of the regulatory model of innovative potential, which is determined by the system of inequalities, and associates the overall indicators and their limitations.

Results. The role and levels of innovative potential are studied, which makes it possible to formulate development strategies and its components. According to the assessment results, activities were proposed based on development strategies that will increase the efficiency of innovative development of the enterprise. The general structure of the innovative potential of the enterprise in the form of a system of components is given: research, intellectual, financial, production and technical, organizational and marketing and marketing component. The process of managing innovative potential is considered. Its main features are proposed to be enhanced with the formation of a regulatory model to determine the sufficiency of the innovative potential of an industrial enterprise, it is also proposed to analyzing the inconsistencies of actual and regulatory parameters, which will analyze the company's ability to accept innovative solutions and become a measure of managerial success.

Novelty. The scientific originality of the research results is the clarification of the methodology for assessing the level of the existing innovative potential of industrial enterprises to effectively manage it in the short term and to ensure the development strategy in the long term.

Practical value. The practical value of the results obtained is to form a comprehensive system for assessing the innovative potential of industrial enterprises in order to manage it effectively.

Keywords: innovative potential, management, innovative development of the enterprise, development strategy, industrial enterprise.

Надійшла до редакції 12.11.21 р.

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОФІЛЮ ЕЛАСТИЧНОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО БЕНЧМАРКІНГУ

В. Д. Козенкова, к. е. н., ст. викладач, Дніпровський державний аграрно-економічний університет, 13managua@gmail.com, orcid.org/ 0000-0003-4159-4610,

Н. П. Козенкова, ст. викладач, Український державний університет науки і технологій, nkozenkova@gmail.com, orcid.org/ 0000-0002-5949-459X

Методологія дослідження. Результати отримані за рахунок застосування методів: аналізу і синтезу – при висвітленні сутності бенчмаркінгу та візуалізації інформації; порівняння – для визначення переваг та недоліків видів бенчмаркінгу та візуалізації інформації; методи теорії еластичності – для формування методичних засад визначення впливу окремих пакетів нематеріальних активів (НМА) на вартість підприємств, визначення комплементарності та субститутності пакетів; методи економіко-математичного моделювання – для визначення еластичності впливу НМА на вартість підприємств; методи графічного аналізу – для візуалізації розрахункового матеріалу; абстрактно-логічного аналізу – для узагальнення та формулювання висновків.

Результати. Розглянуто підходи до визначення бенчмаркінгу як інструменту вдосконалення діяльності підприємств, види бенчмаркінгу та сфери їх застосування в діяльності підприємств. Зазначена необхідність застосування фінансового бенчмаркінгу у системі фінансового управління підприємствами. Розглянуто основні показники оцінки діяльності підприємств та їх структурних підрозділів, визначено їх основні недоліки та показана необхідність використання вартісних показників як основи розвитку підприємств у довгостроковій перспективі. Розглянуто роль НМА у підвищенні ефективності діяльності сучасних підприємств та зростання їх вартості, представлено підхід до виділення у складі НМА певних пакетів. Показана можливість моделювання еластичності впливу НМА по їх видах на вартість підприємства. Обґрунтовано необхідність використання коефіцієнтів Тобіна для визначення тенденцій зміни функції попиту на бізнес підприємства, оцінки пакетів НМА для формування системи моніторингу їх вертикальної, горизонтальної та перехресної еластичності впливу на вартість підприємства. Показана сутність системи моніторингу еластичності впливу НМА на вартість підприємства та визначено її завдання на мікрорівні. Визначено можливості використання механізмів візуалізації інформації у системі фінансового бенчмаркінгу.

Новизна. Розроблено концептуальні положення та відповідний економіко-математичний інструментарій методів оцінювання та моніторингу еластичності впливу НМА на вартість підприємства. Запропоновано визначення профілю підприємства за показниками еластичності, яке дає можливість візуалізації інформації щодо рівню еластичності НМА та їх пакетів і обґрунтування пріоритетів розвитку НМА з метою підвищення ефективності діяльності підприємства

Практична значущість. Запропонована підхід побудови профілю підприємства за показниками еластичності НМА, який дає можливість візуалізації інформації про рівень еластичності та дає можливість сформулювати напрями розвитку підтримки окремих пакетів.

Ключові слова: бенчмаркінг, вартість, візуалізація, еластичність, моделювання, нематеріальні активи, профіль еластичності, фінансовий бенчмаркінг.

Постановка проблеми. У сучасний час процеси управління вартістю на вітчизняних підприємствах у більшості випадків не мають необхідного рівня системності, гнучкості, динамічності. Методологія моніторингу вартості в контексті фінансових порівнянь та оцінок переважно використовує інструментарій традиційного коефіцієнтного аналізу. Але для ефективного управління необхідно враховувати не тільки динаміку фінансових показників своєї компанії, но і аналізувати інформацію щодо конкурентів та лідерів галузі. Такі порівняння дозволяють своєчасно корегувати діяльність з метою забезпечення її успішної задля зростання вартості підприємства. Вирішенню цього завдання може сприяти використання достатньо нового у вітчизняній практиці методу – фінансового бенчмаркінгу. При цьому актуальними є не тільки розвиток теоретичної бази бенчмаркінгу, його адаптації до ринкової специфіки, але й розробка рекомендації для використання окремих методів даного інструменту в практиці вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні кілька років бенчмаркінг став одним із найефективніших методів управління та розробки стратегії фірм. Теоретичні основи бенчмаркінгу були закладені у працях провідних фахівців з управління якістю Е. Демінга [1], Ф. Кросбі [2], К. Ісікави [3], У. Шухарта [4] та ін. Наукові риси методологія бенчмаркінгу набула наприкінці 1980-х років у працях Б. Андерсена [5], Г. Х. Ватсона [6], Р. К. Кемпа [7], Р. Манна [8], Х. Дж. Харрінгтона і Дж. С. Харрінгтона [9] та ін.

Як показує світовий досвід першочерговим завданням сучасних підприємств має стати отримання навичок ефективно використовувати бенчмаркінг для підвищення своїх позицій, а, отже, забезпечення максимального рівня прибутку в майбутньому. Метою дослідження є розкриття процесу застосування бенчмаркінгу в системі фінансового управління підприємством. Саме це обумовлює актуальність дослідження та його мету.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є дослідження узагальнення підходів до визначення фінансового бенчмаркінгу та обґрунтування можливості використання у якості інструменту візуалізації ре-

зультатів моделювання впливу нематеріальних активів на вартість підприємства профільно еластичності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В даний час бенчмаркінг визначають як метод, що ґрунтується на досвіді підприємства, взятого за еталон, застосування кращої практики на власному підприємстві та виробленні кращої стратегії розвитку, націленої на підвищення ефективності його діяльності. Існують багато визначень бенчмаркінгу, причому підходи авторів, незважаючи на всю їхню схожість, помітно відрізняються. На думку Р. Кемпа бенчмаркінг формує методи, які ведуть до покращення діяльності [7], Г. Х. Ватсон підкреслює, що бенчмаркінг – це процес безперервного та систематичного виміру: оцінка процесів та їх порівняння з метою отримання інформації для вдосконалення діяльності [6]. Р. Манн вважає, що бенчмаркінг акцентує увагу на вивченні досвіду інших і спрямований на покращення фінансових та нефінансових результатів [8]. А. Бьорн розглядає механізм бенчмаркінгу як один із ключових інструментів удосконалення бізнес-процесів фірми, який складається з п'яти основних фаз (планування, пошук, спостереження, аналіз, адаптація), що є так званим «колом бенчмаркінгу» [5]. Американський центр продуктивності та якості (APQC) описує бенчмаркінг як систематичний процес вимірювання власних результатів у порівнянні з результатами визнаних лідерів з метою визначення найкращих практик, що призводять до чудової продуктивності при адаптації та впровадженні [10].

Разом з тим, одним з найбільш повних визначень бенчмаркінгу, є визначення його як безперервного аналізу стратегій, функцій, процесів, продуктів чи послуг, характеристик у порівнянні з найкращими організаціями за допомогою відповідного методу збору даних з метою оцінки існуючих стандартів підприємства та самовдосконалення шляхом впровадження змін чи підвищення цих стандартів [11].

Серед найпоширеніших видів бенчмаркінгу виділяють: процесний, продуктовий, операційний, стратегічний, інвестиційний, фінансовий, конкурентний, функціональний, бенчмаркінг ефективності тощо. Якщо ми

маємо на увазі те, на чому зосереджено бенчмаркінг, то він може приймати форму порівняльного аналізу процесів, стратегічного порівняння або порівняння ефективності.

За допомогою бенчмаркінгу процесів підприємства зосереджуються на розумінні й оптимізації окремих виробничих процесів, а не на ефективності в цілому. З іншого боку, стратегічний бенчмаркінг відноситься до того, коли підприємства вивчають стратегічний вибір і схильності, бізнес-підходи та бізнес-моделі інших підприємств, порівнюють їх зі своїми власними та намагаються визначити шляхи покращення власного стратегічного позиціонування та планування [12]. Що стосується бенчмаркінгу ефективності, то він відповідає тому, коли підприємства порівнюють свої дані про ефективність, тобто наскільки добре вони працюють з точки зору результатів, з результатами інших підприємств з метою вчитися у кращих у класі та покращувати власні процеси [13].

Незалежно від того, чи є це бенчмаркінг процесів, стратегічний бенчмаркінг або бенчмаркінг продуктивності, його можна застосовувати як внутрішньо, так і зовні. Внутрішній бенчмаркінг означає, що підприємство збирає дані, що стосуються її власної ефективності, і проводить порівняння за територіальним, або часовим признаками. З іншого боку, зовнішній бенчмаркінг відноситься до того, коли підприємство оцінює свою власну продуктивність з результатами своїх конкурентів у тій же галузі [14]. Якщо спочатку бенчмаркінг з'явився як інструмент маркетингової політики, проте сьогодні він активно застосовується у сфері фінансів.

У сучасній літературі поняття «фінансовий бенчмаркінг» може трактуватися по-різному. Наприклад, в своїй книзі Д. К. Ван Хорн і Д. М. Вахович [15] пишуть, що фінансовий бенчмаркінг трактується як міжфірмовий порівняльний аналіз з використанням фінансових коефіцієнтів. Д. В. Брофі [16] вважає, що фінансовий бенчмаркінг будується за даними стандартної фінансової звітності та розглядом зіставлень з високо інтегрованими компаніями. Таким чином, фінансовий бенчмаркінг – це технологія порівняльного аналізу процесів та результатів фінансового управління підприємством з лідерами галузі

на базі контрольних показників, таких як ROI, RI, EVA, NPV, EBITDA, стандартних показників ефективності тощо.

При побудові системи нефінансових показників кожна організація має визначити ключові операції, що генерують грошові потоки (CSFs) та сформувати ключові індикатори ефективності (KPIs). Нефінансові показники повинні охоплювати такі сфери застосування як якість процесів та діяльності персоналу, ефективність, конкурентоспроможність, та ін. Менеджери орієнтуються на короткострокові цілі розвитку підприємства, що може зашкоджувати її довгостроковим цілям. Від цієї проблеми страждають усі компанії, де провідні позиції займають наймані працівники. Тільки власники підтримуватимуть розвиток підприємства з поглядом довгострокову перспективу, оскільки їх основною ціллю є зростання вартості підприємства.

В умовах інформаційної економіки нематеріальні активи (НМА) та їх ефективне застосування суттєво впливають на ефективність та ринкову вартість підприємства. Становлення економіки знань сприяло признанню НМА у якості основних драйверів розвитку та розширенню визначення інвестицій як витрат на придбання матеріальних активів та вкладень у комерційну основу знань.

Проведений розгляд існуючих підходів до методів оцінок НМА дає можливість представити підхід, згідно з яким у складі НМА виділено наступні пакети: об'єкти інтелектуальної власності (ІРО); людський капітал (НС); організаційний капітал (ОС); інфраструктурний капітал (ІnC); клієнтський капітал (СC); марочний капітал (ВC); соціальний капітал (SC) та релятивний капітал (RC).

Виробництво можна представити як систему «витрати-випуск», у якій випуском є те, що фактично вироблено, а витратами – те, що споживається з метою випуску. Тому формально можна визначити, що виробництво – це функція, яка кожному набору витрат і конкретної технології ставить у відповідність певний випуск продукції. Саме таке спрощене розуміння виробництва як «чорного ящика» закладено в математичній моделі виробництва. На «вхід» цього чорного ящика подаються витрати, а на «виході» отримуємо випуск.

Математичні моделі виробництва є оптимізаційними завданнями, в яких формалізуються поняття доходу, витрат і відображаються взаємозв'язки між витратами ресурсів і випуском готової продукції. Центральним елементом у такого роду моделях є виробнича функція. Вона визначається як відображення, що ставить кожному набору витрат максимально можливий для нього обсяг випуску.

Виробничу функцію можна розглядати як формалізацію технології виробництва. Найбільш популярними виробничими функціями з точки зору практичного використання є виробничі функції Кобба-Дугласа, частковим вираженням яких є CES (виробнича функція з постійною еластичністю заміщення), виробнича функція «витрати-випуск», або функція В. Леонт'єва, лінійна виробнича функція (із взаємозаміщенням ресурсів) та ін.

Математичні моделі виробництва є оптимізаційними завданнями, в яких формалізуються поняття доходу, витрат і відображаються взаємозв'язки між витратами ресурсів і випуском готової продукції. Виробничі функції мають властивість однорідності, яка оцінює технологію виробництва у різних точках простору витрат.

Тобто, виробнича функція у одних точках цього простору може бути охарактеризована постійним доходом від розширення масштабу виробництва, а в інших – його збільшенням, або, навпаки, зменшенням. Локальним показником вимірювання доходу від розширення масштабу виробництва є еластичність виробництва.

Еластичність є однією з найважливіших категорій економічної науки. Вперше вона була введена до економічної теорії А. Маршалом і представляє собою зміну однієї змінної у відповідь на зміну іншої (обидві змінні виражені у відсотках). Можна відзначити, що кожна виробнича функція оцінює еластичність виробництва. Для практичного аналізу виробництва також має інтерес еластичність вартості по видах активів, як величина, що характеризує відсоток приросту вартості підприємства при зміні вартості видів активів на 1%. Тому, як ми вважаємо, у якості методів моніторингу впливу НМА на

вартість підприємства потрібно використовувати методи оцінки еластичності. Локальним показником вимірювання доходу від розширення масштабу виробництва є еластичність виробництва.

Для практичного аналізу виробництва також має інтерес еластичності вартості по видах активів, як величина, що характеризує відсоток приросту вартості підприємства при зміні вартості видів активів на 1 %. Тому, як ми вважаємо, у якості методів моніторингу впливу НМА на вартість підприємства потрібно використовувати методи оцінки еластичності.

Функцію попиту на бізнес, до якого відноситься підприємство, можна визначити таким чином:

$$T = D_c(c_1, c_2, c_3, \dots, c_n) \quad (1)$$

$$c_0 = s_0 + \pi_0 \quad (2)$$

де T – коефіцієнт Тобіна для підприємства; D_c – функція попиту на бізнес (у галузевому розподілі); $c_i = s_i + \pi_i$ – цінність або інвестиційна вартість i -го НМА (NA_i) підприємства, $i = 1, n$ – індекс НМА; $c_0 = \sum_{i=1}^n c_i$ – цінність пакету НМА підприємства; s_i – балансова вартість i -го пакету НМА підприємства; π_i – прибуток від i -го НМА підприємства; $s_0 = \sum_{i=1}^n s_i$ – балансова (розрахункова) вартість пакету НМА підприємства; $\pi_0 = \sum_{i=1}^n \pi_i$ – прибуток від пакету НМА підприємства.

Дж. Тобін висунув концепцію «Фактора q » – коефіцієнта, за допомогою якого виражається відношення ринкової вартості матеріальних активів до витрат на їх заміщення. Цей коефіцієнт отримав назву коефіцієнта Тобіна. Дж. Тобін запропонував порівнювати ринкову вартість об'єкту із вартістю його заміни, а точніше, враховувати їх відношення. Він розглядав грошову і фінансову політику уряду як пропозицію певного набору активів приватному сектору і управління їх прибутковістю, а реакцію приватного сектора – як зрушення в структурі попиту на активи, які визначаються змінами вектору прибутковості активів. Згідно моделі Тобіна, попит на кожен актив в сумі дорівнює його пропозиції, якщо вважати, що всі ринки активів розвиваються [17]. Модель

Тобіна розкриває широкі можливості для цілеспрямованого впливу на динамічні процеси в економіці.

Відомі два підходи до обчислення коефіцієнта Тобіна: зіставляються ринкова капіталізація підприємства і величина його чистих активів в ринковій оцінці; порівнюється сукупна ринкова ціна акцій і облігацій з відновлювальною вартістю активів підприємства, за вирахуванням короткострокової заборгованості. У нашому випадку коефіцієнт Тобіна розраховується як відношення ринкової ціни підприємства до його балансової вартості.

Розглянемо модель аналізу еластичності впливу НМА підприємства на його ринкову вартість. Модель аналізу еластичності впливу окремого пакету НМА підприємства на його ринкову вартість передбачає визначення декількох груп коефіцієнтів.

Перша група коефіцієнтів – це коефіцієнти еластичності попиту на бізнес від цінності НМА та коефіцієнти еластичності попиту на бізнес від цінності і-го НМА. Загальний коефіцієнт еластичності попиту на бізнес від цінності НМА визначається як

$$\overline{E}_{c_0} = \frac{\Delta T}{\Delta C_0} \times \frac{\overline{C}_0}{\overline{T}} = \frac{T^{t+1} - T^t}{C_0^{t+1} - C_0^t} \times \frac{C_0^{t+1} + C_0^t}{T^{t+1} + T^t} \quad (3)$$

Розраховані коефіцієнти еластичності дають можливість оцінити якість загального пакету НМА підприємства

$$E_{c_0} \in \begin{cases} \leq 0, & \text{неякісний пакет НА} \\ [0; 1], & \text{нееластичний пакет НА} \\ \geq 1, & \text{еластичний пакет НА} \end{cases} \quad (4)$$

Інтервал нееластичності пакету НА $0 < E_{c_0} < 1$ треба деталізувати із урахуванням галузевої специфіки:

- $0 < E_{c_0} \leq e_1 t_1$ – висока нееластичність;
- $0 < E_{c_0} \leq e_2 t_2$ – висока нееластичність;
- $0 < E_{c_0} \leq e_3 t_3$ – середня нееластичність;
- $0 < E_{c_0} \leq e_4 t_4$ – низька нееластичність;
- $0 < E_{c_0} \leq 1 t_5$ – низька нееластичність.

де упорядкований ряд $0 < e_1 < e_2 < e_3 < e_4 < 1$ – визначається експертним шляхом з урахуванням галузі, до якої відноситься підприємство.

Для організації експертизи, на наш погляд, найбільш доцільно випробувати лінгвістичні змінні Л. А. Заде [18].

Коефіцієнт еластичності попиту на бізнес від цінності і-го пакету НМА визначається як:

$$\overline{E}_{c_i} = \frac{\Delta T}{\Delta C_i} \times \frac{\overline{C}_i}{\overline{T}} = \frac{T^{t+1} - T^t}{C_i^{t+1} - C_i^t} \times \frac{C_i^{t+1} + C_i^t}{T^{t+1} + T^t}, \quad i = \overline{1, n} \quad (5)$$

Друга група коефіцієнтів – це коефіцієнти перехресної еластичності пакету НМА дозволяють зробити їх горизонтальний аналіз, тобто визначити групи комплементарних і субститутних НМА підприємства.

У загальному вигляді вони визначаються як:

$$\overline{E}_{ij} = \frac{\Delta C_j}{\Delta C_i} \times \frac{\overline{C}_j}{\overline{C}_i} = \frac{C_j^{t+1} - C_j^t}{C_i^{t+1} - C_i^t} \times \frac{C_j^{t+1} + C_j^t}{C_i^{t+1} + C_i^t} \quad (6)$$

Характеристика субститутності проводиться за співвідношенням:

$$< i, j > = \begin{cases} \text{НА субститути, якщо } E_{ji} < 0 \\ \text{НА компленти, якщо } E_{ji} > 0 \\ \text{НА нейтральні (незалежні), якщо } E_{ji} \cong 0 \end{cases} \quad (7)$$

де $< i, j >$ – упорядкована пара (кортеж) і-го та j-го НМА.

Для оптимізації пакету НМА підприємства потрібно знаходити компроміс між рівнем комплементарності пакету, яка забезпечує його ефективність, і рівнем субститутності пакету, який забезпечує його ризиковість (надійність), тобто розрахувати показник рівня субститутності:

$$R_i = \frac{\alpha_i}{n-1} \quad (8)$$

де R_i – рівень субститутності і-го пакету НА, $0 \leq R_i \leq 1$; n – кількість пакетів НА на підприємстві; $\alpha_i = \sum_{j \neq i} \alpha_{ij}$ – кількість НА-субститутів для і-го пакету НА.

При цьому, визначається індикатор комплементарності пакетів НА підприємства:

$$\alpha_{ij} = \begin{cases} 1, & \text{якщо } E_{ji} > 0 \\ 0, & \text{якщо } E_{ji} \leq 0 \end{cases} \quad (9)$$

Наступна група коефіцієнтів – це коефіцієнти еластичності попиту на бізнес від балансової вартості НМА підприємства.

Коефіцієнт еластичності загального впливу попиту на бізнес від вартості НМА підприємства визначається як:

$$\widetilde{E}_{s_0} = \frac{\Delta T}{\Delta S_0} \times \frac{\bar{S}_0}{\bar{T}} = \frac{T^{t+1} - T^t}{S_0^{t+1} - S_0^t} \times \frac{S_0^{t+1} + S_0^t}{T^{t+1} + T^t} \quad (10)$$

Коефіцієнт еластичності попиту на бізнес від вартості i -го пакету НМА підприємства визначається як:

$$\widetilde{E}_{s_i} = \frac{\Delta T}{\Delta S_i} \times \frac{\bar{S}_i}{\bar{T}} = \frac{T^{t+1} - T^t}{S_i^{t+1} - S_i^t} \times \frac{S_i^{t+1} + S_i^t}{T^{t+1} + T^t}, \quad i = \overline{1, n} \quad (11)$$

Наступна група – це коефіцієнти еластичності попиту на бізнес від прибутку від НМА підприємства.

Коефіцієнт еластичності загального впливу попиту на бізнес від прибутку від НМА підприємства визначається як:

$$\widetilde{E}_{\pi_0} = \frac{\Delta T}{\Delta \pi_0} \times \frac{\bar{\pi}_0}{\bar{T}} = \frac{T^{t+1} - T^t}{\pi_0^{t+1} - \pi_0^t} \times \frac{\pi_0^{t+1} + \pi_0^t}{T^{t+1} + T^t} \quad (12)$$

Коефіцієнт еластичності попиту на бізнес від прибутку від i -го пакету НМА підприємства визначається як:

$$\widetilde{E}_{\pi_i} = \frac{\Delta T}{\Delta \pi_i} \times \frac{\bar{\pi}_i}{\bar{T}} = \frac{T^{t+1} - T^t}{\pi_i^{t+1} - \pi_i^t} \times \frac{\pi_i^{t+1} + \pi_i^t}{T^{t+1} + T^t}, \quad i = \overline{1, n} \quad (13)$$

Остання група коефіцієнтів – це коефіцієнти еластичності НМА у вертикальному розрізі, які дозволяють визначити, за рахунок яких складових НМА підприємства формується їх вплив на ринкову вартість бізнесу.

Коефіцієнт еластичності цінності від балансової вартості НМА підприємства:

$$\widetilde{E}_{c_0 s_0} = \frac{\widetilde{E}_{s_0}}{\widetilde{E}_{c_0}} = \frac{C_0^{t+1} - C_0^t}{S_0^{t+1} - S_0^t} \times \frac{S_0^{t+1} + S_0^t}{C_0^{t+1} + C_0^t} \quad (14)$$

Коефіцієнт еластичності цінності від прибутковості НМА підприємства:

$$\widetilde{E}_{c_0 \pi_0} = \frac{\widetilde{E}_{\pi_0}}{\widetilde{E}_{c_0}} = \frac{C_0^{t+1} - C_0^t}{\pi_0^{t+1} - \pi_0^t} \times \frac{\pi_0^{t+1} + \pi_0^t}{C_0^{t+1} + C_0^t} \quad (15)$$

Коефіцієнт еластичності балансової вартості від прибутковості НМА:

$$\widetilde{E}_{s_0 \pi_0} = \frac{\widetilde{E}_{\pi_0}}{\widetilde{E}_{s_0}} = \frac{S_0^{t+1} - S_0^t}{\pi_0^{t+1} - \pi_0^t} \times \frac{\pi_0^{t+1} + \pi_0^t}{S_0^{t+1} + S_0^t} \quad (16)$$

Коефіцієнти еластичності цінності від вартості i -го пакету НМА підприємства:

$$\widetilde{E}_{c_i s_i} = \frac{\widetilde{E}_{s_i}}{\widetilde{E}_{c_i}} = \frac{C_i^{t+1} - C_i^t}{S_i^{t+1} - S_i^t} \times \frac{S_i^{t+1} + S_i^t}{C_i^{t+1} + C_i^t}, \quad i = \overline{1, n} \quad (17)$$

Коефіцієнт еластичності цінності від прибутку i -го пакету НМА підприємства:

$$\widetilde{E}_{c_i \pi_i} = \frac{\widetilde{E}_{\pi_i}}{\widetilde{E}_{c_i}} = \frac{C_i^{t+1} - C_i^t}{\pi_i^{t+1} - \pi_i^t} \times \frac{\pi_i^{t+1} + \pi_i^t}{C_i^{t+1} + C_i^t}, \quad i = \overline{1, n} \quad (18)$$

Коефіцієнт еластичності балансової вартості від прибутковості i -го пакету НМА підприємства:

$$\widetilde{E}_{s_i \pi_i} = \frac{\widetilde{E}_{\pi_i}}{\widetilde{E}_{s_i}} = \frac{S_i^{t+1} - S_i^t}{\pi_i^{t+1} - \pi_i^t} \times \frac{\pi_i^{t+1} + \pi_i^t}{S_i^{t+1} + S_i^t}, \quad i = \overline{1, n} \quad (19)$$

Еластичність цінності від прибутку НМА залежить від мультиплікації еластичності інвестиційної вартості від вартості та еластичності балансової вартості від прибутку.

Практика реалізації запропонованої методики формування інформаційної бази впливу НМА загалом та їх окремих пакетів на вартість підприємства показує, що зміни цього впливу, мають бути піддані аналізу з подальшим коректуванням. Ефект від використання зумовлений можливістю вдосконалення не лише процесів управління активами, але і створенням реальних передумов для підвищення зацікавленості власників підприємства, його менеджерів та персоналу у створенні та ефективному використанні НМА.

Інформація про вартість НМА, по окремих пакетах, їх вплив на формування вартості підприємства набуває особливої актуальності для прийняття управлінських рішень щодо формування, підтримки та розвитку нематеріального капіталу підприємств.

Серед переваг такої інформації можна назвати: можливість оцінити внесок кожного пакету НМА у формування загального фінансового результату; можливість отримання оперативних даних про величину фактичних витрат по формуванню окремих пакетів НМА та їх вартість; виявлення резервів вико-

ристання пакетів НМА в діяльності підприємства; можливість оперативного корегування витрат на розвиток перспективних пакетів. Необхідність оперативного отримання даних та забезпечення систематичного контролю за станом та розвитком пакетів НМА та їх впливу на вартість підприємства дозволяє визначити необхідність формування системи їх моніторингу.

Система моніторингу включає: формування певної інформації про об'єкт спостереження; оцінювання, результатом якого є інформація про стан об'єкту по певних індикаторах; контроль відповідності фактичного стану об'єкту його оптимальним показниками; прогнозування перспектив розвитку об'єкту; розробку прийомів і способів приведення об'єкту до оптимального стану. Її суть полягає у спостереженні за переходом від кількісних змін системи до її якісно нового стану.

На мікрорівні завдання моніторингу впливу НМА на вартість підприємства можна сформулювати як: забезпечення керівництва своєчасною і достовірною інформацією про діяльність і економічний стан підприємства, а також роль НМА в ефективній діяльності підприємства; діагностику та попередження негативних ситуацій у розвитку пакетів НМА для їх швидкого і ефективного попередження, локалізації і ліквідації; формування ключових показників ефективності управління НМА; забезпечення взаємодії всіх підрозділів підприємства.

Основна перевага наявності системи моніторингу НМА на підприємстві, на наш думку, полягає в можливості отримання інформація, недоступної у рамках традиційного обліку. У цьому зв'язку, сферою використання моніторингу НМА є інформаційне обслуговування управління витратами та вартістю підприємства.

Сучасну теоретичну концепцію створення систем моніторингу впливу НМА на вартість підприємства можливо доповнити наступними положеннями про те, що вона: не тільки фіксує певні параметри, заздалегідь задані користувачем, але й може поповнювати параметричну базу у залежності від специфіки діяльності підприємства; є основою створення комплексної системи управління поточними витратами підприємства на НМА

та формування стратегію використання окремих пакетів НМА; є інструментом прийняття обґрунтованих рішень щодо підвищення ефективності використання НМА. Загалом така система орієнтована на інтеграцію корпоративної політики підвищення вартості підприємства за рахунок створення та використання НМА як у виробничих ланках, так і підприємства в цілому, з оцінкою та прогнозуванням можливих змін вартості за рахунок розвитку окремих пакетів НМА.

Передумовами її створення та впровадження є вдосконалення інформаційно-аналітичної системи підприємства шляхом впровадження до неї функціонування підсистеми моніторингу вартості НМА, а також визначення додаткових функцій в межах зон функціональної відповідальності відповідно до завдань, які пов'язані з координацією питань управління вартістю. Така концентрація діяльності дозволить забезпечити стратегічне управління НМА як активом, здійснювати ефективне формування, підтримку та розвиток окремих пакетів та НМА в цілому, забезпечувати взаємодію між ними, обґрунтовувати можливість та здійснювати інвестування у створення нових об'єктів НМА та формувати передумови зростання якісних і кількісних показників їх вартості. Також це буде сприяти якісному розвитку НМА підприємства, їх захисту, накопиченню, розповсюдженню та ефективному використанню.

Візуалізація даних стала невід'ємною частиною аналізу даних, оскільки це корисно для перевірки інформації протягом усього процесу аналізу. Незважаючи на те, що візуалізація забезпечувала можливість представлення результатів аналізу в більш доступній формі, а також перевірку їх достовірності, хоча б й у візуальній формі, вона могла б надати підказки з приводу того, що аналізувати далі та що може керувати процесом аналізу, вказуючи на помилкові висновки на ранньому етапі, допомагаючи у розумінні результатів аналізу та їх інтерпретації.

Візуалізація інформації є відносно новою областю наукових досліджень, яка потребує все більшої уваги як в академічному, так і в промисловому середовищі. Насправді візуалізація відіграє важливу роль у сприйнятті людиною навколишнього середовища.

Візуалізація інформації має незначне, але вирішальне значення щодо розширення своєї присутності та ролі у когнітивних системах. Вона забезпечує представлення великої кількості даних таким чином, щоби вони могли б бути більш зручними і зрозумілими для користувачів. Візуалізацію можна визначити як уявлення об'єкту, ситуації чи набору інформації у вигляді діаграми чи іншого зображення [19]. На сьогодні візуалізація даних перетворилася на сучасну область дослідження. Наразі наявні зрілі програмні засоби, що створюють різні види статичних або інтерактивних візуалізацій.

Традиційно візуалізації поділяють на дві різні категорії: візуалізація інформації (InfoVis) і наукова візуалізація (SciVis) [20].

Інформаційна візуалізація включає представлення абстрактних даних або нематеріальної інформації, а наукові візуалізації часто стосуються фізичного, реального світу уявлення. Інформаційні візуалізації можна додатково класифікувати за типом даних. Їх поділяють на сім різних типів даних: 1D, 2D, 3D, тимчасові, деревоподібні, мережеві та багатовимірні дані. Для кожного типу даних існує кілька типів відповідних візуалізацій [21] і зрозуміло, що тип даних керує вибором підходу до візуалізації. На додаток до цієї категоризації виникла третя категорія; візуальна аналітика. Візуальна аналітика – це породження наявності величезних обсягів даних, які переважають дослідників і робить аналіз цих даних дуже складною задачею [22]. Візуальна аналітика спрямована на надання нових знань завдяки підтримці когнітивних здібностей дослідників.

Загальноприйнятим терміном, пов'язаним з візуалізаціями та пізнанням, є інсайт. Інсайт – основна мета візуалізацій. Візуалізація створює інтерактивність, але кінцева мета полягає в тому, щоб отримати розуміння. Інсайт – це нове знання, одиниця відкриття або бачення чогось у новому світлі. Інсайт дуже складний для визначення, оскільки він має багато рівнів, це несподівано і якісно. Нове розуміння накопичується і розвивається на собі, але воно також є суб'єктивним [23]. Однак важливо те, що інсайт є не просто кінцевим продуктом візуалізації, але він дозріває з часом і формується. Інструменти візуалізації

є лише інструментами в цьому контексті, де знання аналітика відіграють головну роль.

У літературі візуалізація розглядається як постачальник когнітивної підтримки [21, 24]. Це означає, що візуалізація може перемістити частину когнітивного навантаження на систему візуального сприйняття, зменшуючи когнітивні зусилля, необхідні для виконання когнітивного завдання. Можна стверджувати, що поєднання візуальних, просторових і вербальних елементів в одній візуалізації призведе до кращого використання наших когнітивних можливостей. Тому пропонується з метою візуалізації інформації щодо еластичності впливу окремих пакетів НМА на вартість підприємств використовувати профіль еластичності вартості.

Профіль еластичності представляє наочну інформацію про існуючий рівень еластичності пакетів НМА підприємства, дає можливість визначити прогалини у їх розвитку, сформувати напрями підтримки окремих пакетів НМА, або їх згортання.

При цьому, профіль еластичності можна формувати відносно підприємства-лідера, або відносно до середніх показників еластичності за обраним кластером, або відносно до підприємства-конкурента відповідно до завдань, які ставлять щодо фінансового бенчмаркінгу.

При визначенні рівня еластичності, або нееластичності НМА та їх пакетів основною проблемою є розділення границь шкали оцінювання відповідно до визначених рівнів еластичності. Визначення шкали оцінювання можливо провести в умовах «оцифрування» вербальної експертної інформації з побудовою лінгвістичних змінних, коли встановлюється графічна відповідність переходу від лінгвістичної до кількісної шкали. За своєю суттю це і є оцифруванням лінгвістичного шкалювання признаку, тобто формуванням так званої нечіткої опозиційної шкали. Опозиційні шкали формуються за допомогою термів-антонімів, та дозволяють формалізувати експертні вербальні оцінки.

Нечітка метрика на множині нечітких чисел (LR)-типу передбачає визначення ступеню нечіткості з використанням найменування мод змінної – «низький рівень», «рівень нижче середнього», «середній рівень»,

«рівень вище середнього» та «високий рівень» та поставлені їм значення числових

мод цих термів з установленими нечіткими границями (рис.1).

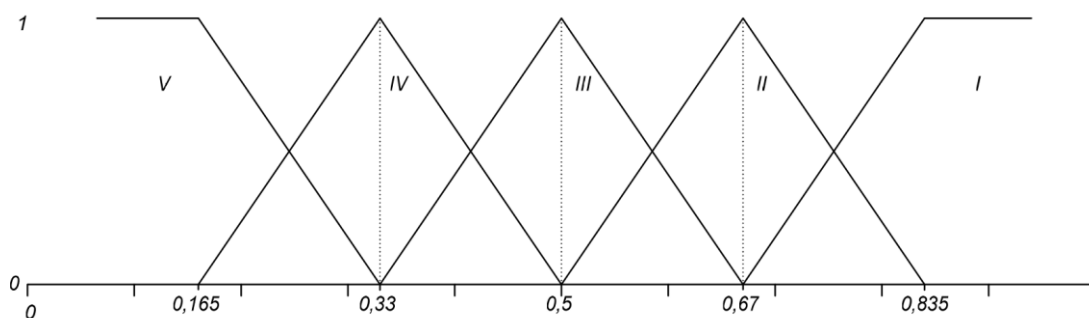


Рис.1. Шкала інтегральної оцінки лінгвістичної змінної Y

При цьому область визначення Y розбита на ділянки в інтервалі $[0,1]$, а у табл. 1 встановленим описовим характеристикам поставлені у відповідність кількісні значення з нечіткими межами. При попаданні в зону невизначеності результуюче значення оцінки буде віднесено до інтервалу з більш жорсткою характеристикою. За розробленою шкалою проведено оцінювання еластичності та нееластичності НМА та їх пакетів.

Загальна якісна характеристика пакетів відповідно до обраних критеріїв проведена з використанням наступні позначень: E – пакет еластичний; LI – низька нееластичність пакету; IBA – нееластичність пакету нижче середнього рівня; AI – середня нееластичність пакету; IAA – нееластичність пакету вище середнього рівня; HI – висока нееластичність пакету; SS – пакет неякісний).

Таблиця 1

Шкала нечітких значень інтегральної оцінки

Номер стану	Границі інтервалу	Мода інтервалу	Найменування терм-множини
I	1,0 - 0,67	0,835	Низька нееластичність (LI)
II	0,84 - 0,5	0,67	Нееластичність нижче середнього рівня (IBA)
III	0,67 - 0,33	0,5	Середня нееластичність (AI)
IV	0,5 - 0,16	0,33	Нееластичність вище середнього рівня (IAA)
V	0,33 - 0	0,165	Висока нееластичність (HI)

Джерело: складено авторами



Примітка: — середні показники; — показники підприємства.

Рис.2. Профіль еластичності ПАТ «N»

На рис. 2 наведено приклад визначення профілю еластичності підприємства відносно середніх значень показників еластичності підприємств обраного кластера. Подальший розгляд показників еластичності має відбуватися з метою визначення конкретних напрямків впливу на підвищення ефективності використання НМА підприємств.

Можна відзначити, що найбільш перспективним є розвиток пакетів НМА, пов'язаних з інфраструктурним, клієнтським та марочним капіталом з достатнім рівнем еластичності, а також людським та організаційним капіталом, підтримка яких дозволить збільшити попит на бізнес підприємства, підвищити його ринкову вартість.

Висновки. Через те, що більшість фінансових показників, які отримують в ході фінансового аналізу, не є достатнім інструментом для оцінки ефективності діяльності менеджменту, фірми зрозуміли необхідність використання інших інструментів та показників, здатних всебічно оцінити успішність діяльності як структурної одиниці, так і фірми в цілому, зокрема фінансового бенчмаркінгу.

Процес фінансового бенчмаркінгу встановлює стратегічні напрями розвитку бізнесу, є найважливішою сферою, на яку він має вирішальне значення. Цілі та керівні принципи, що залежать від місії підприємства, багато в чому визначаються результатами бенчмаркінгу, а його застосування дає можливість приймати обґрунтовані рішення щодо управління вартістю підприємства.

Використання у якості інструменту візуалізації результатів моделювання впливу НМА на вартість підприємства профілю еластичності наочно показує стан впливу пакетів НМА на вартість, недоліки в їх структури та визначають конкретні напрями підвищення ефективності використання НМА у діяльності фірм.

Література

1. Deming, W. E. (2000). *The New Economics: For Industry, Government, Education*. Boston : MIT Press.
2. Crosby, Ph. (1979). *Quality is Free*. New York : McGraw-Hill.
3. Ishikawa, K. & Lu D. J. (1985). *What is total quality control? The Japanese way*. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
4. Shewhart, W. A. (1931). *Economic control of quality of manufactured product*. New York : D. Van Nostrand Company.
5. Andersen B., & Pettersen P.-G. (1996). *The Benchmarking Handbook: Step-by-Step Instructions*. London, England : Chapman & Hall.
6. Watson, G. H. (1993). *Strategic Benchmarking: How to Rate your Company's Performance against the World's Best*. New Jersey : John Wiley.
7. Camp, R. C. (1989). *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance*. Milwaukee, WI : ASQ Quality Press.
8. Coer News (2002). *The free Newsletter, Issue No.2*. Massey University, New Zealand.
9. Harrington, H. J., & Harrington, J. S. (1996). *High Performance Benchmarking: 20 Steps to Success*. New York : McGraw Hill.
10. APQC's Benchmarking Methodology. (2020). Retrieved from <https://www.apqc.org/resource-library/resourcelisting/apqcs-benchmarking-methodology>
11. Anand, G., & Rambabu, K. (2008). Benchmarking the benchmarking models, *Benchmarking: An International Journal*, 15, 3, 257-291. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/14635770810876593>.
12. Išoraite, M. (2004). Benchmarking methodology in a transport sector. *Transport* 19(6), 269–275 <https://doi.org/10.1080/16484142.2004.9637986> 25.
13. Luu, V. T., Soo, Y. K., & Tuan, A. H. (2008). Improving Project Management Performance of Large Contractors Using Benchmarking Approach. *International Journal of Project Management*, 26, 758–769. Retrieved from https://www.academia.edu/8072211/Improving_project_management_performance_of_large_contractors_using_benchmarking_approach doi:10.1016/j.ijproman.2007.10.002
14. Kozak, M., & Rimmington, M. (1998). Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 10/5 [1998] 184–188. Retrieved from <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/316/1/Benchmarking%20destination%20attractiveness%20and%20small%20hospitality%20business%20performance.pdf>
15. Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2008). *Fundamentals of financial management*. Harlow : Prentice-Hall, Inc.
16. Brophy, D.J., & Shulman, J.M. (1992). A Finance Perspective on Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), 61–72. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225879201600304>
17. Tobin, J. (1969). A General Equilibrium Approach To Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking*. 1, 15–29. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/1991374>, <https://doi.org/10.2307/1991374>
18. Zadeh, L. A., Fu, K. S., Tanaka, K. & Shimura, M. eds. (1975). *Fuzzy Sets and Their Applications to Cognhive and Decision Processes*. New York : Academic Press.

19. Oxford Dictionaries, n.d. visualization – definition of visualization in English | Oxford Dictionaries. Oxf. Dictionaries Engl. Retrieved from <https://en.oxforddictionaries.com/definition/visualization>.

20. Tory, M., & Moller, T. (2004). Human factors in visualization research. *IEEE Trans. Vis. Comput. Graph.*, 10, 72–84. Retrieved from https://eprints.cs.univie.ac.at/5024/1/2004_-_human_factors_in_vis_research.pdf

21. Shneiderman, B. (1996). The eyes have it: A task by data type taxonomy for information visualizations eedings of the IEEE Symposium on Visual Languages, Boulder, 3-6 September 1996, 336–343. Retrieved from doi:10.1109/VL.1996.545307

22. Myatt, G. J., & Johnson, W. P. (2009). *Making Sense of Data II: A Practical Guide to Data Visualization, Advanced Data Mining Methods, and Applications*, 1 edition. New Jersey : Wiley, Hoboken,...

23. Yi, J. S., Kang, Y., Stasko, J. T., & Jacko, J. A. Understanding and Characterizing Insights: How Do People Gain Insights Using Information Visualization? // in: *Proceedings of the 2008 Workshop on BEyond Time and Errors: Novel Evaluation Methods for Information Visualization*, BELIV '08. ACM, New York, NY, USA, 4:1–4:6. Retrieved from <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/1377966.1377971>

24. Lohse, G. L. (1978). The role of working memory on graphical information processing. *Behav. Inf. Technol.*, 16, 297–308. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/014492997119707>

References

1. Deming, W.E. (2000). *The New Economics: For Industry, Government, Education*. Boston: MIT Press.

2. Crosby, Ph. (1979). *Quality is Free*. New York: McGraw-Hill.

3. Ishikawa, K., & Lu, D.J. (1985). *What is total quality control? The Japanese way*. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.

4. Shewhart, W.A. (1931). *Economic control of quality of manufactured product*. New York: D. Van Nostrand Company.

5. Andersen B., & Pettersen P.-G. (1996). *The Benchmarking Handbook: Step-by-Step Instructions*. London, England: Chapman & Hall.

6. Watson, G.H. (1993). *Strategic Benchmarking: How to Rate your Company's Performance against the World's Best*. New Jersey: John Wiley.

7. Camp, R.C. (1989). *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance*. Milwaukee, WI: ASQ Quality Press.

8. Coer News (2002). *The free Newsletter*, Issue No.2. Massey University, New Zealand.

9. Harrington, H.J., & Harrington, J.S. (1996). *High Performance Benchmarking: 20 Steps to Success*. New York: McGraw Hill.

10. APQC's Benchmarking Methodology. (2020). Retrieved from <https://www.apqc.org/resource-library/resourcelisting/apqcs-benchmarking-methodology>

11. Anand, G., & Rambabu, K. (2008). *Benchmarking the benchmarking models*, *Benchmarking: An International Journal*, 15, 3, 257-291. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/14635770810876593>.

12. Işoraite, M. (2004). Benchmarking methodology in a transport sector. *Transport* 19(6), 269-275 <https://doi.org/10.1080/16484142.2004.9637986> 25.

13. Luu, V.T., Soo, Y.K., & Tuan, A.H. (2008). Improving Project Management Performance of Large Contractors Using Benchmarking Approach. *International Journal of Project Management*, 26, 758-769. Retrieved from https://www.academia.edu/8072211/Improving_project_management_performance_of_large_contractors_using_benchmarking_approach

14. Kozak, M., & Rimmington, M. (1998). Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 10/5 [1998] 184-188. Retrieved from <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/316/1/Benchmarking%20destination%20attractiveness%20and%20small%20hospitality%20business%20performance.pdf>

15. Van Horne, J.C., & Wachowicz, J.M. (2008).. *Fundamentals of financial management*. Harlow: Prentice-Hall, Inc.

16. Brophy, D.J., & Shulman, J.M. (1992). A Finance Perspective on Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(3), 61-72. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/104225879201600304>

17. Tobin, J. (1969). A General Equilibrium Approach To Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking.*, 1, 15-29. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/1991374>, <https://doi.org/10.2307/1991374>

18. Zadeh, L.A., Fu, K.S., Tanaka, K., & Shimura, M. eds. (1975). *Fuzzy Sets and Their Applications to Cognhive and Decision Processes*. New York: Academic Press.

19. Oxford Dictionaries, n.d. visualization - definition of visualization in English Oxford Dictionaries. Oxf. Dictionaries Engl. Retrieved from <https://en.oxforddictionaries.com/definition/visualization>.

20. Tory, M., & Moller, T. (2004). Human factors in visualization research. *IEEE Trans. Vis. Comput. Graph.*, 10, 72-84. Retrieved from https://eprints.cs.univie.ac.at/5024/1/2004_-_human_factors_in_vis_research.pdf

21. Shneiderman, B. (1996). The eyes have it: A task by data type taxonomy for information visualizations eedings of the IEEE Symposium on Visual Languages, Boulder, 3-6 September 1996, 336-343. Retrieved from doi:10.1109/VL.1996.545307

22. Myatt, G.J., & Johnson, W.P. (2009). *Making Sense of Data II: A Practical Guide to Data Visualization, Advanced Data Mining Methods, and Applications*, 1 edition. New Jersey: Wiley, Hoboken,...

23. Yi, J.S., Kang, Y., Stasko, J.T., & Jacko, J.A. Understanding and Characterizing Insights: How Do People Gain Insights Using Information Visualization? // in: *Proceedings of the 2008 Workshop on BEyond Time*

and Errors: Novel evaluation Methods for Information Visualization, BELIV '08. ACM, New York, NY, USA, 4:1–4:6. Retrieved from <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/1377966.1377971>

24. Lohse, G.L. (1978). The role of working memory on graphical information processing. *Behav. Inf. Technol.*, 16, 297-308. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/014492997119707>

MODELING THE INTANGIBLE ASSETS' ELASTICITY PROFILE AS A TOOL OF FINANCIAL BENCHMARKETING

V. D. Kozenkova, Ph. D (Econ.), Senior Lecturer, Dnipro State Agricultural and Economic University, N. P. Kozenkova, Senior Lecturer, Ukrainian State University of Science and Technology

Methods. The results are obtained through the application of the following methods: analysis and synthesis – in highlighting the essence of benchmarking and visualization of information; comparisons – to determine the advantages and disadvantages of benchmarking and visualization of information; methods of elasticity theory – for the formation of methodological principles for determining the impact of individual packages of intangible assets (IA) on the value of enterprises, determining the complementarity and substitution of packages; methods of economic and mathematical modeling – to determine the elasticity of the impact of IA on the value of enterprises; methods of graphic analysis – for visualization of calculation material; abstract-logical analysis – for generalization, formulation of conclusions.

Results. There are considered approaches to the definition of benchmarking as a tool for improving the activities of enterprises, types of benchmarking and their scope in the activities of enterprises. The need to use financial benchmarking in the system of financial management of enterprises is pointed out. The main indicators of evaluation of enterprises and their structural subdivisions are considered, their main shortcomings are identified and the necessity of using cost indicators as the basis of enterprise development in the long run is shown. The role of IA in improving the efficiency of modern enterprises and increasing their value is considered, the approach to the allocation of certain packages in the IA is presented. The possibility of modeling the elasticity of the impact of IA on their types on the value of the enterprise is shown. The necessity of using Tobin's coefficient to determine trends in the demand function of the enterprise business, evaluation of IA packages to form a system for monitoring their vertical, horizontal and cross-elasticity of impact on the value of the enterprise. The essence of the system of monitoring the elasticity of the impact of IA on the value of enterprise is shown, and its tasks at the micro level are defined. Possibilities of using information visualization mechanisms in the financial benchmarking system are determined.

Novelty. Conceptual provisions and answers of economic and mathematical tools of methods of estimation and monitoring of elasticity of influence of IA on the cost of the enterprise are developed. It is proposed to determine the profile of the enterprise on the indicators of elasticity, which allows visualizing information on the level of elasticity of IA and their packages and justifying the priorities of IA development in order to improve the efficiency of the enterprise.

Practical value. The approach of construction of a profile of the enterprise on indicators of elasticity of IA which gives the chance of visualization of the information on level of elasticity and gives the chance to form directions of development of support of separate packages is offered.

Keywords: benchmarking, value, visualization, elasticity, modeling, intangible assets, elasticity profile, financial benchmarking.

Надійшла до редакції 15.10.21 р.

АЛГОРИТМ ПОБУДОВИ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА НЕЧІТКО-ЛОГІЧНИМ ПІДХОДОМ

*В. Г. М'ячин, д. е. н., доцент, myachin2011@mail.ua, orcid.org/0000-0002-1491-5100,
О. В. Стовпник, к. т. н., доцент, stovpnyk@ukr.net, orcid.org/0000-0003-4391-6644,
В. А. Карпенко, ст. викладач, dk2000792@gmail.com, orcid.org/0000-0002-5949-4549,
О. В. Мирошниченко, аспірант, ardenalex@gmail.com, orcid.org/0000-0002-7106-5632,
ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження склали наукові праці вітчизняних і закордонних вчених і провідних фахівців у сфері фінансового аналізу та моделювання економічних процесів, а також дані статистичної та фінансової звітності, які є у відкритому доступі. Для побудови інтегрального показника фінансової безпеки підприємства використано метод нечітких множин.

Результати. Показано, що для оцінки рівня показника фінансової безпеки підприємства метод нечітких множин є найбільш ефективним у порівнянні з лінійними моделями, оскільки максимально враховує невизначеність внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Нечітка експертна система фактично дозволяє залучити значну кількість вхідних параметрів, як кількісних, так і якісних. Конкретний вибір вхідних параметрів повинен бути обґрунтований, з одного боку, їх вагою, а з іншого – трудомісткістю збору даних, необхідних для оцінки стану фінансової безпеки підприємства. Для реалізації запропонованого нечітко-логічного підходу до визначення інтегрального показника фінансової безпеки підприємства залучено фінансові коефіцієнти, які характеризують платоспроможність, фінансову незалежність, рентабельність загальних активів підприємства та впливають на цільовий показник.

Новизна. Представлено загальну будову конструктора нечітко-логічної експертної системи як перетворення даних всередині самої системи. Для нечітко-логічного підходу з метою визначення інтегрального показника фінансової безпеки підприємства Y_{123} обрано три вхідні показники, що впливають на цільовий показник, а саме: коефіцієнт поточної ліквідності $X_1(CR)$, коефіцієнт автономії $X_2(ER)$, коефіцієнт рентабельності загальних активів $X_3(ROA)$.

Практична значущість. Запропоновано показники, які у найбільшій мірі дозволяють оцінити фінансову безпеку підприємств та надано практичні рекомендації діапазонів їх оптимальних значень для побудови інтегрального показника фінансової безпеки підприємств за нечітко-логічним підходом.

Ключові слова: фінансова безпека підприємства, інтегральний показник, нечітка експертна система, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт рентабельності загальних активів.

Постановка проблеми. За сучасних умов у учасників господарської діяльності найчастіше виникає об'єктивна потреба отримання правдивої інформації про імовірність банкрутства та фінансову безпеку підприємства. Відповідна інформація та її оцінка може бути отримана різними способами. Одним зі способів отримання такої інформації відбувається через аналіз фінансового

стану підприємства. Його основною метою є своєчасне з'ясування та усунення недоліків у фінансовій ефективності господарської діяльності підприємства.

Сучасні підприємства потребують розробки практичного інструментарію, орієнтованого на проведення аналізу та моніторингу фінансової стану та фінансової безпеки.

Для оцінки фінансового стану підприємства використовується нормативний підхід, що полягає в порівнянні розрахованого фінансового показника з його нормативним значенням, затвердженим законодавчо або відповідно с методичними рекомендаціями, прийнятими в самій компанії.

Але нормативи або розрахункові алгоритми, затверджені законодавчо, часто використовують методики, запроваджені у практику фінансового аналізу понад півстоліття тому, коли не існувало сучасних методів поглибленої обробки даних (*Data Mining*). З цієї причини класичні моделі оцінки фінансового стану, зокрема оцінки банкрутства підприємства, можуть дати спотворену оцінку. Окрім того, багато показників фінансового аналізу не мають чіткого нормування та значною мірою залежать від сфери діяльності підприємства.

Типове сучасне підприємство є складною соціально-економічною системою, що функціонує в умовах суттєвої невизначеності внутрішнього та зовнішнього середовища. Підвищення ефективності процесу прийняття управлінських рішень при управлінні підприємством може бути значною мірою забезпечено інструментарієм, що базується на методах та моделях нечітких продукційних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необхідність знання поточного фінансового стану підприємства та підтримки його належного рівня в умовах ринкової конкуренції спричинює потребу у розробці сучасних методів оцінки рівня фінансової безпеки підприємства.

У теорії та практиці фінансового аналізу існує значна кількість методів, які застосовуються для визначення рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання. У ході аналізу фахової літератури [1, 2, 3] було визначено, що досліджені методики визначення рівня фінансової безпеки підприємства можна розділити на декілька груп: на основі дослідження грошових потоків, на основі визначення фінансових показників-індикаторів, на основі оцінки фінансової стійкості підприємства, на основі методів прогнозування банкрутства, на основі визначення інтегральних показників, та на основі ресурсно-функціонального підходу.

Підхід, оснований на дослідженні грошових потоків, обумовлений тим, що показник чистого грошового потоку є одним з індикаторів результативності господарської діяльності підприємства та визначає його фінансовий стан. Але, на думку С. С. Герасименко та Н. А. Головач, даний підхід є вузьким, оскільки охоплює далеко не всі сфери, які впливають на стан фінансової безпеки підприємства [4].

Індикаторний підхід передбачає порівняння фактичних значень показників фінансової безпеки з граничними значеннями індикаторів її рівня. Як зауважує Т. М. Гладченко [5], за такого підходу найвищий рівень фінансової безпеки підприємства досягається за умови, що вся сукупність індикаторів знаходиться в межах порогових значень, а порогове значення кожного з індикаторів досягається не на шкоду іншим і має обґрунтований фінансовий підхід. Цей підхід слід визнати доцільним і виправданим, але його недоліком є те, що використання цього підходу залежить в основному від визначення порогових значень, які залежать від стану зовнішнього середовища, на яке підприємство майже не може впливати, а тільки пристосовуватися до його умов.

Г. М. Кампо, Н. М. Дочинець та О. В. Гаврилець пропонують оцінювання рівня фінансової складової економічної безпеки підприємства виконувати на основі аналізу його фінансової стабільності, ступінь якої визначається з урахуванням достатності оборотних коштів (власних або запозичених) для здійснення виробничо-збутової діяльності [2]. Це вузький підхід до оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства. Крім оборотних коштів, у фінансовій діяльності підприємства залучені власний основний капітал, прибуток, інвестиції, цінні папери тощо.

До інтегральних моделей оцінювання імовірності банкрутства можна віднести широко відомі моделі Альтмана [6], Таффлера [7], Ліса [8], Спрингейта [9]. На сьогодні українськими вченими вже розроблені такі моделі, як дискримінанта інтегральної оцінки фінансового стану підприємства (О. Терещенко), яка базується на застосуванні методології дискримінантного аналізу на основі фінансових показників вибір-

кової сукупності вітчизняних підприємств і комплексної оцінки фінансового стану підприємства. Цей метод оцінки дозволяє виявити тенденції фінансового стану підприємства [10].

Ю. Б. Кракос та Р. О. Разгон рекомендують розглядати фінансову безпеку підприємства як комплексну величину, оскільки вона досліджує декілька складників, зокрема ефективність управління підприємством, платоспроможність і фінансову стійкість, ділову та ринкову стійкість, інвестиційну привабливість [11].

Інший метод оцінки рівня фінансової безпеки розглядається в межах ресурсно-функціонального підходу, за яким оцінку пропонується здійснювати за кожною функціональною складовою фінансової безпеки, а потім визначити інтегральний показник експертним шляхом. На думку І. А. Бланка при такому підході функціональну структуру фінансової безпеки підприємства визначають такі складові: бюджетна; грошово-кредитна; валютна; банківська; інвестиційна; фондова; страхова [12].

Незважаючи на переважну більшість науковців, які віддають перевагу експертному методу при визначенні вагомості окремих функціональних складових безпеки, деякі автори модифікують методiku визначення вагомості складових у загальному інтегральному показнику. Це говорить про те, що єдиної позиції науковців у формуванні методик оцінки фінансової безпеки підприємств не існує.

Формулювання мети статті. Мета даного дослідження полягає у побудові нечіткої експертної системи для оцінки фінансової складової економічної безпеки телекомунікаційних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для побудови інтегрального показника фінансової безпеки підприємства виокремимо наступний алгоритм дій:

- вибір інформаційної бази фінансового аналізу;
- формування груп оціночних коефіцієнтів;
- встановлення переліку коефіцієнтів за групами та визначення алгоритму їх розрахунку;

- визначення нормативних значень коефіцієнтів за кожною групою показників;
- формування механізму оцінки фінансової безпеки підприємства.

Залучені показники повинні бути, з одного боку, найбільш репрезентативними, але, з іншого боку, їх кількість повинна бути досить обмеженою, щоб не перевантажувати математичну модель.

Для формування груп оціночних коефіцієнтів насамперед скористаємося думкою таких авторів як О. К. Єлісєєва та Г. С. Сімон [3], О. О. Сосновська [13], А. Р. Дізитдінова та А. А. Саприкіна [14], О. Н. Старинець [15], які досліджують фінансовий стан саме телекомунікаційних підприємств.

Ліквідність – здатність конвертації активів в готівку в найкоротші терміни, з мінімальними витратами і без втрати їх вартості [1]. Таким чином, характеристиками ліквідності є: 1) абсолютні величини активів і готівкових грошових коштів; 2) час конвертації.

Коефіцієнт поточної ліквідності (інші назви – ліквідність 1-го рівня; коефіцієнт загальної ліквідності; коефіцієнт покриття, *Current Ratio (CR)*) показує взаємозв'язок між розміром поточних активів і поточними зобов'язаннями; показує здатність підприємства погашати поточні (короткострокові, до одного року) зобов'язання тільки за рахунок поточних (оборотних) активів.

Формула розрахунку *коефіцієнту поточної ліквідності (Current Ratio (CR))* має наступний вигляд:

$$CR = \frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liability}} = \frac{\text{ряд 1195}}{\text{ряд 1695}}. \quad (1)$$

Коефіцієнт поточної ліквідності репрезентує загальний погляд на ліквідність компанії і є відправною точкою її подальшого аналізу. Коефіцієнт поточної ліквідності дає нам змогу перевірити, чи можуть всі активи з періодом оборотності менше одного року покривати зобов'язання з періодом погашення менш одного року [16].

Відповідно до традиційного підходу, чим вище коефіцієнт поточної ліквідності, тим більш ліквідним є підприємство. Однак занадто високі значення *CR* не є безумов-

ною перевагою, оскільки можуть бути пов'язані з неефективністю використання поточних активів і/або короткострокових зобов'язань. Значення $CR < 1$ свідчить про декапіталізацію компанії та недостатність короткострокової платоспроможності. Значення $CR > 2$ пов'язано з неадекватним управлінням поточними активами [16].

А. Р. Діязитдінова та А. А. Саприкіна для телекомунікаційних підприємств пропонують нормативне значення коефіцієнту поточної ліквідності понад 0.75. Більш того, означені автори рекомендують діапазон значень даного коефіцієнту у межах 2.0–2.5 та характеризують його лінгвістичним терміном «дуже високий», значення показника у межах 1.0–2.0 охарактеризовано ними як «високий», значення показника у межах 0.75–1.0 охарактеризовано як «середній», «низький» рівень відповідає значенню показника 0.25–0.75, «дуже низький» рівень відповідає значенню показника 0.0–0.25 [14]. О. Г. Старинець для телекомунікаційних підприємств пропонує за нормативне значення взяти коефіцієнт поточної ліквідності > 1 [15].

Ефективне управління фінансовою стійкістю підприємства дає змогу підприємству краще адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати залежність від зовнішніх джерел фінансування. Фінансова стійкість – один із головних чинників, що впливає на досягнення підприємством фінансової рівноваги та фінансової стабільності [17].

Коефіцієнт фінансової стійкості дозволяє визначити, яка частина активів фінансується за рахунок довгострокових джерел фінансування – власного капіталу та довгострокових позикових фінансових ресурсів. Високе значення показника свідчить про низький рівень ризику втрати платоспроможності та хороші перспективи функціонування підприємства.

Формула розрахунку коефіцієнту фінансової стійкості (платоспроможності) (*Margin of Safety (MoS)*) має наступний вигляд:

$$MoS = \frac{\text{Власний капітал} + \text{Довгострокові зобов'язання}}{\text{Пасив балансу}} = \quad (2)$$

$$= \frac{\text{Equity} + \text{Non-current Liability}}{\text{Balance Sheet Liability}} = \frac{\text{ряд 1495} + \text{ряд 1595}}{\text{ряд 1900}}$$

О. О. Сосновська для підприємств зв'язку пропонує оптимальне значення коефіцієнту фінансової стійкості у межах 0.75–1.0 [13].

Н. М. Давиденко запропонував лінгвістичну характеристику різним значенням коефіцієнту фінансової стійкості. Даний автор пропонує бальний метод оцінювання фінансової стійкості (платоспроможності). Значення показника у межах 0.8–0.9 є найбільш оптимальним і характеризується автором лінгвістичним терміном як «нормальний», значення показника у межах 0.4–0.8 характеризується лінгвістичним терміном як «критичний», значення показника у межах 0.0–0.4 характеризується лінгвістичним терміном як «нижче критичного» [18].

Г. М. Кампо, Н. М. Дочинець та О. В. Гаврилець зауважують, що нормативне значення коефіцієнту фінансової стійкості складає 0.7–0.9. За їх даними значення коефіцієнту фінансової стійкості для підприємств телекомунікаційної галузі у 2012, 2013, 2014 та 2015 рр. складав відповідно 0.560, 0.556, 0.361 та 0.631, що знаходиться поза його нормативного значення [2].

Потрібно зауважити, що при відсутності у компанії довгострокових зобов'язань коефіцієнт фінансової стійкості *MoS* трансформується у коефіцієнт фінансової автономії (*Equity Ratio (ER)*).

Формула розрахунку коефіцієнту фінансової автономії (фінансової незалежності) (*Equity Ratio (ER)*) має наступний вигляд:

$$ER = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Пасив балансу}} = \frac{\text{Equity}}{\text{Balance Sheet Liability}} = \frac{\text{ряд 1495}}{\text{ряд 1900}}. \quad (3)$$

О. О. Сосновська для підприємств зв'язку пропонує оптимальне значення коефіцієнту фінансової незалежності (автономії) у межах 0.5...1.0 [13].

А. Р. Діязитдінова та А. А. Саприкіна пропонують шість фінансових коефіцієнтів для оцінки фінансового стану телекомунікаційних підприємств. Серед них автори пропонують залучати коефіцієнт автономії,

який визнається як частка власних коштів у сукупних активах. Означені автори рекомендують діапазон нормативних значень у межах 0.5...0.75 та характеризують його лінгвістичним терміном «високий». Значення показника у межах 0.25...0.375 охарактеризовано ними як «дуже низький» та «низький», а значення показника у межах 0.375...0.50 охарактеризовано як «середній» [14].

Рентабельність (пасивів) активів (англомовний аналог *Return on Assets (ROA)*) показує ефективність використання активів компанії для генерації прибутку. Високе значення показника свідчить про хорошу роботу підприємства. Розраховується як співвідношення отриманого чистого прибутку (або чистого збитку) до середньорічної суми активів. Інформація про вартість активів може бути отримана з балансу, а інформація про суму чистого прибутку може бути отримана зі звіту про фінансові результати (звіту про прибутки і збитки).

Формула розрахунку коефіцієнту рентабельності загальних активів $X1$ (*Return on Access (ROA)*), має наступний вигляд:

$$ROA = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Сукупний капітал}} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}} = \frac{\text{ряд 2350}}{\text{ряд 1900}}. \quad (4)$$

Не існує єдиного нормативного значення показника $X1(ROA)$. Необхідно аналізувати його в динаміці, тобто зіставляючи значення різних років за період дослідження. Крім цього, варто порівняти значення показника зі значеннями прямих конкурентів (які мають однаковий розмір суми активів або доходу). Чим вищий показник, тим більш ефективним є весь процес управління, адже показник рентабельності активів формується під впливом всієї діяльності компанії.

О.О. Сосновська для підприємств зв'язку пропонує оптимальне значення коефіцієнту рентабельності загальних активів (загального капіталу) у межах 0,05...1,0 [13]. О. Г. Старинець для телекомунікаційних підприємств вважає за нормативне значення коефіцієнту рентабельності загальних активів >0 , а динаміка даного коефіцієнту повинна бути спрямована у бік зростання [15].

Кінцевим результатом дослідження фінансових коефіцієнтів є визначення інтегрального показника оцінки рівня показника фінансової безпеки підприємств $Y123(FS)$. Необхідною умовою є градація рівнів фінансової безпеки підприємств, яку представлено на основі використання методу експертних оцінок та огляду літературних джерел [1, 13, 15].

Високий (відмінний) рівень фінансової безпеки підприємств ($0,70 < Y123(FS) \leq 1,00$) свідчить про наявність ефективних методів управління ризиками, що є результатом адаптації до нестабільних умов економічного середовища та мінімізації загроз господарській діяльності підприємства. Такий рівень фінансової безпеки забезпечує стійке функціонування підприємства в умовах невизначеного економічного середовища.

Задовільний (середній) фінансової безпеки підприємств ($0,30 < Y123(FS) \leq 0,70$) свідчить про наявність помірного або допустимого рівня впливу ризиків внутрішнього та зовнішнього середовища на імовірність отримання негативного фінансового результату та порушення стійкого функціонування підприємства.

Низький (незадовільний) фінансової безпеки підприємств ($0,70 < Y123(FS) \leq 1,00$) характеризується порушенням фінансового стану підприємства та його стійкого функціонування, а також неефективністю процесу управління ризиками.

На рис. 1 представлено загальну будову конструктора нечітко-логічної експертної системи як перетворення даних всередині самої системи. Як видно з рис. 1 для нечітко-логічного підходу з метою визначення інтегрального показника фінансової безпеки підприємства $Y123$ (*Financial Security (FS)*) нами обрано три вхідні показники, що впливають на цільовий показник, а саме: коефіцієнт поточної ліквідності $X1(CR)$, коефіцієнт автономії $X2(ER)$ та коефіцієнт рентабельності загальних активів $X3(ROA)$.

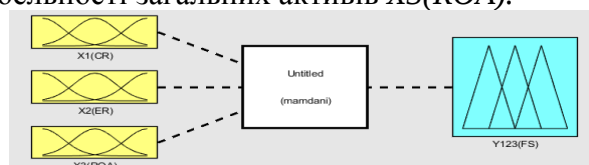


Рис. 1. Загальна будова конструктора нечітко-логічної системи

Наступний етап побудови нечіткої експертної системи заснований на виборі функції належності. Нечітка модель досить ускладнює модель, якщо вона заснована на значній кількості входних змінних, у зв'язку з чим кількість входних змінних вимагає обгрунтованого оптимального скорочення (Korol, 2012) [19].

Нами побудови нечіткої експертної системи нами обрано дзвонувату функцію належності, яка має візуально має вигляд симетричної кривої і нагадує форму дзвону. Означена функція задається формулою, параметри якої інтерпретуються наступним чином:

$$\mu(x) = \frac{1}{1 + \left| \frac{x-c}{a} \right|^{2b}}, \quad (5)$$

де a – коефіцієнт концентрації функції належності; b – коефіцієнт кривини функції належності; c – координата максимуму функції належності (Pegat, 2009) [20].

Наступним етапом побудови нечіткої моделі є ідентифікація нечітко-логічних правил. Враховуючи, що кількість входних даних моделі (входних змінних) дорівнює ω , а кожен вхід має z нечітких множин (функцій належності), то кількість правил нечіткої логіки можна визначити наступною формулою:

$$r = z^{\omega}. \quad (6)$$

Кількість нечітких множин на кожному вході приймаємо як $z=3$, кількість входних змінних приймаємо як $\omega=3$. Тоді кількість правил нечіткої логіки повинна бути $r=3^3=27$ для забезпечення повноти моделі.

Моделювання інтегрального ступеня концентрації ринку було виконано в програмному забезпеченні *FuzzyLogic Toolbox* середовища *Matlab* (версія R2021A) фірми *MathWorks*, що вплинуло на настройку і представлення дзвонуватої функції належності. Налаштування функції виглядає наступним чином: $\mu(x)=gbellmf(x, [a \ b \ c])$, де x – входна змінна, a , b і c – вищезгадані параметри (формула (3)).

На наступних рис. 2–5 представлено атрибути та функції належності для трьох входних змінних і однієї вихідної змінної. На рис. 2 представлено входну змінну $X1$ («Ко-

ефіцієнт поточної ліквідності» або *Current Ratio (CR)*), що має три атрибути (функції належності): *Low* – відповідає низькому (незад-вільному) значенню показника *CR*, *Middle* – відповідає середньому (задовільному) значенню показника *CR*, *High* – відповідає високому (тобто нормативному) значенню показника *CR*. Дану функцію приймаємо дзвонуватою та визначаємо у діапазоні $[0;2.5]$. Функція *Low* – низький рівень *CR* – має параметри $[0.8 \ 4.9 \ 0.0732]$, функція *Middle* – середній рівень *CR* – має параметри $[0.415 \ 2.492 \ 1.29]$, функція *High* – високий рівень *CR* – має параметри $[0.521 \ 4.64 \ 2.23]$.

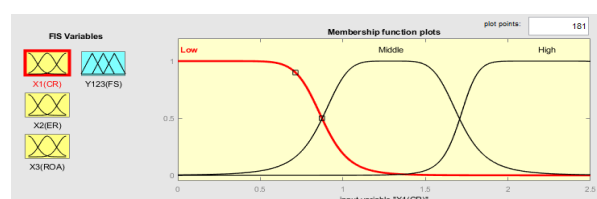


Рис. 2. Функція належності для входної лінгвістичної змінної *Current Ratio (CR)* («Коефіцієнт поточної ліквідності ($X1$)»)

На рис. 3 представлено входну змінну $X2$ («Коефіцієнт автономії» або *Equity Ratio (ER)*), що має три атрибути (функції належності): *Low* – відповідає низькому (незадо-вільному) значенню показника *ER*, *Middle* – відповідає середньому (задовільному) значенню показника *ER*, *High* – відповідає високому (тобто нормативному) значенню показника *ER*. Ця функція дзвонувата, її визначаємо у діапазоні $[0;1]$. Функція *Low* – низький рівень *ER* – має параметри $[0.184 \ 4.17 \ 0.04511]$, функція *Middle* – середній рівень *ER* – має параметри $[0.1425 \ 2.24 \ 0.372]$, функція *High* – високий (нормативний) рівень *ER* – має параметри $[0.423 \ 7.157 \ 0.938]$.

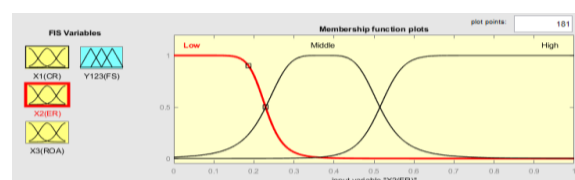


Рис. 3. Функція належності для входної лінгвістичної змінної $X2$ («Коефіцієнт автономії» або *Equity Ratio (ER)*)

На рис. 4 представлено входну змінну $X3$ («Коефіцієнт рентабельності загальних

активів» або *Return on Assets (ROA)*), що має три атрибути (функції належності): *Low* – відповідає низькому (незадовільному) значенню показника *ROA*, *Middle* – відповідає середньому (задовільному) значенню показника *ROA*, *High* – відповідає високому (тобто нормативному) значенню показника *ROA*. Ця функція дзвонувата, її визначаємо у діапазоні $[-1;1]$. Функція *Low* – низький рівень *ROA* – має параметри $[0.709 \ 14.74 \ -0.703]$, функція *Middle* – середній рівень *ROA* – має параметри $[0.0647 \ 1.4 \ 0.07394]$, функція *High* – високий (нормативний) рівень *ROA* – має параметри $[0.5443 \ 12.2 \ 0.683]$.

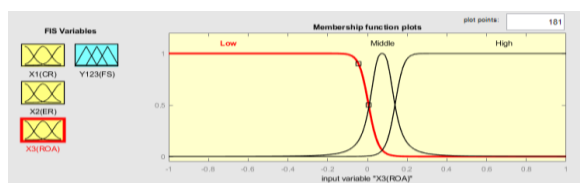


Рис. 4. Функція належності для вхідної лінгвістичної змінної *X3* («Коефіцієнт рентабельності загальних активів» або *Return on Assets (ROA)*)

На рис. 5 представлено вихідну змінну *Y123* («Показник фінансової безпеки підприємства» або *Financial Security Indicator (FS)*), яка має три атрибути (функції належності): *Low* – відповідає низькому (незадовільному) значенню показника *Y123(FS)* і має параметри $[0.237 \ 3.576 \ 0.063]$, *Middle* – відповідає середньому (задовільному) значенню показника *Y123(FS)* і має параметри $[0.198 \ 2.5 \ 0.5001]$, *High* – відповідає високому значенню показника *Y123(FS)* і має параметри $[0.239 \ 3.13 \ 0.937]$. Ця функція є дзвонуватою за формою і має область визначення $[0;1]$.

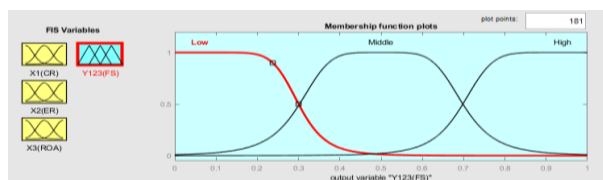


Рис. 5. Функція належності для вихідної лінгвістичної змінної *Y123* («Показник фінансової безпеки» або *Financial Security Indicator (FS)*)

На підставі опису трьох вхідних і однієї вихідної змінної визначаємо $3^3=27$ нечітких правил для висновку вихідної змінної.

Висновки. Підбиваючи підсумок вищевикладеному, слід констатувати, що для оцінки рівня показника фінансової безпеки підприємства метод нечітких множин вважається найбільш ефективними в порівнянні з лінійними моделями. Він максимально враховує невизначеність внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Нечітка модель теоретично дозволяє залучити значну кількість вхідних параметрів, як кількісних, так і якісних. Проте, конкретний вибір параметрів повинен бути обґрунтований їх вагою, з одного боку, та трудомісткістю збору даних, необхідних для оцінки фінансової безпеки підприємства, з іншого боку.

Для реалізації нечітко-логічного підходу до визначення інтегрального показника фінансової безпеки підприємства (*Financial Security (FS)*) залучено три фінансових коефіцієнти, які характеризують платоспроможність (*Current Ratio (CR)*), фінансову незалежність (*Equity Ratio (ER)*) і рентабельність загальних активів підприємства (*Return On Assets (ROA)*) та впливають на цільовий показник.

Нечітко-логічна модель, розроблена для оцінки рівня фінансової безпеки підприємств, виконується за наступними етапами: 1) залучення трьох фінансових коефіцієнтів у якості вхідних змінних моделі, які розраховано на підставі даних статистичної та фінансової звітності; 2) вибір параметрів і типу функції належності для трьох вхідних змінних і однієї вихідної змінної; 3) розробка системи з 27 логічних правил; 4) визначення показника фінансової безпеки підприємства з використанням нечіткого висновку Мамдані; 5) перевірка адекватності моделі.

Література

1. Корпан О. В. Методи оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства / О. В. Корпан // Ефективна економіка. 2017. – №1. – Доступно: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5401>.
2. Кампо Г. М. Оцінка фінансової стійкості підприємств України / Г. М. Кампо, Н. М. Дочинець, О. В. Гаврилець // Науковий вісник Ужгородського університету. – Серія «Економіка». – 2017. – Випуск 1 (49). – Т.1. – С. 150–158.
3. Єлісєєва О. К. Аналіз грошових потоків фірми як складова формування стратегії сталого розвитку / О. К. Єлісєєва, Г. С. Сімон // Бізнес-Інформ. – 2016. – №12. – С. 380–384.

4. Герасименко С. С. Передбачення фінансового стану підприємства при оцінці його здатності до продовження діяльності / С. С. Герасименко, Н. А. Головач // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – №4. – С. 2–4.
5. Гладченко Т. М. Економічна безпека підприємницької діяльності / Т. М. Гладченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наук. праць. – 2001. – Вип. 26. – С. 295–299. – К. : ВПЦ «Київський університет», Інститут міжнародних відносин.
6. Altman E. I. Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *The Journal of Finance*. – 1968. – № 4. – P. 589–609.
7. Toffler R., & Tishaw H. Going, going, gone – four factors which predict. *Accountancy*. – 1977. – March. P. 50–54.
8. Паршина О. А. Обґрунтування та побудова функцій належності в нечітко-логічній моделі оцінки фінансового стану підприємства та ризику настання його банкрутства / О. А. Паршина, В. Г. М'ячин, М. В. Куцинська // Вісник ОНУ імені Мечникова. – 2016. – Т.21. – Вип. 5(48). – С. 86–91.
9. М'ячин В. Г. Визначення пріоритетності показників фінансового стану, обраних для оцінки ризику банкрутства промислових підприємств методом нечітких множин / В. Г. М'ячин, М. В. Куцинська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – Випуск 14. – С. 159–163.
10. Терещенко О. О. Антикризисне фінансове управління на підприємстві / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.
11. Кракос Ю. Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р. О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2008. – № 1(1). – С. 86–97.
12. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
13. Сосновська О. О. Система економічної безпеки підприємств зв'язку: монографія / О. О. Сосновська. – Київ : «Центр учбової літератури», 2019. – 440 с.
14. Диязитдинова А. Р. Применение нечётко-множественного метода при оценке финансовой устойчивости инфокоммуникационных компаний / А. Р. Диязитдинова, А. А. Сапрыкина // Инфокоммуникационные технологии. – 2018. – Том 16. – №3. – С. 310–317.
15. Старинець О. Г. Оцінка фінансового стану телекомунікаційного підприємства в системі антикризового управління / О. Г. Старинець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – Випуск 21. – С. 407–411.
16. Чайка Т. Ю. Розрахунок коефіцієнтів ліквідності за балансом, урахування фінансових і виробничих особливостей підприємства під час здійснення коефіцієнтного аналізу ліквідності / Т. Ю. Чайка, С. Є. Лошакова, Я. С. Водоріз // Економіка та суспільство. 2018. – №12. – С. 900–908.
17. Волощук Л.О. Інноваційний розвиток та економічна безпека промислових підприємств: проблеми комплексного управління: монографія / Л. О. Волощук. – Одеса : Бондаренко М. О., 2015. – 396 с.
18. Давиденко Н. М. Інвестиційна привабливість підприємств / Н. М. Давиденко // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2017. – Вип. 13. – Т. 1. – С. 59–68.
19. Korol, T., & Korodi, A. (2012). An evaluation of effectiveness of fuzzy logic model in predicting the business bankruptcy. *Institute for Economic Forecasting*, (3), 92–107.
20. Пегат А. Нечеткое моделирование и управление / А. Пегат ; пер. с англ. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 798 с.

References

1. Korpan, O.V. (2017). Metody otsiniuvannya rivnia finansovoi bezpeky pidpriemstva. *Efektivna ekonomika*, (1). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5401>.
2. Kampo, H.M., Dochynets N.M., & Havrylets O.V. (2017). Otsinka finansovoi stiiosti pidpriemstv Ukrainy. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu*, Ser. «Ekonomika». Issue 1(49), T.1, 150-158.
3. Yelisieieva, O.K., & Simon, H.S. (2016). Analiz hroshovykh potokiv firmy yak skladova formuvannya stratehii staloho rozvytku. *Biznes-Inform*, 1(2), 380-384.
4. Herasymenko, S.S., & Holovach, N.A. (2003). Peredbachennia finansovoho stanu pidpriemstva pry otsyntsi yoho zdatnosti do prodovzhennia diialnosti. *Actualni problemy ekonomiky*, (4), 2-4.
5. Hladchenko, T.M. (2001). Ekonomichna bezpeka pidpriemnytskoi diialnosti. *Actualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. *Zbirnyk naukovykh prats*, Issue 26. (pp. 295-299). Kyiv: VTsP «Kyivskyi universytet», Instytut mizhnarodnykh vidnosyn.
6. Altman, E.I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *The Journal of Finance*, (4), 589-609. doi.org/10.1111/j.1540-6261.1968.tb00843.x
7. Toffler, R., & Tishaw, H. (1977). Going, going, gone – four factors which predict. *Accountancy*, March, 50-54.
8. Parshyna, O.A., Miachyn, V.H., & Kutsynska, M.V. (2016). Obhruntuvannya ta pobudova funktsii nalezhnosti v nechitko-lohichnii modeli otsinky finansovoho stanu pidpriemstva ta ryzyku nastannia yoho bankrutstva. *Visnyk ONU imeni Mechnykova*, T.21, Issue 5(48), 86-91.
9. Miachyn, V.H., & Kutsynska M.V. (2015). Vyznachennia priorytetnosti pokaznykiv finansovoho stanu, obranykh dlia otsinky ryzyku bankrutstva promyslovykh pidpriemstv metodom nechitkykh mnozhyn. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, Issue 14, 159-163.
10. Tereshchenko, O.O. (2004). Antykryzove finansove upravlinnia na pidpriemstvi. Kyiv: KNEU.
11. Krakos Yu.B., & Razhon R.O. (2008). Upravlinnia financovoi bezpekoii pidpriemstv. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*. 1(1), 86-97.

12. Blank, I.A. (2004). *Upravlenie finansovoy bezopasnostiu predpriyatiya*. Kiev: Elga, Nika-Centr.
13. Sosnovska, O.O. (2019). *Systema ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv zviazku*. Kyiv. Tsentr uchbovoi literatury.
14. Diyazitdinova, A.R. & Saprikina, A.A. (2018). *Primenenie nechytoko-mnozhestvennogo metoda pri ocenke finansovoy ustojchivosti infokommunikacionnykh kompaniy*. Infokommunikacionnye tehnologii, T.16, (3), 310-317. doi.org/10.18469/ikt.2018.16.3.09
15. Starynets, O.H. (2018). *Otsinka finansovoho stanu telekomunikatsiinoho pidpriemstva v systemi antykrizovoho upravlinnia*. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, Issue 21, 407-411.
16. Chaika, T.Yu., Loshakova, S.Ye., Vodoriz Ya.S. (2018). *Rozrakhunok koefitsientiv likvidnosti za balansom, urakhuvannia finansovykh i vyrobnychykh osoblyvostey pidpriemstva pid chas zdiysnennia koefitsientnoho analizu likvidnosti*. Ekonomika ta suspilstvo, (12), 900-908.
17. Voloshchuk, L. O. (2015). *Innovatsiyni rozvytok ta ekonomichna bezpeka promyslovykh pidpriemstv: problemy kompleksnoho upravlinnia: monohrafiia*. Odesa: Bondarenko, M.O.
18. Davydenko, N.M. (2017). *Investytsiina pryvablyvist pidpriemstv*. Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu, Issue 13, T. 1, 59-68.
19. Korol, T., & Korodi, A. (2012). *An evaluation of effectiveness of fuzzy logic model in predicting the business bankruptcy*. Institute for Economic Forecasting, (3), 92-107.
20. Pegat, A. (2009). *Nechetkoe modelirovanie i upravlenie*. Moskva: BINOM, Laboratoriya znaniy.

ALGORITHM FOR CONSTRUCTING AN INTEGRAL INDICATOR OF FINANCIAL SECURITY OF AN ENTERPRISE USING A FUZZY-LOGICAL APPROACH

V. H. Myachin, D.E., Associate Professor, O. V. Stovpnyk, Ph. D (Tech.), Associate Professor, V. A. Karpenko, Senior Lecturer, O. V. Miroshnichenko, Post-graduate student, Ukrainian State University of Chemical Technology

Methods. The methodological basis of the research is the scientific works of domestic and foreign scientists and leading experts in the field of financial analysis and modeling of economic processes, as well as statistical and financial reporting data that are publicly available. To construct an integral indicator of the financial security of an enterprise, a fuzzy conclusion is used.

Results. It is shown that for assessing the level of the financial security indicator of an enterprise, the fuzzy set method is the most effective in comparison with linear models, since it takes into account the uncertainty of the internal and external environment of the enterprise as much as possible. The fuzzy expert system actually allows you to use a significant number of input parameters, both quantitative and qualitative. The specific choice of input parameters should be justified, on the one hand, by their weight, and on the other hand, by the complexity of collecting data necessary to assess the state of financial security of the enterprise.

To implement the proposed fuzzy-logical approach to determining the integral indicator of financial security of an enterprise (Financial Security (FS)), Financial coefficients are used that characterize solvency (Current Ratio (CR)), financial independence (Equity Ratio (ER)), profitability of total assets of the enterprise (Return on Assets (ROA)) and affect the target indicator.

Novelty. The general structure of the fuzzy logic expert system constructor is presented as a data transformation within the system itself. For a fuzzy-logical approach, in order to determine the integral indicator of financial security of an enterprise Y123 (Financial Security (FS)), three input indicators are selected that affect the target indicator, namely: the current liquidity ratio X1(CR), the autonomy ratio X2 (ER) and the return on total assets ratio X3(ROA).

Practical value. Indicators that make it possible to assess the financial security of enterprises to the greatest extent are proposed, and practical recommendations are given for the ranges of their optimal values for constructing an integral indicator of the financial security of enterprises using a fuzzy-logical approach.

Keywords: financial security of the enterprise, integral indicator, fuzzy Expert System, current liquidity ratio, financial autonomy coefficient, return on total assets coefficient.

Надійшла до редакції 23.11.21 р.

ПЛАТІЖНА СИСТЕМА ЯК БАЗОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНО-ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ

О. В. Єрмошкіна, д. е. н., професор, ermoshkina.o.v@nmu.one, 0000-0002-4013-3575,

Н. М. Мусаєва, аспірант, musaieva.n.m@nmu.one, 0000-0002-1743-3481,

НТУ «Дніпровська політехніка»

Методологія дослідження. Для вирішення визначених в роботі задач були використані методи: історичний та логічний – для вивчення існуючих тлумачень поняття «платіжна система» та критичного аналізу – для формулювання власного визначення даної категорії з огляду на особливості цифрової трансформації економіки, методи систематизації – для формування та обґрунтування підходу щодо побудови авторського бачення процесів розвитку платіжної системи як базового елементу цифрової економіки. Також в дослідженні використано базові концепції поведінкових фінансів, які дозволили встановити мотиваційні особливості формування ФінТех та ТехФін компаній на фінансовому ринку.

Результати. У статті сформульовано нове тлумачення поняття «платіжна система» з метою його актуалізації для подальшого виявлення закономірностей взаємодії економічних суб'єктів у механізмі цифрової економіки. Проведене дослідження теорій розвитку платіжних інструментів дозволило охарактеризувати роль платіжної системи в економіці. На основі ретроспективного аналізу процесу розвитку платіжної системи із застосуванням еволюційного підходу виділено етап появи ФінТех та ТехФін компаній. З метою виявлення ступеня проникнення компаній нового типу на традиційний фінансовий ринок досліджено динаміку обсягу платежів представників ТехФін (PayPal) та динаміку зростання клієнтської бази ФінТех (monobank), що є прикладами трансформованих успішно функціонуючих цифрових інструментів.

Новизна. Запропоноване тлумачення поняття «платіжна система» дозволяє комплексно охопити усіх економічних суб'єктів, що є учасниками процесу обміну платіжними інструментами, та ефективно аналізувати взаємодії як класичних, так і новоутворених економічних інститутів у процесі цифрової трансформації суспільства.

Практична значущість. Виявлена різниця між поняттями ТехФін компаній та ФінТех впроваджень дозволяє розмежувати їхню діяльність, підготуватись компаніям юридично та технологічно, та вибрати відповідний шлях реалізації нової технології для здійснення фінансових операцій.

Ключові слова: платіжна система, платіжний інструмент, ТехФін компанія, ФінТех впровадження, поведінкові фінанси.

Постановка проблеми. Надійні та ефективні платіжні системи є запорукою стабільного функціонування економіки в цілому. З активним розвитком електронної безготівкової економіки в Україні та світі зростає популярність безготівкових розрахунків, які в основному здійснюються за допомогою платіжних систем. Вони, певною мірою, спрощують, прискорюють та забезпечують безпеку фінансових операцій між

контрагентами. Сучасна епідемічна ситуація, поширення коронавірусної інфекції COVID-19 та встановлення карантину також призводить до мінімізації споживання готівки.

Глобальна інформатизація стала основою для формування нової економічної моделі, цифрові та інституційні основи якої реалізуються за допомогою механізмів стратегій інноваційного розвитку

найсучасніших країни світової економіки. Зміна норм і правил, глобалізація та трансформація елементів платіжної системи спонукає до поглиблення вивчення поняття «платіжна система».

Крім того, слід зазначити, що в сучасних умовах інформаційної трансформації суспільства виникають певні ризики та загрози щодо створення, впровадження та використання певних платіжних технологій та інструментів, що, у свою чергу, позначається на ставленні окремих економічних суб'єктів до фінансових технологій, інструментів, платіжних систем. В цьому аспекті важливим є не тільки розуміння сутності та механізмів функціонування платіжних систем, гібридних фінансових утворень, а й поведінкових аспектів створення, впровадження та використання відповідних фінансових, технологічних та платіжних технологій, механізмів, процедур.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням безготівкових розрахунків та розрахунково-касових операцій, проблемам електронних грошей присвячені роботи вітчизняних та іноземних науковців Я. Белінської, Я. Лінкера, А. Ліппіса, Т. Маршала, О. Махаєвої, В. Міщенко, А. Святенка та інших.

Розробкою стратегій розвитку інформаційної (цифрової) економіки займаються уряди провідних країн світу (Австралії, Канади, США, Японії, Китаю та ін.) та міжнародні організації (ОЕСР, Світовий банк, Європейська Комісія тощо). Також дослідженню цієї проблематики присвячували свої роботи такі вітчизняні дослідники як Циганов С. А., Апелкова В. В. [1], Бабух І. Б., Нікіфоров П. О. [2], Островська Н. С., Лотоцький Б. І. [12] та інші.

Варто зазначити, що у наведених наукових доробках автори розглядають платіжну систему лише як сукупність інструментів та методів, тобто характеризується лише механізм, а не система в цілому.

В контексті даної роботи платіжна система розглядається як елемент еволюційної економіки. Бо еволюційна економіка пов'язана з вивченням процесів, які трансформують економіку для компаній, установ, галузей, зайнятості, виробництва, торгівлі та

зростання внутрішньо, завдяки діям різних суб'єктів на основі досвіду та взаємодії за допомогою еволюційного методу.

Враховуючи зазначене, доцільно надати подальший розвиток існуючим підходам до тлумачення поняття «платіжна система» в контексті розвитку (або, можливо, з урахуванням особливостей цифрового суспільства та цифрової економіки).

Необхідно підкреслити, що в більшості теоретичних досліджень платіжні системи, а також інші сучасні фінансові технології розглядаються саме з класичної точки зору, коли всі економічні агенти виходять з позицій раціонального вибору переваг та критичної оцінки недоліків певних операцій. На таких саме позиціях ґрунтуються й дослідження щодо функціонування нових компаній, орієнтованих на поєднання сучасних фінансових інструментів, операцій, процедур та технологій їх імплементації.

Однак, як свідчать дослідження, які висвітлюють поведінкові аспекти діяльності економічних суб'єктів та учасників фінансового ринку, такі фактори, як поведінкові особливості, емоційна складова прийняття фінансових рішень, схильність економічних суб'єктів до опортуністичної поведінки, тощо, мають далеко не другорядне значення та суттєво впливають на результати та процеси функціонування таких гібридних компаній.

Формулювання мети статті. Метою даного дослідження є визначення поняття платіжної системи з урахуванням вимог, елементів та компонентів цифрової економіки з інституціональної та поведінкової точки зору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова (інформаційна) ера характеризується великою концентрацією даних в інтернет-середовищі. Багато процесів переходить у цифровий формат, зменшується вплив традиційних фінансових інститутів на процес грошового обміну. Цифровий формат передбачає використання сучасних технологій для здійснення операцій віддалено.

З появою ТехФін компаній та ФінТех впровадженнь, процес обміну платіжними інструментами трансформувався зі звичного відвідування установ чи комунікації з їх представниками у онлайн-операції, що мо-

жуть бути здійснені миттєво та без залучення інших людей. Зважаючи на це, для більш точного вивчення економічних процесів та виявлення закономірностей у економічній діяльності у цифровій ері, існує необхідність перегляду трактувань поняття «платіжна система» та запропонування нового тлумачення, що включає нові інструменти та суб'єкти, які не були враховані раніше.

Платіжна система – це сукупність відносин, що виникає між економічними суб'єктами в процесі створення, обміну, розподілу та перерозподілу платіжних інструментів з метою здійснення розрахунків, переказу коштів та врегулювання боргових зобов'язань між учасниками економічного обігу.

Суб'єктами національної економіки є інституційні одиниці (підприємства, організації, установи, домашні господарства), які

здійснюють певний вид економічної діяльності.

Не випадково поняття «платіжної системи» помилково ототожнюють з поняттям «платіжна організація», тому що основну функцію платіжної системи впроваджують саме платіжні організації. З цієї точки зору можна розглядати платіжну систему як економічно-соціальний інститут з сукупністю встановлених правил гри та діючих відповідно до цих правил соціальних суб'єктів, у першу чергу організаційних структур.

Аналізуючи підходи до визначення терміну «платіжна система» (табл.1), слід констатувати, що як в сучасних дослідженнях, так і в дослідженнях попередніх років відсутня єдина думка щодо визначення цього терміну.

Таблиця 1

Тлумачення змісту терміну «платіжна система» вітчизняними та зарубіжними авторами

Автор	Визначення терміну «платіжна система»	Особливості підходу
І. Б. Бабух	Платіжною системою є <u>сукупність юридичних норм</u> , які регулюють у суспільстві організацію кредитних грошей та порядок їх використання у функції платежу і функції обігу [2]	Відсутня конкретика щодо суб'єктів платіжної системи та її елементів. П. с. розглядається лише з юридичного боку або лише як механізм, не торкаючись економічної сутності поняття.
НБУ/Відповідно до Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні»	Платіжна система (payment institution) – платіжна організація – <u>учасники</u> платіжної системи та <u>сукупність відносин</u> , що виникають між ними при проведенні переказу коштів. Проведення переказу коштів є обов'язковою функцією, що має виконувати П. с.[3]	
Фредерік Мишкін	Платіжна система – <u>метод</u> проведення ділових операцій в економіці [4]	
М. Образцов	Платіжна система – <u>механізм</u> переказу коштів від однієї особи іншій за законами, правилами та стандартами, що визначають права, обов'язки та відповідальність учасників[5].	
Д. Лагутін	Платіжна система – це <u>система банківських механізмів</u> , які служать для переказу грошових коштів між суб'єктами господарювання [6]	
Дж. Є. Спіндлер	Платіжна система – це <u>ряд правил, установ і технічних механізмів</u> для переказу коштів, що є невід'ємною частиною грошово-кредитної системи економіки.	Дане визначення розкриває П. с. в контексті банківської сфери. Не є достатньо вичерпним в умовах розвитку ТехФін інструментів.
О. Д. Вовчак	Платіжна система – це <u>набір платіжних інструментів</u> , банківських і, як правило, міжбанківських систем переказу коштів, поєднання яких забезпечує грошовий обіг разом з інституційними правилами та процедурами, що регламентують використання цих інструментів і механізмів [7]	
І. С. Кравченко і Ю. С. Балакіна	Платіжна система є <u>інфраструктурою</u> фінансового ринку, що містить установу, яка забезпечує операційну діяльність платіжної системи, учасників платіжної системи, а також інші елементи, що забезпечують здійснення розрахунків за платежами і переказами учасників і користувачів послуг платіжних систем або третіх осіб шляхом взаємодії між ними у межах визначеного правового поля [8]	П. с. розглядається лише як установа, тим самим це визначення обмежує функції та сфери діяльності П. с.

Ю. Ю. Мазіна	Платіжна система – <u>сукупність інститутів</u> , інструментів та процедур, передбачених для врегулювання і погашення зобов'язань економічних суб'єктів під час придбання та використання ними матеріальних, нематеріальних та фінансових ресурсів [9]	П. с. розглядається з точки зору інструменту погашення зобов'язань, не враховуючи механізми, правила та норми, що властиві для платіжних систем.
О. М. Коробейникова	Платіжна система – <u>сукупність фінансових інститутів</u> , що здійснюють операційну, координаційну, консультаційну та інші види діяльності у сфері здійснення платежів і розрахунків в економіці та (або) її окремих секторах [10]	

Джерело: [2–10]

Як видно з табл. 1, при визначенні поняття «платіжна система» автори використовують такі категорії: сукупність норм, сукупність відносин, метод, механізм, набір інструментів, інфраструктура, сукупність інститутів. На наш погляд, наведені визначення поняття «платіжна система» тим чи іншим чином обмежені. Так, в роботах авторів І. Б. Бабух, Ф. Мишкін, М. Образцов, Д. Лагутін та Дж. Є. Спіндлер відсутня конкретика щодо визначення суб'єктів платіжної системи та її елементів [2, 4, 6]. Платіжна система розглядається лише з юридичного боку або лише як механізм, не торкаючись економічної сутності поняття. О. Д. Вовчак розкриває визначення терміну «платіжна система» лише в контексті банківської сфери, що, на наш погляд, не є достатньо вичерпним в умовах розвитку ТехФін інструментів [7]. В роботах І. С. Кравченко і Ю. С. Балакіна платіжна система розглядається лише як установа, що обмежує її функції та сфери діяльності [8]. Платіжна система Ю. Ю. Мазіною та О. М. Коробейниковою розглядається з точки зору інструменту погашення зобов'язань, не враховуючи механізми, правила та норми, що властиві для платіжних систем [9, 10].

Невизначеність у тлумаченні поняття «платіжна система» та розкритті його сутності, відсутність визначення чітких меж його використання в умовах розвитку інституціональної інфраструктури у процесі цифрової трансформації суспільства призводить до того, що вченими розробляються все нові і нові концептуальні основи використання платіжних систем.

Тому метою даної публікації є дослідження генезису розвитку підходів до визна-

чення терміну «платіжна система», розгляд сутності цього поняття та, на цій основі, формулювання концептуальних основ його застосування в умовах цифрової трансформації суспільства.

Об'єктом платіжної системи є платіжні інструменти. Платіжний інструмент – засіб конкретної форми на паперових, електронних або інших носіях, що використовується для ініціювання переказів. До платіжних інструментів належать переказні документи (включаючи рахунки) та електронні способи оплати.

Виходячи з цього, розвиток поглядів на поняття «платіжна система» можна проаналізувати через призму розвитку саме платіжних інструментів і того, як цей розвиток сприяв зміні поглядів на платіжну систему в цілому.

Оскільки основним платіжним інструментом є гроші, логічно почати з аналізу функції грошей як засобу платежу. В грошовій теорії цю функцію прийнято пов'язувати з появою кредиту, кредитних грошей. При появі кредитних операцій став відбуватися розрив у часі між рухом товару від продавця до покупця і зустрічним рухом грошей. Почався процес самостійного руху грошей, не пов'язаного з безпосереднім зустрічним рухом товарів. Це і визначило зародження самостійної функції грошей як засобу платежу. Поступове ускладнення економічних відносин формувало і нові вигоди до національних платіжних систем, як виникнення регулятора грошового обігу, емітента платіжних інструментів, формування вимог до учасників процесу, встановлення правил, принципів та норм здійснення платіжного обміну тощо[2].

Протягом століть гроші, як і погляди на них, змінювались, і навіть у наш час їх стан не можна вважати завершеним.

Сформульовано еволюцію платіжних інструментів як елементів платіжної системи (рис. 1).



Рис. 1. Еволюція платіжних інструментів як елементів платіжної системи [11]

У якості перших платіжних інструментів можна розглядати золото та срібло, які стали грошима через свою дорожнечу та довговічність. Вважається, що перші монети з'явилися в Китаї та в країнах Близького Сходу в XIII-XII ст. до н. е. Це були здебільшого мідні монети. Близько 4 тис. років тому в Ассирії почали карбувати монети із золота. Платіжна система у ті часи обмежувалась рухом лише цих металів і стосувалась більше індивідів, ніж цілих організацій та фінансових інституцій. Проблема системи платежів, яка ґрунтувалась тільки на до-

рогочінних металах, полягала в тому, що така форма грошей є дуже витратною і незручною.

Наступний етап у розвитку платіжних систем позначився появою паперових грошей як платіжного інструменту. Паперові гроші мають істотну перевагу порівняно з дорожчими металами, але водночас вони можуть стати повноцінним засобом обміну тільки за умови довіри до влади, яка здійснює їх емісію. Основним недоліком паперових грошей є те, що їх легко викрадають,

а також значні транспортні витрати, якщо йдеться про великі суми.

На цьому етапі велику роль на себе переймає влада, що стає гарантом законності та надійності грошей і є їх емітентом, зароджується поняття Центрального банку. Суттєвим фактором розвитку платіжних систем стала поява кредитних грошей: векселів та чеків, що дозволило знизити витрати на транспортування грошей та скоротило час обміну. Все це позитивно вплинуло на ефективність платіжної системи того часу. У цей період платіжна система залежала від фінансових установ та організацій, що здійснювали емісію цих платіжних засобів. Фінансові установи все більше закріплювали та розширювали сферу свого впливу[11].

Револьюційним в розвитку грошей стала поява електронних грошей. Система обігу, що базується на застосуванні комп'ютерних технологій, дала змогу здійснювати будь-які перекази та розрахунки миттєво, надійно та без зайвих трансакційних витрат. Основним платіжним інструментом стають платіжні кредитні та дебетові картки. Гравцями платіжної системи все ще залишаються економічні суб'єкти, установи-емітенти, влада та фінансові установи. Але тепер платіжна система – це цифрове рішення, що значно прискорює економічні процеси.

Платіжну карткову систему як один з інструментів безготівкової форми розрахунків розглядають в двох аспектах: функціональному та інституціональному. З точки зору функціонального аспекту платіжна карткова система є сукупністю механізмів, форм, методів, принципів організації переказу коштів від однієї особи іншій за зако-

нами, правилами та стандартами, що визначають права, обов'язки та відповідальність учасників.

Інституціональний аспект дозволяє розглядати платіжну карткову систему як сукупність інститутів, що законодавчо регулюються та забезпечують виконання боргових зобов'язань, які виникають в процесі економічної діяльності та формують в рамках систем умови для використання банківських платіжних карток обумовленого стандарту в якості платіжного засобу.

На практиці функціональний та інституціональний аспекти платіжної карткової системи утворюють єдність системи. Тобто механізми переказу коштів не існують поза інститутами, що їх забезпечують. Етап введення в обіг електронних грошей характеризується значним фокусом у банківській сфері як регулятора платіжної системи. На нашу думку, варто виділити ще один етап розвитку платіжної системи. Мова йде про виникнення нових платіжних інструментів, створенням яких світ завдячує не фінансовим установам чи компаніям, що емітують платіжні інструменти, а технологічним компаніям, що мають назву ТехФін компанії.

Компанії ТехФін – це технологічні компанії, які додатково пропонують фінансові послуги поряд із своїми основними технологічними продуктами. Їх не слід плутати з так званим ФінТех, які, у свою чергу, надають виключно фінансові послуги з використанням цифрових технологій. ТехФін компанії починають з розробки технологій, зв'язуючи, як їх можна пов'язати з фінансами. У табл. 2 наведено порівняння ТехФін компаній з ФінТех впровадженнями.

Таблиця 2

Порівняння ТехФін компаній з ФінТех впровадженнями

Порівняльна ознака	ТехФін	ФінТех
Організаційна структура	Окрема компанія	Є частиною фінансової установи
Основний вид діяльності	Не фінансовий	Фінансовий
Необхідність ліцензії	Не має	Фінансова установа, частиною якої є ФінТех впровадження, повинно мати ліцензію
Зв'язок з фінансовим ринком	Спочатку розробляють нову технологію, потім шукають зв'язок нової технології з фінансами	Шукають шляхи спрощення надання вже існуючих фінансових послуг

Прикладами таких компаній є технологічні гіганти Samsung, Apple, Amazon, Alibaba, тощо. На прикладі PayPal можна побачити динаміку зростання та розповсюдження впливу ТехФін компаній.

На рисунку 1 відображено щорічний обсяг платежів PayPal у період з 2012 по 2020 роки[13].

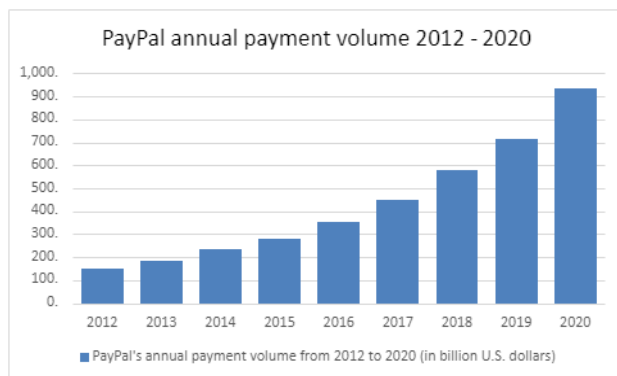


Рис. 1. Щорічний обсяг платежів PayPal 2012–2020 [13]

Як видно з рисунку 1 обсяги платежів не тільки зростають щорічно, але й темп росту з кожним роком все більший.

Варто зазначити, що за даними Всесвітнього банку, загальний обсяг грошових переказів склав у 2020 році 646,237 мільярдів доларів США[14]. Питома вага платежів з використанням PayPal у 2020 році склала 1,4% від загального обсягу платежів. На основі цих даних можна сказати, що в масштабах окремої компанії темп росту PayPal є значним, але констатувати великий вплив ТехФін на фінансовий ринок ще зарано.

Така активність ТехФін компаній призводить до частково змушеного розвитку інструментів фінансового сектору. Так створюються цифрові рішення для проведення платіжних операцій банками та фінансовими установами, спрощується порядок проведення та регулювання операцій шляхом діджиталізації.

В Україні прикладом ФінТех рішення існує так званий «банк в телефоні». Це банк під назвою monobank, що функціонує як мобільний додаток.

На Рисунку 2 відображено зростання клієнтської бази monobank у 2020 році[15].

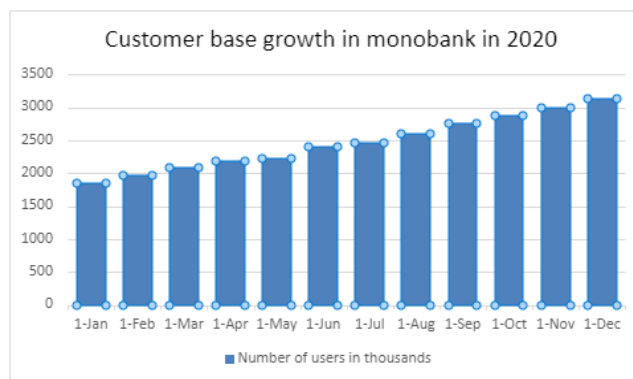


Рис. 2. Зростання клієнтської бази в monobank в 2020 році [15]

У 2020 році кількість клієнтів неухильно зростала. Показник збільшився в 1,7 рази з 1846,2 тис. до 3141,7 тис. клієнтів.

Але варто порівняти дані monobank з даними найбільшого банку країни – Приват-Банку. За даними з офіційного сайту ПриватБанку станом на 2020 рік їхніми послугами користуються понад 20 мільйонів клієнтів[16]. Це більше ніж у 6 разів, порівняно з клієнтською базою monobank. Тому можна зазначити стрімкий розвиток monobank, але про значне захоплення банківського ринку України констатувати зарано.

Такий стрімкий розвиток клієнтської бази можна пояснити затребуваністю інноваційних рішень у фінансовому секторі та конкуренцією, що створюється ТехФін компаніями.

Поряд із відомими платіжними системами за останнє десятиріччя на ринку з'явилися нові системи. Найвідомішою системою у сфері електронних грошей на основі смарт-карток є Mondex. Для цього використовуються спеціальні пристрої Mondex-сумісні телефони. Це дає змогу робити електронні перекази грошей між суб'єктами платіжної системи у будь-яке місце світу з використанням телефонних ліній зв'язку.

Телефон також є своєрідним персональним банкоматом, який може з банківського рахунку перевести на картку електронну готівку.

Західні економісти схиляються до думки, що в майбутньому паперові гроші – банкноти і чеки повністю зникнуть, їх замінять електронні міжбанківські трансакції.

Гроші залишаться, але стануть «невидимими».

Ці явище суттєво змінюють погляди на платіжну систему у контексті суб'єктів. Тепер рівноцінним суб'єктом є ще і технологічні компанії, що пропонують революційні та сучасні рішення для здійснення платежів.

На думку сучасного економіста Рісто Гогоскі «платіжна система – це не більше, ніж організований механізм передачі вартості між її учасниками». Ми вважаємо, що це спрощене та стисле визначення інституту платіжної системи. Але в деякому сенсі таке тлумачення відображає сучасні тенденції до спрощення та трансформації понять до більш простих.

Аналізуючи особливості функціонування як ФінТех, так і ТехФін компаній, можемо констатувати, що в цілому прийняття рішень щодо створення, впровадження та використання нових фінансових платіжних технологій та інструментів, організація нових фінансово-технологічних утворень в кінцевому підсумку приймаються як за раціональними мотивами різних груп інвесторів і власників бізнесу, такими як економічна ефективність, прибутковість, співвідношення між ризиком і доходом, рівень економічної та політичної стабільності в країні. тощо, так і за індивідуальним (особисті вподобання, подобається – не подобається критерій, патріотичний, ностальгічний, «бути унікальним» тощо), колективний (сімейний, регіональний, релігійний, національний підхід, «бути як інші» та ін.) і глобальні (зазвичай викликані глобальними тенденціями, включаючи аспекти пандемії) ірраціональні мотиви, спричинені груповою динамікою, груповою психологією та колективною поведінкою.

Розуміння базових мотивів прийняття рішень економічними суб'єктами – учасниками платіжних систем дає можливість державним органам розробити ефективну економічну та інвестиційну політику з метою прискорення інвестиційного процесу в країні. Більш того, рішення в таких сферах, як FinTech та TechFin, менше піддаються впливу ірраціональності, оскільки більша частина такого бізнесу базується на технологічних інноваціях (включаючи використання

штучного інтелекту, бази обробки великих даних для прийняття рішень, автоматизації рішень) та реалізується через міжнародні фінансові та технологічні компанії, коли раціональна основа переважає над ірраціональними особистими та груповими мотивами.

Але на початкових етапах існування такого бізнесу, особливо у формі запуску, він також може страждати від ірраціональності, викликані особистим впливом співзасновників, їхніми традиціями, життєвими принципами тощо. Такий вплив слід враховувати як державним органам, так і формування інвестиційної стратегії країни, що розвивається, та інвесторів при виборі напрямів для інвестицій та розміщення капіталу.

Висновки. Існує багато поглядів на визначення поняття «Платіжна система». Вони відрізняються, підходами, поглядами з різних наукових сфер. У роботі було надано удосконалене, більш точне та, у той самий час, більш узагальнююче поняття платіжної системи.

Платіжна система – це сукупність відносин, що виникає між економічними суб'єктами в процесі створення, обміну, розподілу та перерозподілу платіжних інструментів з метою здійснення розрахунків, переказу коштів та врегулювання боргових зобов'язань між учасниками економічного обігу.

З розвитком і трансформацією платіжних інструментів платіжна система еволюціонує. Від найпростішої системи, що задовольняє потребу погашення зобов'язань, платіжна система перетворилася на цілий економічний інститут зі своїми правилами, нормами та механізмами.

Наразі світ все більше глобалізується, процеси пришвидшуються та спрощуються. Ми споглядаємо утворення нових платіжних інструментів та видозміни звичної економіки. Тому питання визначення поняття платіжної системи, вивчення її ролі та впливу на економіку світу все ще залишається актуальними.

Література

1. Циганов С. А. Розвиток електронних платіжних систем в Україні: міжнародний аспект та ін-

ституціональні засади. / С. А. Циганов, В. В. Апелкова // Фінансовий простір. – 2015. – № 3 (19).

2. Бабух І. Б. Інституціональний підхід до аналізу платіжної системи як самостійної сфери економічних відносин / І. Б. Бабух, П. О. Нікіфоров // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Економічні науки. – 2016. – Вип. 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei_2016_2_12

3. Офіційний сайт НБУ – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>

4. Мишкін Ф. С. Економічна теорія грошей, банківської справи і фінансових ринків : підручник / Ф. С. Мишкін. – Київ: Williams, 2007.

5. Образцов М. Платёжные системы : Учеб. пос. / М. Образцов. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2002.

6. Лагутін В. Д. Гроші та грошовий обіг: Навч. пос. / В. Д. Лагутін. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2001.

7. Вовчак О. Д. Платіжні системи: Навч. пос. / О. Д. Вовчак, Г. Є. Шпаргало, Т. Я. Андрейків. – К. : Знання, 2008.

8. Кравченко І. С. Визначення сутності поняття «платіжна система». / І. С. Кравченко, Ю. С. Балакіна // Фінансовий простір. – 2014. – № 3 (15).

9. Мазіна Ю. Ю. Нагляд за платіжними системами (на прикладі приватних платіжних систем): автореф. дис. к. ек. наук: 08.00.10 / ІГХТУ. – Іваново, 2002.

10. Коробейникова О. М. Теоретико-методологічний аналіз сутності локальних платіжних систем / О. М. Коробейникова // Сучасна економіка: проблеми, тенденції, перспективи. – 2013. – № 9.

11. Івасів Б. С. Гроші та кредит : підручник / Б. С. Івасів. – К. : Кондор, 2008.

12. Островська Н. С. Ефективність міжнародних платіжних систем в умовах сучасних інформаційних технологій / Н. С. Островська, Б. І. Лотоцький // Східна Європа: економіка, бізнес та управління – 2018. – Випуск 1 (12).

13. PayPal – Statistics & Facts. Statista – Режим доступу: https://www.statista.com/topics/2411/paypal/#dossierSummary_chapter1

14. Personal remittances, received (current US\$) – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.TRF.PWKR.CD.DT?end=2020&start=2005&view=chart>

15. Підсумки 2020. monobank: – Режим доступу: <https://www.monobank.ua/2020?lang=uk>

16. Підсумки роботи ПриватБанку: – Режим доступу: <https://privatbank.ua/cpa/pidsumky>

References

1. Tsyhanov, S.A., & Apelkova, V.V. (2015). Rozvytok elektronnykh platizhnykh system v Ukraini: mizhnarodnyi aspekt ta instytutsionalni zasady. Finansovy prostir, 3(19).

2. Babukh, I.B., & Nikiforov, P.O. (2016). Instytutsionalnyi pidkhid do analizu platizhnoi systemy yak samostiynoi sfery ekonomichnykh vidnosyn. Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu, Ekonomichni nauky, Issue 2. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei_2016_2_12

3. Ofitsiyni sait NBU. (n.d.). /Retrieved from <https://bank.gov.ua/>

4. Myshkin, F.S. (2007). Ekonomichna teoriia hroshei, bankivskoi spravy i finansovykh rynkiv. Kyiv: Williams.

5. Obratsov, M. (2002). Platyozhnye sistemy. Sankt-Peterburh: SPbHUEF.

6. Lahutin, V.D. (2001). Hroshi ta hroshovi obih. Kyiv: Znannia.

7. Vovchak, O.D., Shparhalo H.Ye., & Andreikiv T.Ya. (2008). Platizhni systemy. Kyiv: Znannia.

8. Kravchenko, I.S., & Balakina, Yu.S. (2014). Vyznachennia sutnosti poniattia «Platizhna systema». Finansovy prostir, 3(15).

9. Mazina, Yu.Yu. (2002). Nahliad za platizhnymi systemami (na prykladi pryvatnykh platizhnykh system. Extended abstract of candidate's thesis. Ivanovo: IHKhTU.

10. Korobeynikova, O.M. (2013). Teoretyko-metodolohichniy analiz sutnosti lokalnykh platizhnykh system. Suchasna ekonomika: problemy, tendentsii, perspektyvy, (9).

11. Ivasiv, B.S. (2008). Hroshi ta kredyt. Kyiv: Kondor.

12. Ostrovska, N.S., & Lototskyi, B.I. (2018). Efektyvnist mizhnarodnykh platizhnykh system v umovakh suchasnykh informatsiinykh tekhnolohiy. Shhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, Issue 1(12).

13. PayPal - Statistics & Facts. Statista. Retrieved from https://www.statista.com/topics/2411/paypal/#dossierSummary_chapter1

14. Personal remittances received (current US\$). Retrieved from <https://data.worldbank.org/indicator/BX.TRF.PWKR.CD.DT?end=2020&start=2005&view=chart>

15. Pidsumky 2020. Monobank. Retrieved from <https://www.monobank.ua/2020?lang=uk>

16. Pidsumky roboty PryvatBanku. Retrieved from <https://privatbank.ua/cpa/pidsumky>

PAYMENT SYSTEM AS A BASIC ELEMENT OF THE DIGITAL ECONOMY:
INSTITUTIONAL-BEHAVIORAL ASPECTS

*O. V. Yermoshkina, D.E., Professor, N. M. Musaeva, Post-graduate student,
Dnipro University of Technology*

Methods. To solve the tasks identified in the work the following methods were used: historical and logical methods – to study the existing interpretations of the «payment system» concept, and critical analysis to formulate our own interpretation taking into account the features of digital economic transformation; systematization methods – to form and justify the approach to building the author's vision of the payment system development processes as a basic element of the digital economy. The study also used the basic concepts of behavioral finance, which allowed to establish the motivational features of FinTech and TechFin companies' formation in the financial market.

Results. The article formulates a new interpretation of «payment system» concept in order to update it to further identify economic entities interaction patterns in the mechanism of digital economy. The study of payment instrument development theories allowed the authors to characterize the role of the payment system in the economy. Based on a retrospective analysis of the development process of the payment system using an evolutionary approach, the stage of emergence of FinTech and TechFin companies was singled out. In order to identify the degree of penetration of new types of companies into the traditional financial market, there were studied the dynamics of payments of TechFin (PayPal) and the dynamics of growth of FinTech's customer base (monobank), which are examples of transformed successful digital instruments.

Novelty. The proposed interpretation of «payment system» concept allows to comprehensively cover all economic entities involved in the process of exchanging payment instruments, and effectively analyze the interaction of both classical and emerging economic institutions in the digital transformation of society.

Practical value. The formulated difference between the concepts of TechFin companies and FinTech implementations allows to differentiate their activities, prepare companies legally and technologically, and choose the appropriate way to implement new technology for financial transactions.

Keywords: payment system, payment instrument, TechFin company, FinTech implementation, behavioral finance.

Надійшла до редакції 18.11.21 р.

BANK'S CREDIT AND INVESTMENT PORTFOLIO STRUCTURE OPTIMIZATION

*N. M. Shtefan, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,
shtefannat@gmail.com, orcid.org/0000-0003-4779-2618*

Methods. The theoretical and methodological basis of the study includes the following methods: analysis and synthesis, theoretical generalization to study the process of managing the loan and investment portfolio of the bank; comparative analysis – to establish more efficient uses of the bank's financial resources; formalization (for setting the task of mathematical modeling); generalization and synthesis to substantiate the scientific approach in determining the optimal structure of the credit-investment portfolio of the bank.

Results. It was found that with the significant increase in bank deposits, lending to the economy continues to decline. This is facilitated by the current economic situation, which is characterized by further decline. Recovery of positive dynamics is impossible without structural changes. In the banking sector, changes are related to the development of global stock markets and investment activities of banks. A significant potential of commercial banks in intensifying investment activities is the ability to act simultaneously in two important areas – in the securities market and in the credit market, which are responsible for converting savings into investments.

Novelty. A strategy for managing the bank's loan and investment portfolio is proposed in order to maximize profits under different conditions of supply and demand of free banking resources ratio. An economic and mathematical model for optimizing the structure of the bank's loan and investment portfolio has been developed.

Practical value. The usage of economic-mathematical model to optimize the structure of the bank's loan and investment portfolio in order to maximize profits under different conditions of free banking resources supply and demand allows the bank to choose what to focus on –the securities market or credit market.

Keywords: credit and investment portfolio management, economic-mathematical model, target function, optimal structure, NBU standards.

Statement of problem. The effective functioning of Ukraine's banking system is the basis for the growth of its economy and social sphere. Therefore, increasing the efficiency of the banking sector is a priority for the progressive development of the national economy.

The main areas in which banks address involved resources for the purpose of their profitable use is the formation of balanced credit and investment portfolios.

If we consider the structure of assets of Ukrainian banks (Table 1), it can be noted that with the overall increase in bank assets by 37%, the amount of loans ranges from 963664–1118618 million UAH with the lowest amount of loans in 2021.

The share of loans in total banking assets has been declining over the last four years (from 82% to almost 53%) and this is a negative trend, which shows insufficient lending activity of banks.

© 2021. N. M. Shtefan. Published by Dnipro University of Technology on behalf of Economics bulletin of the National Mining University. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted reuse, distribution and reproduction in any medium provided the original work is property cited

Table 1

Total assets of Ukrainian commercial banks, UAH million [9]

Indicator	01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021
Assets (total)	1336358	1360764	1494460	1822814
Foreign currency assets	506533	494820	491855	585349
Total assets (unadjusted for reserves)	1848333	1911093	1982628	2209287
Total assets (not adjusted) in foreign currency	755091	778722	717422	745788
cash	44564	2029	56878	73348
bank metals	344	344	369	572
Funds in the NBU	37357	1997	76126	2002
Correspondent accounts opened with other banks	96280	86547	118221	176041
Time deposits in other banks and loans to other banks	28350	1992	1995	2037
Securities	425790	480608	538943	791345
Loans provided	1042798	1118618	1033539	963664
loans to public authorities	1517	2865	4724	11545
loans to business entities	870302	919054	822020	752503
loans to individuals	170938	196634	206761	199556
loans to non-banking financial institutions	42	66	33	60
Reserves for banks' active operations	516985	555871	492069	375459

The analysis of bank liabilities, in turn, shows a positive trend of growth of economic entities funds (more than 1.5 times), while another positive point is the growth of term funds (Table 2).

If we consider the changes in the liabilities of banks and the amount of loans, it can be noted that with the increase in liabilities of banks by 13.75% over the past four years, the amount of loans decreased by almost 18%.

Table 2

Total liabilities of Ukrainian commercial banks, UAH million [9]

Indicator	01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020	01.01.2021
Liabilities (total)	1336358	1360764	1494460	1822814
Capital	163597	155650	200854	210640
share capital	495377	465532	470712	479932
Bank liabilities	1172761	1205114	1293606	1612174
Bank liabilities in foreign currency	613696	587929	568561	647002
Time deposits of other banks and loans from other banks	50240			
funds of business entities	403927	406166	498156	646491
including time deposits of business entities	108214	110359	103191	147871
funds of individuals	478565	508869	552592	682029
including time deposits of individuals	325411	327615	336663	344353
funds of non-banking financial institutions	22907	23794	26885	34704
including time deposits of non-banking financial institutions	15225	15224	17397	17573

Therefore, we can conclude that against the background of a significant increase in bank deposits, lending to the economy continues to decline. This is caused by the current economic situation, which is characterized by further decline. This is a decrease in the purchasing power of the population due to reduced real incomes; and complicating relations with major trading partners, and the outflow of investment.

Restoration of positive dynamics is impossible without structural changes. Structural changes are impossible without investment processes that require the restoration of financial capacity and positive expectations of domestic and foreign investors.

Analysis of recent papers. Issues related to the credit policy of banks and ways to optimize it were studied by such scientists as: Vasilenko O. V. [2], Vladychin U. V. [3], Vovk V. Yu. [4], Vovchak O. D. [5], Hrushko O. I., Ivanenko T. I. [6], Lavrushina O. I. [7], Liubar O. O. [8] and others. However, most research does not pay enough attention to the main ways to optimize credit and investment policy. All this indicates the relevance of the topic, and therefore led to the choice of research direction in scientific and practical aspects.

Aim of the paper. The purpose of this article is to improve the management of credit and investment policy of commercial banks, develop practical recommendations for improving the mechanism for optimizing the structure of the bank's loan and investment portfolio to maximize bank profits at a given level of risk with maintaining bank liquidity.

Materials and methods. Changes in the banking sector are related to the development of global stock markets and investment activities of banks. A significant potential of commercial banks in intensifying investment activities is the ability to act simultaneously in two important areas – in the securities market and in the credit market, which are responsible for converting savings into investments.

Referring again to table.1. it should be noted that the amount of securities in the assets of Ukrainian banks increased 1.86 times from 2018 to 2021; at the same time, its share in total banking assets increased from 31.86% in 2018 to 43.41% in 2021.

Considering the loan and investment portfolio of Ukrainian banks over the past four years,

the share of loans decreased from 71% in 2018 to 55% in 2021 with a corresponding increase in the investment part of the portfolio to 45%.

According to the consolidated financial statements provided by the main regulator of the banking system of Ukraine, the following portfolios are allocated in which securities of commercial banks can be stored [1]:

- financial assets at fair value through profit or loss (trading securities) - securities acquired by the bank for resale in order to gain profit from short-term fluctuations in its price or dealer margin;

- securities at fair value through other comprehensive income (securities for sale) – securities purchased by the bank for a short period (up to 1 year) for future resale;

- securities carried at amortized cost (securities to be repaid) – purchased debt securities with fixed or determinable payments, also with a fixed maturity;

- investments in associates and subsidiaries are investments for the purpose of participation in capital. These are long-term investments of the bank.

To optimize the loan and investment portfolio, we will determine the tasks priority that the country's economy faces.

For companies it is more important to get a loan if necessary to support their core business, so the bank has to put the speculative income from exchange rate fluctuations to the second place.

In this case, the goal function in the task of maximizing (Z) the net interest income of the loan and investment portfolio will be the following:

$$Z = Z_{loan} + Z_{sec} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \sum_{k=1}^K \sum_{v=1}^V \frac{P_{ij} \times X_{ij}}{100} + \frac{CS_v \times S_v}{100} - \frac{P_{li} \times Y_{li}}{100} - \frac{C_{ki} \times D_{ki}}{100} \rightarrow \max \quad (1)$$

Z_{loan} – net interest income from credit operations;

Z_{sec} – net interest income from securities transactions;

P_{ij} – interest rate on the loan for the j –th borrower in the currency of the i-th type;

x_{ij} – the amount of credit allocated to the j –th borrower in the i-th type of currency;

where CS_v – interest rate on debt securities of the v -th type;

S_v – the amount of investment in securities of the v -th type;

C_{ki} – interest rate on the k -th deposit in the currency of the i -th type;

D_{ki} – the amount of the k -th deposit in the currency of the i -th type;

L – index of the bank where the loan was taken, and L – set of supplier banks;

Y_{il} – the volume of interbank credit taken in the l -th bank of the i -th type of currency;

P_{il} – interest rate on interbank credit for the l -th bank in the currency of the i -th type.

At the same time, securities provide interest income, and they have one-time costs when buying them. These costs will be reimbursed with maturity.

If the task of satisfying the demand for credit resources is put at first place, its solution has the following ways:

– in case of insufficient resources – attract interbank loans,

– when the supply of resources exceeds the demand – look for the best option for investing free resources in the investment securities portfolio.

The scheme of solving this problem is presented in Fig.1.

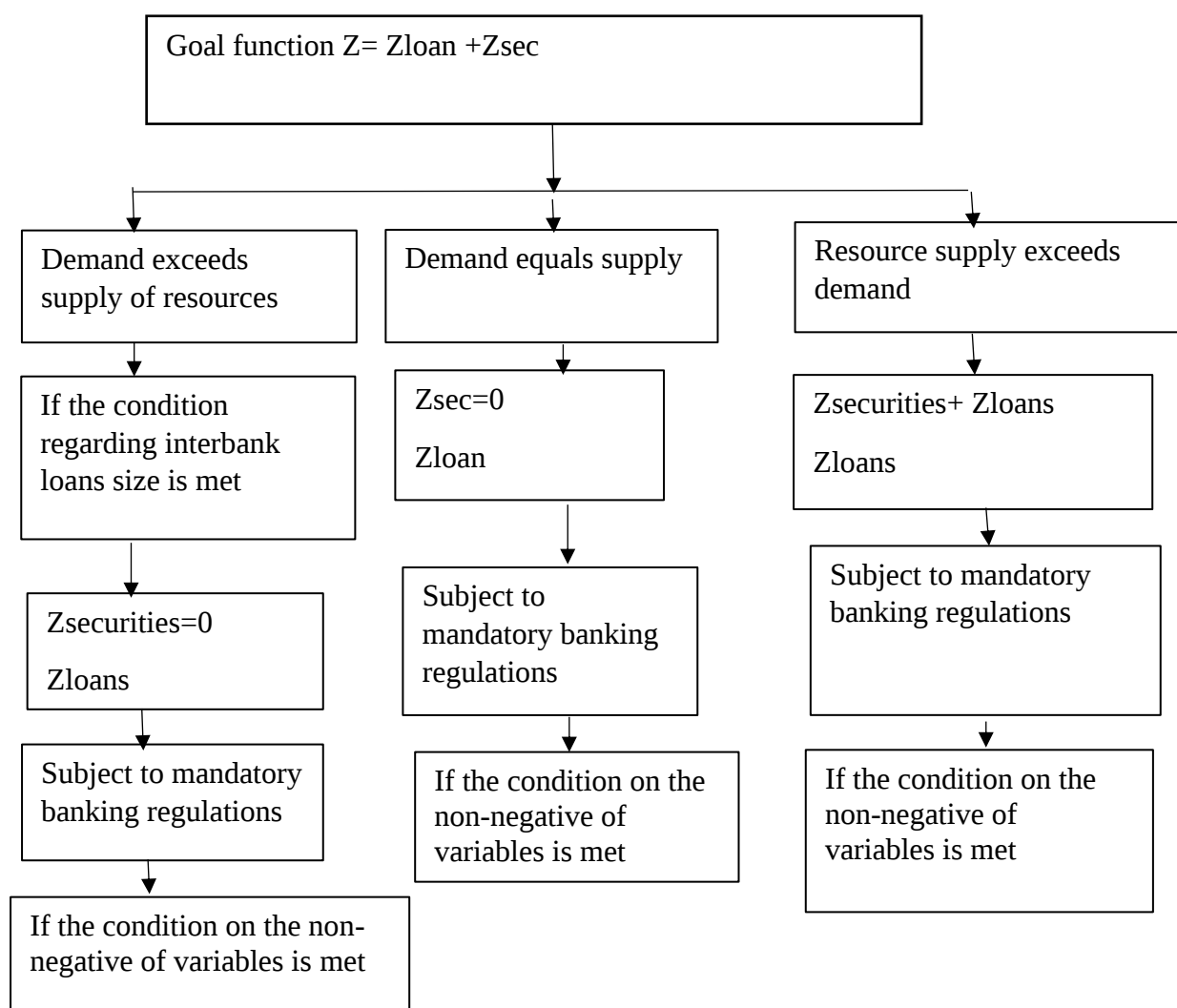


Fig.1. The scheme of solving the problem of maximizing the bank's net interest income by optimizing the bank's loan and investment portfolio

To build an economic-mathematical model of the problem, we introduce the following marking:

b – offer of free financial resources of the bank;

Q_{il} – the maximum possible amount of interbank credit in the l -th bank in the currency of the i -th type.

Q_i – the amount of free resources of the bank in the i -th type of currency.

It is needed to find the optimal structure of the loan and investment portfolio, which will ensure the maximum profit of the bank from both credit operations and securities transactions under the following conditions:

- 1) by the amount of free resources of the bank, taking into account the interbank loan

$$\sum_{i=1}^n X_{ij} = Q_i + Q_{li} \quad i = 1 \dots \bar{n} \quad (2)$$

- 2) on the ratio of supply and demand of free financial resources

$$\text{if } \sum_{i=1}^n X_{ij} \geq b, \text{ то } Z_{\text{цп}} = 0, \quad j = 1 \dots \bar{m} \quad (3)$$

3) non-negative variables

$$X_{ij} \geq 0; \quad Y_{il} > 0 \quad (4)$$

The author of the article analyzes the credit and investment portfolio of OTP Bank in order to optimize its structure. The structure and quality of the bank's loan portfolio largely determine its stability, reputation and financial success.

Analysis of the structure of the bank's OTP loan and investment portfolio shows that the bank is increasing its funds in banks and investing in securities (Table 3).

Table 3

Investments measured at fair value through other comprehensive income [10,11,12]

Indicator	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Investments measured at fair value through other comprehensive income			
Debt securities: Government	1 133 150	3 647 425	6 710 631
Debt securities: Corporate and banking	734	730	953
Debt securities measured at fair value through other comprehensive income	1 133 884	3 648 155	6 711 584
Provision for expected credit losses	(31 664)	(35 690)	(109 327)
Total investments measured at fair value through other comprehensive income – Sv	1 102 220	3 612 465	6 602 257
Interest income on investments measured at fair value through other comprehensive income	120 349	233 685	374 216
Return on investments measured at fair value through other comprehensive income – CSv	19.92	6.47	5.67
Investments measured at amortized cost			
Government debt securities – Sva	3 677 428	7 212 296	5 901 418
Interest income on investments measured at amortized cost	366 983	433 937	540 223
Return on investment, measured at amortized cost – CSva	9.98	6.02	9.15

The analysis of Table 3 showed that the growth of investments measured at fair value through other comprehensive income by 6 times compared to 2018 provided an increase in accrued interest on them by 3.12 times, while the growth of investments measured at amortized cost in 1.5 times led to a similar increase in interest income by 1.5 times compared to 2018.

This indicates a decrease in the yield of government debt securities, which are measured at amortized cost.

Analysis of the structure of the bank's loan portfolio showed that the largest share of loans falls on loans to legal entities: from 63% in 2018 to 68% in 2020 of the total loan amount (Table 4).

Table 4

The bank's loan portfolio structure [10,11,12]

Indicator	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Loans to legal entities and individual entrepreneurs	17 495 830	18 008 447	21 393 884
Consumer loans to individuals	6 106 219	7 989 370	8 197 852
Mortgage loans to individuals	3 359 928	2 420 805	1 371 488
Debts on financial lease	583 837	542 564	385 275
Loans granted under REPO transactions	184 113	696 130	-
Other loans to individuals	1 287	4 022	3 478
Total loans to clients before deducting the provision for expected credit losses	27 731 214	29 661 338	31 351 977
Expected credit losses	(5 672 162)	(4 349 945)	(3 713 784)
Excluding the provision for expected credit losses	22 059 052	25 469 028	27 797 157
Interest income on loans to clients	4 283 419	4 034 660	3 923 031
Loan portfolio yield, %	19.42	15.94	14.19

From March 10, 2020, the reserve requirements of banks depend on the currency of borrowed funds, not on their maturity, as it was before. A zero provisioning rate has been set for hryvnia funds, and 10% for foreign currency funds. This contributes to the two strategic goals of the National Bank – the intensification of bank lending and dedollarization of the economy.

In the studied bank, with the increase in the amount of loans, the reserves for covering the expected credit losses decrease annually. This change is due to a change in the reserve requirements for banks and contributes to the growth of the bank's loan portfolio. OTP Bank offers a loan program, which, depending on the terms of lending and the type of borrowers, consists of n = 32 types of credit (Table 5).

Table 5

Types of loans offered by OTP Bank [10,11,12]

Type of the loan	Terms of the loan					
	Annual rate, %	Loan term, months	Loan amount, thousand UAH	Commission, %		Insurance, %
				Monthly	One-time	
1	2	3	4	5	6	7
Loans to individuals: Product line 'Cash loan'						
1. «Prosto tak»	60	up to 36	up to 15	0	0	0.2% for repeated credit + grace period –1 month of interest-free use
2. «All inside» – for the bank's salary customers	45	up to 36	up to 50	0	0	0.2% for repeated credit + grace period –1 month of interest-free use
Express						
Standart cash						
3. Express	10	up to 36	up to 30	3.3	0	1
4. Express XXL	36	up to 36	up to 50	0.85	0	0,2

Continuation of Table 5

1	2	3	4	5	6	7
5. Idea challenge	10	up to 36	up to 30	3,99	0	0,5
6. Express 1000	39	up to 36	up to 20	0	5	optional
7. Big cash	36	up to 84	up to 1000	0,85	0	0,2
Loyalty program						
8. Big cash loyal	28,8	up to 84	up to 750	0,85	0	0,2
9. Big cash VIP – for salary clients of the bank with a salary above UAH 20,000	18	up to 84	up to 1000	0,85	0	0,2
Product line «Universal»						
10. XXXL for salary clients of the bank with a salary above UAH 35,000	27	up to 84	up to 1000	0	3	0,2
11. XXXL+	29,9	up to 84	up to 1000	0	3	0,2
Product line «Financial vaccination»						
12. Financial vaccine	39	up to 60	up to 100	0	3	0,2
13. Financial vaccine VIP	29	up to 84	up to 750	0	3	0,2
Product line «New building Universal»						
14. XXXL	27	up to 84	up to 1000	0	3	0,2
Product line «No limits CLASSIC»						
15. Money for cars and motorcycles	29,9	up to 84	up to 1000	0	3	0,2
16. Money for the car without limits FIX	0,01	3	up to 300	0	5,99	0,2 – optional
17. Money for the car without limits FIX	0,01	6	up to 300	0	9,99	0,2 – optional
18. Money for the car without limits FIX	0,01	9	up to 300	0	14,99	0,2 – optional
19. Money for the car without limits FIX	0,01	12	up to 300	0	18,99	0,2 – optional
20. Money for the car without limits FIX	0,01	18	up to 300	0	27,99	0,2 – optional
21. Money for the car without limits FIX	0,01	24	up to 300	0	33,99	0,2 – optional

Continuation of Table 5

1	2	3	4	5	6	7
22. No limits Grace2	29,9	up to 84	up to 750	0	6	0,2 + grace period 2 months at 0.01%
23.No limits Challenge	29,9	up to 36	up to 30	0	3	0,2
Cash loans for individual entrepreneurs						
24.Cash PE loan+	36	up to 60	up to 500	0,85	-	0,2
25.Cash loan PE New	36	up to 60	up to 500	0	-	0,2
26.Cash for PE 150	36	up to 60	up to 150	0,85	-	0,2
27.Express PE Challenge	10	up to 36		3,99	-	0,2
Loans for business						
28. Overdraft «Hospitable»	14,9	up to 36	up to 15000	0,5		Note: up to 40% of account receipts. Up to UAH 5 million without collateral
29.Overdraft «Instant»	15,9	up to 36	up to 15000	0,5		Note: up to 40% of account receipts. Up to UAH 5 million without collateral
30.Overdraft «Guaranteed payments»	15,5	up to 3	up to 2500	0,2		Note: No collateral No commission
31. Financing of agribusiness «AG-ROcredit Instant»	from 12	36	up to 15 000	0,5		Note: Basic requirements for the borrower: the presence of a land bank – from 400 hectares
32. Other term loans	13	up to 60	up to 400 МЛН. грн	1		0,2

Finding the optimal structure of the bank's loan portfolio.

The calculation used data on the bank's expenses, published in the report on financial results for 2020:

- interest expenses – 1 386 122 thousand UAH;
- commission costs – 506 572 thousand UAH;
- administrative and other operating expenses – 2 147 005 thousand UAH;
- deductions to the allowance for loan impairment – 836 210 thousand UAH

Thus, according to the results of 2020, the total amount of expenses (C) = 4,875,909 thousand UAH. For more accurate results, it is preferable to take into account only that part of the costs that are related to lending activities, but

the published financial statements do not contain such data. Suppose the bank's risk management sets the following values of shares:

$d\% = 1\%$, $h\% = 50\%$, $g\% = 33\%$. High-risk loans include cash loans with a credit card, car loans for up to 7 years, mortgages for up to 20 years, consumer loans for up to 10 years, blank overdrafts and express loans without collateral.

Low-efficiency loans include those with effective rates below 15%. At the same time, the total amount of the loan portfolio does not exceed the entire resource base of the bank, according to the bank's balance sheet as of December 31, 2020, its liabilities and equity amount to UAH 27,797,157,000.

The regulatory capital of the bank as of December 31, 2020 is 8,621,466 thousand UAH,

the share capital is 6,893,567 thousand UAH, respectively. To increase the accuracy of calculations, we take into account only the share of resources that the bank intends to invest in lending operations, because from year to year the share of resources that the bank invests in securities is growing.

The calculation will be carried out under the following conditions:

– in order to ensure a sufficient level of diversification of the loan portfolio, the share of each type of loan should not be less than a certain share (d%) of the total loan portfolio.

$$X_i \geq 0.01 \times \sum_i^n X_i \quad (5)$$

– the share of loans with a repayment period of more than 5 years, blank loans, cash loans, the intended use of which cannot be controlled by the bank, must exceed the share (d) but not more than the share (h): otherwise it may worsen financial results.

$$\sum_{\sigma=1}^l X_{risk} \leq 0.5 \times \sum_i^n X_i \quad (6)$$

where σ – type of risky loans;

l – number of risky loans.

– excessive prudence in lending activities can lead to insufficient or even negative financial results, so the share of low-performing loans should not exceed g% of the bank's loan portfolio:

$$\sum_1^m X_j \leq 0.3 \times \sum_i^n X_i \quad (7)$$

where j – type of low-performing loans;

m – number of low-performing loans.

– the amount of all loans may not exceed the available resources of the bank, if the bank is not able to attract interbank loans.

$$\sum_i^n X_i \leq P \quad (8)$$

where P – available resources of the bank.

– constraints of the National Bank, set in the form of credit risk standards

– standard of maximum credit risk per counterparty (H7):

$$X_{ij} \leq 0,25PK \quad j = 1, \dots, v \quad (9)$$

– High credit risk ratio (H8):

$$\frac{\sum_i^n X_{ik}}{PK} \times 100\% \leq 800\% \quad k=1, \dots, s \quad (10)$$

– Standard for the maximum amount of loans, guarantees and sureties granted to one insider (H9):

$$\frac{X_{il}}{CK} \leq 0.05 \quad l=1, \dots, m \quad (11)$$

– Standard of the maximum total amount of loans, guarantees and sureties provided to insiders (H10).

$$\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{CK} \leq 0.3 \quad (12)$$

$$\sum_{j=1}^v X_{ij} + \sum_{k=1}^s X_{ik} + \sum_{l=1}^m X_{il} = \sum_{i=1}^n X_i \quad (13)$$

$$v+s+m=n \quad (14)$$

Using the tool «Solver» of the Microsoft Office Excel environment, we find the optimal structure of the bank's loan portfolio by solving the optimization model, which is compiled using an array of data from table 5:

$$\begin{aligned} Z = & 0.6X_1 + 0.45X_2 + 0.1X_3 + \\ & 0.36X_4 + 0.1X_5 + 0.39X_6 + 0.36X_7 + \\ & 0.288X_8 + 0.18X_9 + 0.27X_{10} + 0.299X_{11} + \\ & 0.39X_{12} + 0.29X_{13} + 0.27X_{14} + 0.299X_{15} + \\ & 0.01X_{16} + 0.01X_{17} + 0.01X_{18} + 0.01X_{19} + \\ & 0.01X_{20} + 0.01X_{21} + 0.299X_{22} + 0.299X_{23} + \\ & 0.36X_{24} + 0.36X_{25} + 0.36X_{26} + 0.1X_{27} + \\ & 0.149X_{28} + 0.159X_{29} + 0.155X_{30} + \\ & 0.12X_{31} + 0.13X_{32} - 4\,875\,909 \rightarrow \max \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_i & \geq 0.01 \times \sum_{i=1}^n X_i \\ X_7 + X_8 + X_9 + X_{10} + X_{11} + X_{13} + X_{14} + X_{15} \\ & + X_{22} + X_{31} \leq 0.5 \times \sum_{i=1}^n X_i \\ X_7 + X_8 + X_9 + X_{10} + X_{11} + X_{13} + X_{14} + X_{15} \\ & + X_{22} + X_{28} + X_{29} + X_{30} + X_{31} \\ & \leq 0.33 \times \sum_{i=1}^n X_i \\ X_i & \leq 0.25 \times 8\,621\,466 \\ \sum_{i=1}^n X_i & = 27\,797\,157 \end{aligned}$$

The results of calculating the optimal structure of the bank's loan portfolio are shown in table 6.

Thus, the most profitable for the bank are:

– product line «Cash loan for individuals» (1. «Prosto tak», 2. «All inside», 3. Express, 4. Express XXL, 5. Idea challenge, 6. Express 1000, 7. Big Cash), as well as loans cash for individual entrepreneurs (24. Cash PE loan, 26. Cash for 150, 27. Express Challenge).

The bank has already begun to change the structure of the loan portfolio. Thus, over the last three years, the growth rate of loans to legal entities was 1.22, while the growth rate of loans to individuals was 1.34.

The rest of the loans are not so attractive for the bank, as they are either too risky or low-profitable, so their share should be 1% of the total portfolio to ensure the appropriate level of diversification.

Table 6

The results of calculating the optimal structure of the bank's loan portfolio

Variable	The value of the variable (loan amount), thousand UAH	Loan share (in% of the total loan portfolio)
X1,X2,X3,X4,X5,X6,X7	2155366,5	0.077539
X8,X9,X10,X11	277971,57	0.01
X12	406089,03	0.01461
X13,X14,X15,X16,X17, X18,X19,X20,X21,X22,X23	277971,57	0.01
X24	2155366,5	0.077539
X25	277971,57	0.01
X26,X27	2155366,5	0.077539
X28,X29,X30,X31,X32	277971,57	0.01
TOTAL	27 797 157	1

All these measures will allow the bank to receive net interest income in the amount of 7,605,238 thousand UAH.

But the share of the loan portfolio in total assets is only 47.14%. The total amount of investments measured at fair value through other comprehensive income and investments measured at amortized cost is UAH 12,503,675 thousand, accounting for 21.21% of total assets. Therefore, the next step is to optimize the bank's investment and loan portfolio in accordance with the objective function (1), which takes into account interest income from investments in securities, subject to the necessary restrictions (2-14).

$$Z = 0.6X_1 + 0.45X_2 + 0.1X_3 + 0.36X_4 + 0.1X_5 + 0.39X_6 + 0.36X_7 +$$

$$0.288X_8 + 0.18X_9 + 0.27X_{10} + 0.299X_{11} + 0.39X_{12} + 0.29X_{13} + 0.27X_{14} + 0.299X_{15} + 0.01X_{16} + 0.01X_{17} + 0.01X_{18} + 0.01X_{19} + 0.01X_{20} + 0.01X_{21} + 0.299X_{22} + 0.299X_{23} + 0.36X_{24} + 0.36X_{25} + 0.36X_{26} + 0.1X_{27} + 0.149X_{28} + 0.159X_{29} + 0.155X_{30} + 0.12X_{31} + 0.13X_{32} + 0.0915 \times CS_{va1} + 0.0567 \times CS_{v1} - 4\,875\,909 \rightarrow \max$$

At the same time, the bank's loan and investment portfolio will account for 60% of total bank assets, and net interest income will amount to 11,421,138.09 thousand UAH.

The results of calculating the optimal structure of the bank's loan portfolio are shown in table 7.

Table 7

The results of calculating the optimal structure of the bank's loan and investment portfolio

Variable	The value of the variable (loan amount), thousand UAH	Portfolio structure (in% of the total loan and investment portfolio)
The amount of loans granted	27 797 157	69
The bank's investments in securities valued at amortized cost	12 503 675	31
Total	40 300 832	100

Conclusions. According to the results of the study, the following conclusions can be drawn. Regarding the formation of the optimal structure of the commercial bank loan portfolio at the time of excess demand for banking resources over their supply is determined:

The most profitable for the bank are:

– product line «Cash loan for individuals» (1. «Prosto tak», 2. «All inside», 3. Express, 4. Express XXL, 5. Idea challenge, 6. Express 1000, 7. Big Cash)

– loans cash for individual entrepreneurs (24. Cash PE loan, 26. Cash for 150, 27. Express Challenge).

Other loans are not so attractive to the bank, because they are either too risky or low-profitable.

Regarding the formation of the optimal structure of the credit and investment portfolio of a commercial bank at the time of free banking resources excess over their demand, it is determined that 69% of the total portfolio should be loans to bank customers and 31% – bank investments in securities valued at amortized cost. Net interest income in this case will amount to 11,421,138.09 thousand UAH. The bank's credit and investment policy may change depending on the market situation in accordance with the bank's strategic objectives.

Література

1. Постанова Правління Національного банку України від 28.08.2001 р. № 368 «Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>
2. Васюренко О. В. Банківський менеджмент: навч. пос. / О. В. Васюренко. – К. : Академія, 2001. – 320 с.
3. Владичин У. В. Банківське кредитування / У. В. Владичин. – Київ : Атака, 2008. – 648 с.
4. Вовк В. Я. Кредитування і контроль: навч. пос. / В. Я. Вовк, О. В. Хмеленко. – К. : Знання, 2008. – 463 с.
5. Вовчак О. Д. Кредит і банківська справа: підр. / О. Д. Вовчак. – К. : Знання, 2008. – 564 с.
6. Грушко В. Оптимізація структури кредитного портфеля комерційного банку / В. Грушко, Т. Іваненко // Вісник Національного Банку України. – №2. – 2014.

7. Лаврушина О. І. Банківський менеджмент: підручник. – 2-е вид., перераб. і доп. / О. І. Лаврушина. – М. : КНОРУС, 2011. – 560 с.

8. Любар О. О. Кредитна політика банків: види та моделі / О. О. Любар // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2010. – № 3(9). – С. 183–185.

9. Основні показники діяльності банків / Статистика банків України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/>.

10. Річний звіт ОТП банку за 2018 рік. – Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.otpbank.com.ua/upload/medialibrary/816/report-2018.pdf>

11. Річний звіт ОТП банку за 2019 рік. – Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.otpbank.com.ua/upload/medialibrary/ede/2019.pdf>

12. Річний звіт ОТП банку за 2020 рік. – Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.otpbank.com.ua/pdf/annual_reports/2020/2020report.pdf

References

1. Postanova Pravlennia Natsionalnoho Banku Ukrainy Pro zatverdzhennia Instruktii pro poriadok reguluvannia diialnosti bankiv v Ukraini: vid 28.08.2001, №368. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>
2. Vasiurenko, O.V. (2001). Bankivskiy menedzhment. Kyiv: Akademiia.
3. Vladychyn, U.V. (2008). Bankivske kredytuvannia. Kyiv: Ataka.
4. Vovk, V.Ya., & Khmelenko, O.V. (2008). Kredytuvannia i kontrol. Kyiv: Znannia.
5. Vovchak, O. (2008). Kredyt i bankivska sprava. Kyiv: Znannia.
6. Grushko, V., & Ivanenko, T. (2014). Optymizatsiia struktury kredytnoho portfeliu komertsyynoho banku. Visnyk NBU, (2), 28-32.
7. Lavrushyna, O.I. (2011). Bankivskiy menedzhment. (2nd ed., rev.). Moskva: KNORUS.
8. Liubar, O.O. (2010). Kredyt na polityka bankiv: vydy ta modeli. Visnyk universytetu bankivskoi spravy NBU, 3(9), 183-185.
9. Osnovni pokaznyky diialnosti bankiv / Statystyka bankiv Ukrainy. Retrieved from <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/>.
10. Richnyy zvit OTP banku za 2018 rik. Retrieved from <https://www.otpbank.com.ua/upload/medialibrary/816/report-2018.pdf>
11. Richnyy zvit OTP banku za 2019 rik. Retrieved from <https://www.otpbank.com.ua/upload/medialibrary/ede/2019.pdf>
12. Richnyy zvit OTP banku za 2020 rik. Retrieved from https://www.otpbank.com.ua/pdf/annual_reports/2020/2020report.pdf

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЮ БАНКУ

Н. М. Штефан, к. т. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка,

Методологія дослідження. Теоретико-методологічну базу дослідження склали наступні методи: аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення – для дослідження процесу управління кредитно-інвестиційним портфелем банку; порівняльного аналізу – для встановлення більш ефективних напрямів використання фінансових ресурсів банку; формалізації (для постановки завдання математичного моделювання); узагальнення та синтезу – для обґрунтування наукового підходу при визначенні оптимальної структури кредитно-інвестиційного портфелю банку.

Результати. Виявлено, що на фоні суттєвого збільшення банківських депозитів кредитування економіки продовжує скорочуватись. Цьому сприяє поточна економічна ситуація, яка характеризується подальшим занепадом. Відновлення позитивної динаміки неможливе без структурних зрушень.

У банківській сфері зміни пов'язані з розвитком світових фондових ринків та інвестиційної діяльності банків. Вагомий потенціал комерційних банків в активізації інвестиційної діяльності це можливість діяти одночасно у двох важливих напрямках — на ринку цінних паперів і на кредитному ринку, які відповідають за перетворення заощаджень в інвестиції.

Новизна. Запропоновано стратегію управління кредитно-інвестиційним портфелем банку з метою максимізації прибутку за різних умов співвідношення попиту і пропозиції вільних банківських ресурсів. Розроблено економіко-математичну модель оптимізації структури кредитно-інвестиційного портфелю банку.

Практична значущість. Використання економіко-математичної моделі оптимізації структури кредитно-інвестиційного портфелю банку з метою максимізації прибутку за різних умов співвідношення попиту і пропозиції вільних банківських ресурсів дає можливість банку робити вибір: де в даний момент потрібно зосередити свою діяльність - на ринку цінних паперів чи на кредитному ринку .

Ключові слова: управління кредитно-інвестиційним портфелем, економіко-математична модель, цільова функція, оптимальна структура, нормативи НБУ.

Надійшла до редакції 19.11.21 р.

МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ТОВАРИ МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ ЦИТРУС НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ЕЛЕКТРОНІКИ

С. Я. Касян, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», kasian.s.ya@nmu.one,
orcid.org/0000-0002-7103-4457,

О. О. Зуб, здобувач, НТУ «Дніпровська політехніка», zub.o.o@nmu.one

Методологія дослідження. У статті використано такі методи та інструменти наукових досліджень: конкурентний аналіз – при встановленні конкурентів та моделей їхнього ціноутворення на товари електроніки різних груп; опитування споживачів – для виявлення споживачьких уподобань щодо придбання смартфонів; стандартні методи обробки статистичної інформації – для встановлення споживачьких переваг; кількісний аналіз ринку – при дослідженні реакції споживачів на ціну смартфонів шляхом підрахунку коефіцієнтів цінової еластичності та еластичності за доходом на продукцію високотехнологічної електроніки.

Результати. Проведено аналіз маркетингової діяльності основних конкурентів мережі магазинів Цитрус. Досліджено маркетингове ціноутворення у мережі магазинів Цитрус, основні параметри ринку, на якому працює компанія. На основі опитування споживачів Дніпровського регіону виявлено їхні переваги щодо придбання смартфонів. Обґрунтовано необхідність переходу компанії до стратегії переважних цін та застосування методу сприйманої цінності (Customer Perceived Value Pricing), що будується на маркетинговому дослідженні споживчого сприйняття ціни продукту. Запропоновано в межах продуктових ліній компанії Цитрус використовувати стратегію «цінових сходинок».

Новизна. Наведено рекомендації з удосконалення формування цін на товари магазину Цитрус, виявлено цінові ризики в умовах невизначеності та нестабільності маркетингового середовища, а також запропоновано шляхи їх вирішення.

Практична значущість. Здійснений аналіз дозволяє компанії Цитрус обрати більш дієву цінову стратегію поведінки на українському ринку високотехнологічної електроніки, що знайшло свій прояв у формуванні стратегії переважних цін, тобто встановленні цін на товари більш низьких, ніж у конкурентів. Методичні складові формування цін на товари і послуги компанії Цитрус можуть бути використані в маркетинговій діяльності інших підприємств.

Ключові слова: маркетингове ціноутворення, мережа магазинів, високотехнологічна електроніка, споживча лояльність, цінова стратегія.

Постановка проблеми. В умовах сучасної маркетингової бізнес-взаємодії успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від цінової політики. Актуальність дослідження маркетингового ціноутворення визначається тим, що ціни є основою усіх економічних вимірювань, вони чинять значний вплив на витрати та результати діяльності усіх економічних агентів. Добре обчислені ціни визначають рентабельність та прибутковість компанії, впливають на її фінан-

сову стабільність і стійкість, що особливо актуально в умовах сталого розвитку й індустрії 4.0. Значущою вимогою, що пред'являється до маркетингового ціноутворення, є гнучкість механізму ціноутворення з урахуванням змін зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем забезпечення успішного ціноутворення в контексті парадигми сталого розвитку присвячено праці видатних вітчизняних та зарубіжних вчених –

С. Борковскі [13], Н. Глущенко, М. Бровинської [3], С. С. Гаркавенко [7], Я. В. Литвиненко [9], В. І. Куц, К. П. Пілової [11], С. І. Дугіної [12], М. А. Окландера О. П., Чукурної [14] та ін.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є висвітлення й удосконалення методичних складових формування цін на товари і послуги компанії Цитрус.



Рис. 1. Найбільші магазини техніки (кількість магазинів), станом на 31.10.2021 р. [1]

Результати проведеного дослідження свідчать про велику конкуренцію в галузі, що потребує від компанії Цитрус: а) встановлення гнучкої системи цін зі знижками та заліками; б) постійного аналізу цін конкурентів.

Основні параметри ринку, на якому працює компанія Цитрус [1; 2]: станом за 2019 рік частка в секторі – 0,06%; частка ринку – 27,92%; місце в секторі – 229; місце на ринку – 1; місце на субринку – 1; середній приріст виторгу від реалізації за останні три роки – 335,9 млрд. грн.

У цій науковій роботі досліджуємо маркетингове ціноутворення у мережі магазинів Цитрус. Форма власності – Товариство з обмеженою відповідальністю. На ринку вони присутні з 2000 року, тобто вже 22 роки. Зараз у них 63 магазини в 16 містах і близько 2000 працівників. Цитрус також має свій Інтернет-магазин, який є провідним серед конкурентів [3].

Значущим є експериментування з форматом і продуктами: Цитрус запустив власну Академію – освітній простір, де вчать працювати зі смартфоном і заробляти на ньому. Уміє ефективно завести потоки товарів у країну: компанія має статус Apple Authorised

Виклад основного матеріалу дослідження. Гіпермаркети техніки і електроніки в наш час можна зустріти практично всюди. Хоча їх зараз й дуже багато, але не усі вони користуються великим попитом. Основними конкурентами Цитрусу є ROZETKA, АЛЛО та інші (рис. 1).

Reseller і купує товар безпосередньо у офіційного авторизованого дистриб'ютора продукції Apple – компанії Асбіс-Україна [2; 3].

Цитрус використовує такі маркетингові заходи: робота з CRM-системою – зміна моделі покупок. Подарунки (додатковий товар в подарунок до покупки певної одиниці товару, гарантія на декілька років при покупці певного товару, підписка на ТВ-програми при покупці телевізора на певний період часу, стартові пакети від Vodafone), знижки (святкові, сезонні, знижки на додаткові товари при покупці певного товару, чорна п'ятниця), бонусна програма (бонуси за встановлення мобільного додатку, кешбек від покупок, оплата бонусами до 50% від суми, купони за виконані завдання на сайті: написати відгук і т. п., бонуси на День народження, бонуси за реєстрацію), нововведення (ЦитрусAcademy та ін.) [4].

Основні характеристики асортименту магазинів Цитрус є такі:

- велика кількість різноманітних товарів за кожною із категорій в різних цінових сегментах;
- провідні групи: смартфони, навушники, ноутбуки;
- провідні торговельні марки: Apple, Samsung, Realme, Asus;
- широта асортименту: 64;

- глибина асортименту провідних груп: смартфони – 13;
- навушники – 56;
- ноутбуки – 12 [4].

Ми провели у жовтні 2021 р. дослідження на своїй сторінці у соціальній мережі Instagram, в якому поставили своїй аудиторії

☒ Цитрус	74	☐ А Там де дешевше	60
☐ B Comfy	31	☒ Там де приємніша атмосфера	34
☐ C Rozetka	13	☐ С Там де є бонуси	22
☐ D АЛЛО	26	☐ D Який магазин ближче, там і купую	12

Рис. 2. Результати опитування споживачів про їх переваги при купівлі смартфонів.

Джерело: власне дослідження авторів

Згідно з результатами опитування можна зробити висновок, що значна більшість респондентів обрала би магазин Цитрус. Також ми можемо бачити, що майже така ж кількість людей обирають той магазин для купівлі смартфонів, де вони дешевші.

Отже, виходячи з цього в нас з'являється така управлінська проблема: чи буде обирати «Цитрус» більша кількість людей, якщо магазин знизить ціни на смартфони? Маркетингова проблема: Чи буде підвищено споживчу лояльність до бренду через дослідження цін конкурентів, вибір нової цінової стратегії та зміни ціни.

Розрахуємо цінову еластичність попиту для Цитрусу на смартфони Apple у період 2020-2021 рр. Для розрахунку візьмемо середні ціни на усі моделі iPhone.

Оскільки в мережі є дані щодо попиту на iPhone у світі (90,1 млн) [5], то виконавши певні розрахунки можна отримати приблизний попит в Україні:

$$Q = \frac{Q_c}{H_c} * H_y = \frac{90100000}{7731626626} * 43579234 \approx 500000 \quad (1)$$

де Q_c – попит на iPhone у світі;

H_c – населення світу;

H_y – населення України [6].

Попит у 2021 році зріс на 20%, тому дорівнює 600 тис. од.

Тобто, цінова еластичність дорівнює:

два питання, які звучать так: «Який магазин ви би обрали для покупки нового смартфона?» та «За яким принципом ви обираєте магазин для покупки смартфона?». Відповіді на ці запитання можна побачити на рисунку 2:

$$E_p = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_1}{Q_1} = \frac{500000-600000}{29000-27000} * \frac{29000}{500000} = \frac{-100000}{2000} * 0,058 = -50 * 0,058 = -2,9 \text{ ч.од.} \quad (2)$$

де P_1 – початкова ціна, грн;

Q_1 – попит за вихідної ціни, од.;

ΔQ – зміна попиту, од.;

ΔP – зміна ціни, грн.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що попит є еластичним, оскільки $|E_p| > 1$. Тобто, зміна ціни значно впливає на зміну попиту, в нашому випадку – зниження ціни приводить до збільшення попиту на iPhone.

Згідно з позицією С. С. Гаркавенко [7, с. 296, 297], доцільно знижувати невизначеність відносно періоду аналізу на основі оцінки коефіцієнта дугової цінової еластичності попиту ($E_{p(\cdot)}$) шляхом використання середніх значень ціни [4]:

$$E_{p(\cdot)} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_1+P_2}{Q_1+Q_2} = \frac{500000-600000}{29000-27000} * \frac{29000+27000}{500000+600000} = -50 * 0,051 = -2,55 \text{ ч. од.} \quad (3)$$

Тобто у маркетинговій ціновій політиці компанії Цитрус при встановленні кінцевої ціни потрібно брати до уваги фактори попиту. Оскільки споживач у процесі ухвалення рішення про купівлю товару оцінює умови пропозиції подібних, альтернативних видів продукції, то під час визначення характеристик попиту варто враховувати динаміку цін на інші товари. Методично таке визна-

чення зміни попиту на досліджувану продукцію в умовах відхилення цін на інший товар відбувається обчисленням коефіцієнта перехресної цінової еластичності попиту ($E_{P_{пер}}$).

Як альтернативний вид продукції візьмемо смартфони фірми Samsung [4]

$$E_{P_{пер}} = \frac{\Delta Q_A}{\Delta P_B} * \frac{P_B}{Q_A} = \frac{500000-600000}{17000-20000} * \frac{17000}{500000} = 33,3 * 0,034 = 1,13 \text{ ч. од.} \quad (4)$$

Оскільки $E_{P_{пер}} > 0$, товари марок Apple та Samsung є взаємозамінними.

Характер зміни попиту залежно від динаміки доходу споживача відображений під час визначення коефіцієнта цінової еластичності попиту за доходом ($E_{пд}$) [8]:

$$E_{пд} = \frac{\Delta Q}{\Delta D} * \frac{D_1}{Q_1} = \frac{500000-600000}{11579-13612} * \frac{11579}{500000} = \frac{-100000}{-2033} * 0,023 = 49,2 * 0,023 = 1,13 \text{ ч. од.} \quad (5)$$

Коефіцієнт цінової еластичності попиту за доходом показує на скільки відсотків зміниться попит на продукцію підприємства, якщо дохід зміниться на 1%. Тобто, при збільшенні доходів споживачів збільшується й попит, оскільки $E_{пд} = 1,13 > 1$.

Для ціноутворення на нові та перегляду рівня цін на наявні товари, рекомендуємо у проєктному періоді обрати стратегію переважних цін. Розрізняються два варіанти: в одному випадку ціна вище, ніж у конкурента, і компенсується перевагою за якістю; в іншому – ціна нижча, ніж у конкурента, за рахунок більш низьких витрат. Ця стратегія дає змогу виробникам зберігати окремі переваги на ринку порівняно з іншими, а тим більше новими конкурентами. Одним з достоїнств цієї маркетингової цінової стратегії є ретельний моніторинг конкурентного стану ринку. До недоліку стратегії можна віднести високий рівень залежності від поведінки конкурентів [9].

Основними передумовами ефективного маркетингового ціноутворення є орієнтація на споживачів, урахування їх цінової чутливості, диференційоване визначення рівнів торговельної надбавки, комплексне та постійне дослідження факторів, які впливають на цінову політику, моніторинг цін конку-

рентів, забезпечення гнучкості та адаптивності роздрібних цін, розробка управління ними. Економічний ефект досягається за таких двох умов, якщо:

а) підприємство посідає провідне місце на ринку цього товару;

б) товар достатньо відомий споживачу, і він має прихильність до нього [9].

Коли ми розраховували роздрібну ціну на iPhone 11, було зазначено, що прибуток Цитрусу від продажу одного смартфона дорівнює 2800 грн. Тобто, якщо знизити ціну товару за рахунок зниження прибутку підприємства на 1000 грн, то ціна смартфона без урахування додаткових знижок буде дорівнювати 25300 грн, а прибуток компанії – 1800 грн. Ця ціна буде нижчою, ніж у інших магазинах, хоч і не на багато, але як було зазначено вище, то навіть незначене зниження ціни призведе до того, що конкурентам буде невигідне просування на цей ринок. Цитрус також може повернути до себе втрачену частину прибутку за рахунок продажу додаткових послуг та товарів, таких як: захисне скло на смартфон, налаштування додаткових функцій, різні аксесуари та ін. Також, для встановлення нижчої ціни на товар, можна спробувати знайти іншого постачальника, який буде ставити меншу націнку, тому що основою стратегії переважних цін є менші, ніж у конкурентів, витрати.

За допомогою конкурентного ціноутворення та стратегії переважних цін Цитрус ставить перед собою мету підвищити потік доходу від онлайн-продажів. Для ефективної переоцінки маркетологам компанії слід отримувати і аналізувати дані про конкурентів завдяки OWOX BI Pipeline аналітики на платформі автономного ціноутворення Competera. Згідно аналітиків компанії Competera цей аналіз є основа для зміни політики ціноутворення компанії [10].

Для цього команда Цитрус виконує такі дії:

1) Для аналізу впливу цін конкурентів на поведінку користувачів на сайті citrus.ua маркетологам необхідна інформація про кількість відвідувачів, переглядах карток товарів і додаванні товарів в кошик, показниках відмов та ін. Завдяки OWOX BI Pipeline аналітики Цитрусу можуть аналізувати всі дії клієнтів в режимі реального часу.

2) Платформа автономного ціноутворення Competera є тим інструментом, який щодня збирає достовірні дані про конкурентів, обробляє і очищає їх для трансляції в Google BigQuery. Завдяки цьому Цитрус завжди має інформацію щодо впливу цін конкурентів на споживачів [10].

3) За допомогою SQL-запиту до даних в Google BigQuery, розраховується відхилення ціни на конкретні товари від цін вибраного списку конкурентів. У підсумку Цитрус отримав звіт, який оновлюється автоматично

і містить дані про зміну ціни за кожним товаром.

4) Цитрус має використовувати сервіс Google для налаштування автоматичних повідомлень (табл. 1). App-script відправляє на емайл маркетологів повідомлення про ціноутворенню про зміни цін або появи товару в конкурентів (наприклад, якщо ціна конкурентів стала нижче/вище на X% або товару Y немає в наявності у конкурента) [10].

Таблиця 1

Повідомлення про зміни цін у конкурентів магазинів Цитрус

ProductSku	ProductPrice	UsersPurchase	Конкурент 1, %	Конкурент 2, %	Конкурент 3, %
112233	12,999	90	-31,6	0,0	0,0
445566	18,999	70	-7,2	-7,2	0,0
778899	10,500	50	0,0	0,0	-6,9
990011	11,499	15	-0,4	0,0	0,0

Джерело: [10]

Згідно таблиці 1 після того як дані про поведінку користувачів на сайті citrus.ua і дані про ціни конкурентів збираються в Google BigQuery, аналітики OWOX BI і Цитрус за допомогою SQL-запитів налаштовують необхідні звіти. За допомогою цього звіту категорійні маркетологи Цитрусу мають відстежувати акції конкурентів і зміну конверсії при використанні акцій для власних товарів [10].

Ця інформація використовується при ціноутворенні товарів на сайті citrus.ua. Звіт дозволяє проаналізувати ціни конкурентів і запланувати дії для збільшення доходу, оборотності і маржинальності товарів, підвищення конверсії товару за допомогою оптимальної знижки і в цілому ефективно управляти ціноутворенням в рамках рекламних кампаній і комунікаційних каналів [10]. Тобто, в рамках обраної стратегії Цитрус може проаналізувати ціни конкурентів за цим методом та зрозуміти, коли буде доцільно понизити ціну, а коли її краще не змінювати.

Наведемо рекомендації з удосконалення формування цін на товари магазину Цитрус, встановимо цінові ризики в умовах невизначеності та нестабільності маркетингового середовища. Після проведення ана-

лізу маркетингової діяльності мережі магазинів високотехнологічної електроніки та побутової техніки Цитрус, можна було б дещо змінити ціноутворення підприємства. Ціни у магазині Цитрус, майже на всі товари, перебувають приблизно на одному й тому ж рівні як і у конкурентів.

Цей магазин високотехнологічної електроніки люди обирають за його репутацію та неперевершену атмосферу всередині магазину, привітний та кваліфікований персонал, але як було з'ясовано з власного дослідження, то більшість людей обирають той магазин для покупки нового смартфона, де нижчі ціни. Саме через це була обрана стратегія переважних цін, тобто встановлення цін на товари нижче, ніж у конкурентів [11, с. 49–53]. Цитрус може привернути до себе нових клієнтів та розширити прибуток за рахунок збільшення обсягів продажів.

Слушним для мережі магазинів Цитрус застосовувати метод сприйманої цінності (Customer Perceived Value Pricing), який будується на маркетинговому дослідженні споживчого сприйняття ціни продукту (рис. 3). В основі методу є припущення про те, що споживач вважатиме вартість товару прийнятною у випадку, якщо ціна збігається з його уявленням про неї. Для встановлення цін за

методом сприйманої цінності необхідно провести кількісне дослідження готового товару (з фінальними характеристиками, упаковкою, розмірами і т. д.) і максимально точно

створити ситуацію здійснення реальної покупки. Виглядає процес дослідження у такий спосіб, рис. 4:

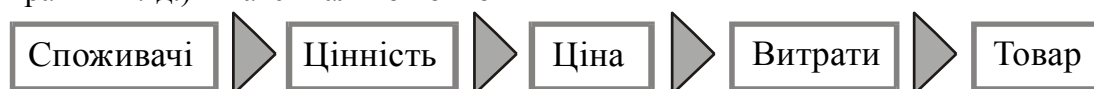


Рис. 3. Ціноутворення на основі споживчої цінності товару. Джерело: [12]



Рис. 4. Метод сприйманої цінності, що базується на кількісному дослідженні готового товару. Джерело: сформовано за:[11; 12]

Спочатку на етапі 1 споживачеві демонструється готовий товар компанії в оточенні конкурентів без ціни. Далі споживачі ознайомлюються з товарами-конкурентами, що мають цінник з реальною ціною (етап 2). На етапі 3 споживачеві ставиться питання: скільки, на його думку, повинен коштувати товар компанії? Названа ціна і буде сприйманою цінністю товару [12; 13].

Аналітична формула розрахунку вартості продукту за методом маркетингового ціноутворення «сприймана цінність» виглядає так:

$$\text{Ціна продукту} = PV * k, \quad (6)$$

де: Perceived Value (PV) – сприймана цінність продукту;

k – коефіцієнт корегування сприйманої цінності (0,9 – 1).

Розраховуючи вартість продукту за цим методом, рекомендується зберігати позитивну різницю між сприйманою вартістю товару і реальною ціною. Ціна базується на

кривій споживчого попиту. Цей метод особливо актуальний у ситуації високоеластичного до ціни вітчизняного ринку високотехнологічної електроніки [14]. Переважно в рамках продуктових ліній компанії Цитрус пропонуємо використовувати стратегію «цінових сходинок», що припускає єдиний принцип встановлення цін на всі товари продуктової лінії. Головна ідея – різниця в цінах повинна відображати відмінності в характеристиках товарів. У результаті формується сімейство виробів/послуг, диференційованих за якістю та ціною [14].

Щодо рекомендацій для вдосконалення маркетингової цінової стратегії підприємства, то Цитрусу слідувало б покращити систему аналізу конкурентів, та більш коректно підбирати ціни на товари, спираючись на попит та саме ціни конкурентів. Тобто, якщо попит зростає, то ціни можна понижувати ще більше, оскільки за більшим обсягом продажів буде й більший прибуток, але якщо ціни конкурентів збільшуються, тоді ціни у Цитрусу можна залишати незмінними, якщо це можливо.

Найбільш впливовими для Цитрусу є ризики зниження обсягів реалізації шляхом витіснення конкуруючими товарами, в нашому ж випадку магазинами та підвищення закупівельної ціни на товари. Цитрус має багато великих конкурентів та їх кількість постійно зростає, що призводить до втрати деякої кількості покупців, а це безпосередньо впливає на кінцевий обсяг продажів та дохід компанії. Щоб цього уникнути, Цитрус повинен постійно привертати до себе увагу не лише вже існуючих клієнтів, а й потенційних покупців. Це можна зробити завдяки спеціальним пропозиціям.

Що стосується ризику підвищення закупівельної ціни товарів, то цього можна уникнути укладанням угод з постачальниками, щодо встановлення певної ціни на товар, згідно яких вони не зможуть її змінити впродовж певного часу, який вказаний у цьому договорі. Для покращення стану підприємства під впливом цього ризику можна було б використати витратний метод ціноутворення. Ціна розраховується, виходячи із суми постійних і змінних витрат на одиницю продукції й запланованого прибутку з урахуванням нижнього порогу ціни. Згідно даного методу ціна визначається за залежністю:

$$P = C + \Pi, \quad (7)$$

де: P – ціна одиниці товару, грн;

C – собівартість одиниці товару, грн;

Π – величина прибутку, яку бажає отримати підприємство від реалізації одиниці товару, грн.

Валютний і кредитний ризик, ризик щодо транспортування товару, ризик, пов'язаний із платоспроможністю покупця та ризик форс-мажорних обставин також є досить впливовими на діяльність Цитрусу [15]. Розглянемо проявлення та механізми страхування кожного з них:

1. Валютний ризик проявляється тим, що через зміну курсу валюти (найбільш впливовим є зростання курсу) змінюється ціна товарів, що призводить до втрати клієнтів, якщо ціни стають занадто високими.

2. Ризик щодо транспортування товару тісно пов'язаний з логістичними ризиками, оскільки перевезення є джерелами їх виникнення [15].

Ризик, пов'язаний із платоспроможністю покупця є, мабуть, одним з найвпливовіших ризиків для всіх підприємств. Такий характер зміни попиту залежно від динаміки доходу споживача відображається під час визначення коефіцієнта цінової еластичності попиту за доходом (E_{pD}):

$$E_{pD} = \frac{\Delta Q}{\Delta D} \cdot \frac{D_1}{Q_1} \quad (8)$$

де D_1 – початковий дохід споживача, грн; ΔD – зміна доходу, грн; Q_1 – попит на продукцію якщо дохід D_1 , нат. од.; ΔQ – зміна попиту, нат. од. [7, с.300].

Цитрус добре справляється з цим ризиком за допомогою надання клієнтам кредитних послуг при купівлі товарів безпосередньо у відділенні магазину, а саме купівля у розстрочку.

4. Ризик форс-мажорних обставин характеризується виникненням збитків від настання невідворотних обставин [15]. У 2020–2021 роках усі підприємства зіштовхнулися з форс-мажорною ситуацією, а саме – пандемією COVID-19. Цитрус добре боровся з цими обставинами та продовжує боротися й зараз. У період «карантину вихідного дня» по всій мережі магазинів було впроваджено безплатну доставку в будь-яке місто країни, магазини працюють за всіма вимогами карантинних умов, також у Цитрусу є онлайн-магазин, де можна проконсультуватися та замовити будь-який товар без потреби зайвий раз контактувати з іншими людьми.

Висновки. У дослідженні висвітлено й удосконалено методичні складові формування цін на товари і послуги компанії Цитрус на ринках високотехнологічної електроніки. Визначено цілі ціноутворення, проаналізовано попит на товари, ціни конкурентів; проведено вибір методу ціноутворення, цінової стратегії та встановлення остаточної ціни на товари. У науковій роботі проаналізовано роботу магазинів Цитрус та сформульовано комплекс рекомендацій щодо розробки маркетингової цінової політики. Оцінено маркетингову діяльність мережі магазинів електроніки та побутової техніки та її асортимент товарів та послуг. У проєкті проаналізовано формування ціни на смартфони. У дослідженні висвітлено й удосконалено методичні

складові формування цін на товари і послуги компанії Цитрус.

Встановлено, що Цитрус використовує комплекс заходів із цінового стимулювання збуту: знижки (святкові, сезонні, знижки на додаткові товари при покупці певного товару, чорна п'ятниця), бонусна програма (бонуси за встановлення мобільного додатку, кешбек від покупок, оплата бонусами до 50% від суми, купони за виконані завдання на сайті: написати відгук і т. п., бонуси на День народження, за ресстрацію). У магазинах Цитрусу ціни на товари встановлені на рівні конкурентів. Багато споживачів обирають магазини, де нижче ціни, тому для залучення нових клієнтів було б доцільно знизити ціни на товари та послуги, які надаються.

Література

1. Гіпермаркети техніки – Топ-8 найпопулярніші мережі України. – URL : <https://topdealo.com/gipermarkety-tehniki-top-8-samye-populyarnye-seti-ukrainy/>
2. Товариство з обмеженою відповідальністю ЦЕТЕХНО. База даних YouControl. – URL : https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/43058939/
3. Глущенко Ніна, Бровинська Марія. Яскрава історія Цитрусу з відкритим фіналом: від радіоринку до обіймів Корбана. – URL : <https://project.liga.net/projects/citrus/>
4. Citrus.ua. – URL : <https://www.ctrs.com.ua/uk/>
5. Смартфони (світовий ринок). – URL : <https://cutt.ly/vPp9fY5>
6. Населення країн світу. – URL : <https://cutt.ly/MPogCCf>
7. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
8. Методичні вказівки для виконання курсового проекту із дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для студентів 2 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг [Електронний ресурс] : для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», Освітня програма «Маркетинг» / НТУ Дніпровська політехніка ; уклад.: С. Я. Касян, К. П. Пілова, І. А. Магеррамова. Електронні текстові дані (1 файл: 1,08 Мбайт). Дніпро : НТУ Дніпровська політехніка, 2021. – 62 с.
9. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика : навч. пос. – К. : Знання, 2010. – 294 с. ISBN 978-966-346-488-6. – URL : <https://tinyurl.com/yn4tavpe>
10. Кейс: Адаптивне Ціноутворення у «Цитрусі». – URL : <https://competera.com.ua/resources/case-studies/citrus-ua>
11. Касян С. Я., Пілова К. П., Куц В. І. Маркетингове управління, аналіз цін та формування комунікаційної стратегії магазину / С. Я. Касян, К. П. Пілова, В. І. Куц // Економічний простір: Збірник наукових

праць, 30.06.2021 р. Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, Видавничий дім «Гельветика». 2021. – №170. – С. 48–54 (88 с.). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/906/877> Збірник включений до міжн. наукометричних баз даних Index Copernicus та Google Scholar. ISSN 2224-6282. ISSNе 2224-6290. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/170-9>

12. Дугіна С. І. Маркетингова цінова політика: навч. пос. / С. І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005. – 393 с.

13. Касян Сергій, Борковські Станіслав, Артюхова Надія / Kasian Serhii, Borkowski Stanislaw, Artyukhova Nadia. Маркетингове управління цінами і просування підприємств при їх виході на ринки ЄС // Формування ринкової економіки в Україні. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. – Випуск №44. – С. 269–278. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/3449/3764> ISSN 2078-5860. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2020.44.0.3449>

14. Окландер М. А. Маркетингова цінова політика: навч. пос. / М. А. Окландер, О. П. Чукурна. – Київ : Центр учб. літ., 2019. – 240 с.

15. Тюленєва Ю. В. Механізм управління ризиками підприємства: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – К. : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2010. – 22 с.

References

1. Hipermarkety tekhniky – Top-8 naipopuliarnishi merezhi Ukrainy. Retrieved from <https://topdealo.com/gipermarkety-tehniki-top-8-samye-populyarnye-seti-ukrainy/>
2. Tovarystvo z obmezhenoiu vidpovidalnistiu TsETEKHNO. Baza danykh YouControl. Retrieved from https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/43058939/
3. Hlushchenko, Nina, & Brovynska, Mariia. Yaskrava istoriia Tsytrusu z vidkrytym finalom: vid radiorynku do obiyimiv Korbana. Retrieved from <https://project.liga.net/projects/citrus/>
4. Citrus.ua. Retrieved from <https://www.ctrs.com.ua/uk/>
5. Smartfony (svitovyi rynok). Retrieved from <https://cutt.ly/vPp9fY5>
6. Naseleennia krain svitu. Retrieved from <https://cutt.ly/MPogCCf>
7. Harkavenko, S.S. (2002). Marketynh. Kyiv: Libra.
8. Kasian S.Ya., Pilova, K.P., I.A. Maherramova. I.A. (Eds.). (2021). Metodychni vkazivky dlia vykonannia kursovoho proiektu iz dystsypliny «Marketynhove tsinoutvorennia». Dnipro: NTU «Dniprovskaya politekhnika».
9. Lytvynenko, Ya.V. (2010). Marketynhova tsinova polityka. Kyiv: Znannia. ISBN 978-966-346-488-6. Retrieved from <https://tinyurl.com/yn4tavpe>

10. Keis: Adaptyvne Tsinoutvorennia u «Tsytrusi». Retrieved from <https://competera.com.ua/resources/case-studies/citrus-ua>
11. Kasian, S.Ya., Pilova, K.P., Kuts, V.I. (2021). Marketynhove upravlinnia, analiz tsin ta formuvannia komunikatsiinoi stratehii mahazynu. Ekonomichniy prostir: Zbirnyk naukovykh prats, 30.06.2021 r. Dnipro: Prydniprovska derzhavna akademiia budivnytstva ta arkhitektury, Vydavnychiy dim «Helvetyka». 2021. №170. (pp. 48-54). (88 s.). Retrieved from <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/906/877> DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/170-9>
12. Duhina, S.I. (2005). Marketynhova tsinova polityka. Kyiv: KNEU.
13. Kasian, Serhii, Borkowski, Stanisław, & Artyukhova, Nadia. (2020). Marketynhove upravlinnia tsinamy i prosuvanniam pidpriemstv pry yikh vykhodi na rynky YeS. Formuvannia rynkovoi ekonomiky v Ukraini. Lviv: LNU imeni Ivana Franka, Issue (44), 269-278. Retrieved from <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/3449/3764> ISSN 2078-5860. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2020.44.0.3449>
14. Oklander, M.A. & Chukurna, O.P. (2019). Marketynhova tsinova polityka. Kyiv: Tsentri uchbovoi. literatury.
15. Tiulenieva, Yu.V. (2010). Mekhanizm upravlinnia ryzykamy pidpriemstva. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv: Natsionalnyi tekhnichnyi universytet Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut».

MARKETING PRICING FOR PRODUCTS OF THE CITRUS STORE CHAIN IN THE UKRAINIAN HIGH-TECH ELECTRONICS MARKET

S. Ya. Kasian, Associate Professor, Dnipro University of Technology

O. O. Zub, Applicant, Dnipro University of Technology

Methods. The article uses the following methods and tools of scientific research: competitive analysis – to identify competitors and their pricing models for various groups of electronics products; consumer survey – to identify consumer preferences for purchasing smartphones; standard methods of statistical information processing – for establishing consumer preferences; quantitative market analysis – for the research of the reaction of consumers to the price of smartphones by calculating the coefficients of price elasticity and income elasticity for high-tech electronics products.

Results. The analysis of marketing activities of the main competitors of Citrus stores was carried out. There was investigated the marketing price formation in the Citrus retail network, as well as the main parameters of the market, where the company operates. The survey of customers in the Dnipro region revealed their preferences for purchasing smartphones. There was substantiated the necessity of the company's transition to the strategy of variable prices and application of the method of Customer Perceived Value Pricing based on the marketing research of customer perception of the product price. It is offered to use the strategy of “price convergence” within the product lines of Citrus Company.

Novelty. Recommendations for improving the formation of prices for Citrus store are given, the price risks in conditions of unrecognized and unstable marketing environment are revealed, the ways to solve them are suggested.

Practical value. This analysis allows Citrus to turn to a more effective pricing strategy of behavior in the Ukrainian market of high-tech electronics, which was manifested in the formation of the strategy of variable prices, i.e. setting prices for goods that are lower than those of competitors. Methodological components of pricing of goods and services of Citrus can be used in the marketing activity of other companies.

Keywords: marketing pricing, store network, high-tech electronics, customer loyalty, pricing strategy.

Надійшла до редакції 10.11.21 р.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЗАСТОСУВАННЯ РЕКЛАМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

О. А. Підлісна, к. т. н., доцент, КПП ім. Ігоря Сікорського, alepokiev@gmail.com,
orcid.org/0000-0003-2814-368X,

А. О. Виборнов, бакалавр, КПП ім. Ігоря Сікорського, andrzyb@ukr.net

Методологія дослідження. Основними методами виконання дослідження є: порівняльний аналіз існуючих бізнес-моделей рекламної діяльності, групування даних з метою їх оцінки – при систематизації й узагальненні результатів дослідження, а також неформальні (інтуїтивні) методи прогнозування – при формуванні вибірки для спостереження і аналізу тенденцій формування бізнес-моделей рекламної діяльності.

Результати. Робота присвячена дослідженню сучасних інструментів рекламування товарів, робіт, послуг через соціальні мережі. Метою дослідження є визначення тенденцій формування бізнес-моделей рекламної діяльності юридичних осіб у соціальних мережах. Основним завданням є дослідження інструментів просування товару / послуги у соціальних мережах, підвищення лояльності за допомогою соціальних мереж. У статті надано результати аналізу тенденцій формування бізнес-моделей рекламної діяльності юридичних осіб у соціальних мережах. Показано, як зміна структури користувачів Internet-простору за віком впливає на формування рекламної політики суб'єкта господарювання. Визначено протиріччя між сутністю соціальних мереж і особливостями організації рекламної діяльності юридичних осіб. Показана роль сучасних IT-технологій, таких як Meta-всесвіт, чат-боти, автоматизовані воронки продажу і застосування систем штучного інтелекту для вирішення цих протиріч. Оцінено економічну доцільність застосування сучасних інструментів формування лояльності споживачів до діяльності юридичних осіб через соціальні мережі шляхом надання останнім рис соціально адаптованих суб'єктів ринку.

Новизна. В роботі показана нагальність наукового дослідження сучасних дефініцій «соціальна мережа», «суб'єкт господарювання і його аватар у соціальній мережі». Відповідно до світових тенденцій інституціонального захисту персональних даних споживачів в Internet-просторі визначено очікувані зміни поведінки суб'єктів господарювання у соціальних мережах і роль технологічних компаній у цьому процесі.

Практична значущість. Зазначені тенденції об'єктивно впливатимуть як на організаційні структури суб'єктів господарювання, так і на формування бізнес-моделей B2C спілкування. Результати дослідження цікаві як для представників середнього і великого бізнесу, так і для наукової спільноти у напрямі формування теоретичного наукового підґрунтя сучасних рекламних процесів. Наступним кроком розвитку наукової думки повинно стати розуміння, наукове дослідження й обґрунтування відмінностей між фізичною особою і її відбитком (відображенням) в Internet-просторі.

Ключові слова: Internet-простір, інтернет-реклама, соціальні мережі, лояльність, Meta-всесвіт, чат-бот, воронка продажу, штучний інтелект, аватар, бізнес-модель рекламної діяльності.

Постановка проблеми: Індустрія 4.0 задекларувала впровадження кіберфізичних систем (CPS) у виробничі процеси [1], спровокувавши Четверту індустріальну революцію з проникненням інформаційно-

комунікаційних технологій у всі сфери життя. Економіка сталого розвитку стверджує, що фізичний розвиток має межі і тільки економіка знань може розвиватися безмежно [2]. Таким чином, розвиток Internet-прос-

тору стає ключовим аспектом розвитку економік. Деякі суб'єкти ринку розвивають саме Meta-всесвіт [3], деякі концентруються на прикладному вимірі. Пандемія COVID-19 спровокувала одночасний перехід у віртуальний світ 90% населення планети [4]. Змінилися акценти взаємодії суб'єктів ринку, а значить, змінилися і підходи до вибудовування стратегії такої взаємодії [5]. Лідерами ринку стають не виробничі, а сервісні компанії [6,7].

Це стосується і реклами. Реклама в інтернеті розрізняється за схемами взаємодії учасників, складністю налаштування і ведення компанії, тощо. Реклама в інтернеті є частиною сучасного розвитку ринку. Але невизначеним залишається, який саме вид інтернет-реклами обрати для тієї чи іншої мети. Такий вибір є актуальним для підприємців малого, середнього та, навіть, великого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання ефективності реклами в інтернеті розглядали Р. Я. Баран [8], І. І. Новаківський [9], Зозульов О. В. [10], Ковшик В. І. [11], Албітов А. [12] та інші. В цих роботах розглянуті види інтернет-реклами та проаналізована вартість різних варіантів рекламних оголошень, але у них не було розглянуто рекламу у соцмережах та розподіл ринку реклами України за видами носіїв реклами, тенденції його змін.

Соціальні мережі стають невід'ємною частиною бізнес-середовища. Розуміння доцільності соціального спілкування лежить в основі розвитку соціального маркетингу [13], крауд-маркетингу [14], нейромаркетингу. Підприємцям рекомендують виділяти окремі організаційні структури з функціона-

льними обов'язками забезпечення соціального іміджу суб'єкта господарювання, висвітлення його діяльності на сайтах, тематичних форумах, у соціальних мережах.

Автори представленого дослідження висунули гіпотезу, що на тлі індивідуалізації процесів виробництва на вимогу формування креативно розвиненого суспільства повинні індивідуалізуватися і рекламні компанії виробників [15]. Економіка сталого розвитку вимагає узгодження перспективних інновацій із можливостями фізичних систем виробництва. Тобто, з метою раціонального використання природних ресурсів виробництво переходить до індивідуалізації замовлень, одиничного або легко модифікованого серійного виробництва. Таким чином, більшість виробників намагатимуться зайти у сегмент B2C взаємодії. І соціальні мережі стають актуальним інструментом формування такої взаємодії.

Формулювання мети статті. Метою представленого дослідження є визначення тенденцій формування бізнес-моделей рекламної діяльності юридичних осіб у соціальних мережах. Дослідження інструментів просування товару/послуги у соціальних мережах, підвищення лояльності за допомогою соціальних мереж і ефективності застосування штучного інтелекту як інструмента маркетингу саме у соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу дослідження. За підсумками 2019 року обсяг європейського ринку інтернет-реклами перевищив 64 млрд євро і виріс на 12,3% в порівнянні з 2018 роком [16]. За даними [12] основними користувачами інтернету є люди віком від 18 до 44 років (78% усіх користувачів) (табл.1).

Таблиця 1

Структура Internet-користувачів за віком

Вік користувачів Internet	Частка користувачів певного віку, %	Вік користувачів Internet	Частка користувачів певного віку, %
< 16	3,5	35...44	14,0
16...17	6,0	45...54	8,0
18...20	14,0	55...64	3,0
21...24	21,0	65...74	1,5
25...34	29,0	Разом	100,0

Джерело [12].

Відповідно до оновленої [17] вікової класифікації ВОЗ молодий вік особи стано-

вить 25–44 роки. Тобто, зазначена [12] структура розподілу користувачів інтернету

за віком, яка б важко піддавалася аналітичній обробці при визначенні молодого віку до 30...35 років, стає логічною і обґрунтованою. З урахуванням того, що 70% користувачів інтернету мають вищу або незавершену вищу освіту, 75% є кваліфікованими працівниками, керівниками або студентами ЗВО [12] і, одночасно, це все молоді люди, то формування рекламного контенту в Internet-просторі вимагає специфічної, притаманної саме такій категорії споживачів, парадигми. І інтернет-реклама, крім таргетованості, повинна бути здатною до глибокого сегментування потенційних споживачів у реальному вимірі часу і враховувати швидкість сприйняття інформації обраною цільовою аудиторією. Таке сегментування здійснюють за частотою показу, за днями тижня, за часом доби, за географією (для регіональних підприємств) тощо. Але поки не беруть до уваги розуміння вікового, освітнього і кваліфікаційного розподілу аудиторії. Цільовими майданчиками просування підприємств обирають корпоративні сайти, цільові фахові майданчики. Розуміння молодого віку суб'єкта internet-простору, розуміння тенденцій розподілу особами молодого віку життєвого часу між професійною діяльністю і особистим життям – формує нові концепції взаємодії професійного і особистого просторів суб'єктів ринку.

Ефективність інтернет-реклами оцінюють за допомогою коефіцієнтів CTR (click through rate, показник клікабельності банера, співвідношення між кількістю демонстрацій банера і кліками по банеру) і CPC (cost per click, ціна переходу (кліка) з банера, обчислюється при виході з поточного банера на конкретному майданчику і ціни CTR за 1000 демонстрацій банера). Ціна реклами залежатиме від показника CTR та популярності ресурсу, на якому розміщуватиметься рекламний контент. За даними [9] для рекламного «розкручування» корпоративного сайту зазвичай використовуються: реєстрація в пошукових системах і рейтингах (з метою використання їх баз даних), обмін посиланнями, внесення до тексту і заголовка ключових слів, розміщення платних посилань на популярних Web-серверах, вказівка адреси електронної пошти і сайту у

всіх рекламних зверненнях, листах, на візитах тощо. Очікувана вартість розміщення власного сайту становить близько 100 дол. США. Структура надання інформації на корпоративному сайті передбачає розгалуженість сторінок, мапу сайту, логіку представлення іміджевої і техніко-технологічної інформації. Дія інструментів реклами на корпоративних сайтах спрямована на формування у споживача уявлення про підприємство як надійного партнера, на підтвердження серйозності його ринкових намірів. Знайомство споживача із корпоративним сайтом стає тривалим і свідомим процесом.

Реклама в соціальних мережах є одним із видів інтернет-реклами [18] і частка її неухильно зростає. В ході виконання цього дослідження автори ставили завдання визначити особливості просування підприємств у соціальних мережах, економічну ефективність і доцільність застосування соціальних мереж для підвищення лояльності. Окремо розглянемо вартість і доцільність застосування штучного інтелекту для спілкування у соціальних мережах.

Сума інвестицій в рекламу в соціальних мережах формується, як і для сайтів, рівнем показників CTR і CPC, але варіюється вже в межах 500...5000 дол. США. Так, вартість реклами в мережі Instagram [19] на 30 діб при охопленні до 5 мільйонів переглядів коштуватиме 30 тис. дол. США, а при охопленні біля 120 тис. споживачів – 600 тис. дол. США.

Дослідження показало, що соцмережі пропонують два основні види реклами – це придбання рекламних послуг у адміністрації мережі і придбання реклами у блогерів (приватні сторінки з великою кількістю підписників). Перевага першого варіанта – це можливість обирати регіон, вік та інтереси споживачів реклами. Перевага другого варіанта – сформована цільова аудиторія (залежно від роду діяльності цього блогера), широка варіативність ціни реклами (від 10 дол. США) і можливість індивідуалізації формату оголошення. Втім у корпоративних суб'єктів є можливість формувати власні сторінки у соціальних мережах як доповнення до основного сайту компанії або продукту. І саме такі дії – наближення до потенційного споживача, надання підприємству

рис фізичної особи, суб'єктивні розповіді про об'єктивні ринкові дії – можуть підвищити лояльність до бренду, продукту/послуги. Цікавим є те, що лояльність посилює довіру і готовність «пробачати» можливі недоліки. А пробачати фізичній особі легше, ніж юридичній (без-особистістній). Соціальні мережі стають ідеальним місцем для вибудовування підприємствами стосунків з кінцевим споживачем.

Авторами було досліджено 100 акаунтів підприємств у мережі Instagram: з них 30 – це виробники продукту, 20 – сервісні підприємства, 50 – торговельні інтегратори. Вибірка зроблена довільно, за критеріями споживчого інтересу в умовах дистанційного життя країни у 2020–2021 роках. Класифікація підприємств має наступний вигляд: 20% – це ФОПи, 80% – юридичні особи, з яких 90% це малі підприємства і 10% – підприємства середнього бізнесу [20].

Аналіз акаунтів підприємств у соціальних мережах засвідчив, що основною проблемою спілкування із потенційними споживачами є невміння юридичної особи мислити як фізична особа. Диктат виробника у спілкуванні прослідковується на 70% акаунтів юридичних осіб. І якщо на корпоративному сайті споживач очікує структурованої інформації і контакту із працівником підприємства жорстко за розкладом роботи підприємства, то у соціальних мережах сутність соціального середовища передбачає саме розмову, а не повідомлення, розповідь, а не лекцію. Для того, щоб сформувати лояльність, необхідно підтримувати спілкування, ділитися планами і переживаннями керівного складу підприємства, бути учасником соціального життя громад споживачів. Найманий працівник не готовий вести спілкування із споживачем на рівні «людина-людина». Так, в ході виконання дослідження, при формуванні запиту у соціальній мережі Instagram до юридичної особи відповідь не надійшла у 10% випадків, надійшла із запізненням (з урахуванням робочого дня підприємства) – у 21%. Такі дії суб'єкта господарювання викликають емоційний супротив з боку споживача, втрату довіри і уваги до підприємства. Активне спілкування зі споживачами регулярно ведуть тільки юридичні особи, акаунти яких

zareєстровані як іменні акаунти керівників цих підприємств (до 1,5 % досліджених акаунтів). І це власники середнього бізнесу. Таку динаміку можна пояснити наступним чином. Власники середнього бізнесу пройшли етап початкового масштабування, усвідомлюють роль самого власника у формуванні стратегії розвитку. Власники малого бізнесу ще не можуть вийти з рутини операційного управління підприємством. А от специфіка роботи великого бізнесу у соціальних мережах потребує додаткового дослідження.

Для вирішення конфлікту між приватними інтересами найманого працівника і інтересами підприємця у соціальні мережі перейшли чат-боти. Чат-бот – це система, в якій споживач і підприємство обмінюються повідомленнями в системі «людина – комп'ютер». Чат-боти дають відповіді на поширені питання, нівелюють емоційність спілкування, вивільняють найманих працівників для вирішення нестандартних ситуацій з клієнтом. Також важливим фактом є те, що підтримка чат-ботів є безоплатною, якщо використовувати, наприклад, месенджер Telegram. Цей месенджер має просту інструкцію [21] зі створення чат-ботів, і зробити це може людина без спеціальної освіти або підготовки. Ефективність застосування чат-ботів як на сайтах, так і в соціальних мережах, формується вартістю сформованого текстового наповнення бота і вартістю розвитку текстів спілкування.

Для підтримки соціального спілкування на акаунтах соціальних мереж запроваджують також ситуативні або автоматизовані «воронки продажу». «Воронка продажу» – це шлях, який проходить середньостатистичний споживач від моменту привертання уваги до придбання: увага, формування зацікавленості, бажання, придбання. Автоматизована воронка продажу переводить соціальне спілкування у простір технологічних рішень. Програмна методологія Google під назвою See-Think-Do-Care [22] як раз є таким комплексом інструментів. Він, до того ж, може ефективно поєднувати соціальну мережу із корпоративним сайтом. Також окремі програми допомагають аналізувати ефективність публікацій саме у соціальних мережах (Popsters, LIVEDUNE, інші), пла-

нувати публікації (SMM_PLANNER) тощо. Соціальна мережа, як середовище особистісного спілкування, спирається на відгуки, зворотній зв'язок, є платформою для програм лояльності (конкурсів – розіграш призів), знижок за активність на сторінках, репост (поширення серед своїх друзів) сторінки. Для соціального спілкування важливим є дотримання трендів такого спілкування, «челенджів» [23]. Для ведення соціальних мереж та застосування воронки продажу, яка спирається або тільки на соціальні мережі, або поєднує соціальну мережу і корпоративний сайт – компанії часто наймають окремих працівників, так званих контент-менеджерів. Такі співробітники ведуть сторінки та застосовують програми для аналізу ефективності публікацій у соціальних мережах. За інформацією [24], середня зарплата такого контент-менеджера в Україні становить 5–6 тисяч гривень (150 – 200 дол. США), що є допустимо малими затратами для великих компаній, особливо з урахуванням того, наскільки ці інструменти є дієвими при правильному застосування.

Ще одним інструментом роботи юридичних осіб у соціальних мережах є залучення можливостей штучного інтелекту (AI). Такі системи маркетингових комунікацій виключають «пасивний саботаж» найманого працівника у спілкування з клієнтом, персоналізують рекламні інструменти і таким чином впроваджують індивідуальний підхід у рекламний простір. Системи штучного інтелекту здатні контролювати та управляти процесами просування, створення відгуків, формування персональних рекомендацій споживачам. Можуть формувати персоналізований медіа-матеріал (описи товарів на основі запиту характеристик), узгоджувати замовлення, оптимізувати доставку тощо. Швидкість реагування на запити споживачів формує лояльність з боку споживача, а значить, підтримує стандарти соціального спілкування. Штучний інтелект поступово буде задіяний як представник і виробника, і споживача в Internet-просторі з організацією спілкування в реальному часі вже між відображеннями учасників ринку (через їх аватари). Таким чином, залучення штучного інтелекту як інструменту реклами призводить до усвідомлення сталого парт-

нерства між ним і людиною. Отже, сучасні інструменти рекламної діяльності у соціальних мережах спрямовані саме на надання юридичним особам рис соціальних, суспільно адаптованих суб'єктів. Ці процеси змінюють уявлення про вже сталі бізнес-моделі організації рекламної діяльності B2B, B2C. Активно впроваджувані моделі M2M (Machines too Machine) стають вузько спеціалізованими. І, можливо, наступним кроком є (B-AI)2C або (B-AI)2(C-AI). Такі системи прибирають багаторівневі канали просування, закріплюють індивідуалізацію запитів у спілкуванні виробника і споживача. Формують паритет у системі потреба – попит. Але для коректного формування або отримання замовлення представник суб'єкта ринку в Internet-просторі (аватар із застосуванням штучного інтелекту) повинен бути адаптованим до емоційних і інтелектуальних здібностей споживача. І це не повинен бути усереднений портрет клієнта або виробника. Таким чином, індивідуалізація запитів, пропозицій, виробництва і споживання стає дійсно об'єктивною реальністю.

Оскільки юридичні особи вчаться працювати у соціальних мережах, Європарламент ухвалив у першому читанні пропозицію про заборону деяких видів таргетованої реклами [25]. Цей законопроект обмежить доступ банків даних, таких як Google, Amazon, Meta (Facebook) та інші, до конфіденційної інформації споживачів (особливо, якщо відсутній офіційний дозвіл цих споживачів) під загрозою штрафу до 6% їх валового доходу. Подібний законопроект обговорюється і у США [26]. Такі ініціативи стимулюють формування нових бізнес-моделей роботи юридичних осіб у соціальних мережах на засадах конфіденційності, достовірності і модерації контенту. Інституційні заходи повертатимуть соціальні мережі у поле соціальних аспектів економіки сталого розвитку.

Висновки. Дослідження показали, що юридичні особи активно долучаються до роботи у соціальних мережах з метою формування кола потенційних споживачів їх товарів/послуг. Основним недоліком такого долучення є невідповідність організаційних засад функціонування юридичної особи, як підприємства, очікуванням потенційних

споживачів від спілкування у соціальних мережах. Дисонанс між очікуваннями споживача через наділення юридичної особи рисами соціального об'єкту і реальними діями цієї юридичної особи в соціальній мережі не тільки не формує очікувану лояльність з боку потенційного споживача, а, навпаки, може викликати емоційний супротив споживачів і нанести шкоду репутації підприємства. З метою адаптації юридичної особи до поведінки фізичної особи сучасні бізнес-моделі рекламної діяльності пропонують вилучення найманого працівника із ланцюжка «власник підприємства – споживач товару/послуги».

Усвідомлення суб'єктами господарювання ролі соціальних мереж як інструменту привертання уваги споживачів, формування лояльності до виробника, ролі особи власника підприємства у формуванні стратегії розвитку – все це спонукає підприємства виходити у мережі на пряме спілкування з потенційним споживачем, реєструвати особисті сторінки, формувати персональні акаунти. Таким чином, модель B2B змінюється на модель B2C і формує індивідуалізацію виробничих процесів відповідно до тенденцій розвитку сучасного економічного середовища.

Законодавче регулювання доступу суб'єктів господарювання до конфіденційної приватної інформації споживачів формуватиме нові системи спілкування між споживачем і підприємством як суб'єктами ринку із застосуванням штучного інтелекту. Формування Meta-всесвіту, застосування доповненої і віртуальної реальності (AR, VR), переведення спілкування (у тому числі і у соціальних мережах) на рівень спілкування комп'ютерних представників (аватарів, систем з елементами штучного інтелекту) може як вирішити, так і поглибити кризу персоналізації і конфіденційності на ринку товарів/послуг.

Наступним кроком розвитку наукової думки повинно стати розуміння, наукове дослідження і обґрунтування відмінностей між фізичною особою і її відбитком (відображенням) в Internet-просторі. Юридичне визначення підприємства як суб'єкта ринку і віртуального акаунту цього підприємства як суб'єкта міжособистісного спілкування стає

нагальним завданням наукового середовища.

Література

1. Індустрія 4.0 – що це таке та навіщо це Україні. [Електронний ресурс] // Асоціація підприємств промислової автоматизації України, 2016. – Режим доступу: <https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-take-ta-navishho-tse-ukrayini/>.
2. Бурик З. М. Регулювання національної економіки на засадах сталого розвитку. [Електронний ресурс] / З. М. Бурик // Економіка і суспільство. – Вип.4. – 2016. – С. 79–92. – Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/11.pdf.
3. Що таке метавсесвіт? І чому навколо нього стільки ажіотажу. [Електронний ресурс]. // BBC NEWS Україна, 24 жовтня 2021. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-58956171>.
4. DIGITAL 2021 APRIL GLOBAL STATSHOT REPORT [Електронний ресурс]. // DATAREPORTAL, 21 квітня 2021. – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>.
5. Стеблюк Н. Ф.. Технології штучного інтелекту в маркетингу / Н. Ф. Стеблюк, Є. В. Копейкіна // Приазовський економічний вісник Класичного приватного університету. – 2019. – Вип. 3(14). – С. 462–466. [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/79.pdf.
6. Барановська В. Досягнули успіху, незважаючи на пандемію. [Електронний ресурс]: ТОП-100 найдорожчих компаній світу / В. Барановська // Сьогодні. Гроші. 27 жовтня 2021. – Режим доступу: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/business/preuspeli-nesmotrya-na-pandemiyu-top-100-samyh-dorogih-kompaniy-mira-1581525.html>.
7. Економічний розвиток. // Урядовий портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichnezrostantnya>.
8. Баран Р. Я. . Оцінка ефективності рекламної діяльності в інтернеті. / Р. Я. Баран, М. Й. Романчук // Ефективна економіка. – 2019. – [Електронний ресурс]. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.7.36> – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/38.pdf.
9. Новаківський І. І. Оцінювання ефективності Internet-реклами. [Електронний ресурс] / І. І. Новаківський, О. С. Любомудрова. // Проблеми економіки і управління. Зб. наук. праць НУ «Львівська політехніка». – 2009. – Вип. 640. – С. 175–192. – Режим доступу: https://vlp.com.ua/files/24_26.pdf.
10. Домашева Є. А. Підходи до оцінювання ефективності маркетингових інтернет-комунікацій / Є. А. Домашева, О. В. Зозульов // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2016. – № 13. – С. 353–360. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.13.2016.80566>
11. Ковшик В. І. Оцінка ефективності інтернет-реклами / В. І. Ковшик, А. Б. Зубкова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.:

Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2011. – № 39. – С. 69–77.

12. Албитов А. Возможности интернет-статистики. / А. Албитов // Интернет-маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.udc.com.ua/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=40>.

13. Білан О. С., Кухта Д. Б. Роль соціального маркетингу в системі менеджменту підприємства. [Електронний ресурс] / О. С. Білан, Д. Б. Кухта // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: Матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – С. 40–41. – Режим доступу: https://drive.google.com/drive/folders/1r0uJdwem_2EB511SzakE2dbhE2x3Gvia.

14. Волинчук Ю. В. Типові майданчики для крауд-маркетингу. [Електронний ресурс] / Ю. В. Волинчук // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: Матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – С. 76–77. – Режим доступу: https://drive.google.com/drive/folders/1r0uJdwem_2EB511SzakE2dbhE2x3Gvia.

15. Yudina N. Marketing Perception of Technological Uncertainty by Decision-Makers. / N. Yudina, O. Pidlisna // Economic Bulletin of National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute». Kyiv : Management and Marketing Faculty, 2021. – №18. (2021). PP. 1–10. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.238105> – URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/238105>.

16. Європейське Бюро інтерактивної реклами (IAB Europe). Звіт . [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://iab europe.eu/wp-content/uploads/2020/06/IAB-Europe_AdEx-Benchmark_2019_2020_FINAL_03.06.20.pdf?fbclid=IwAR2Sg_piypFJ_t03udrSBO_hykp-wpvlQYw5yCjZvLesun61Y2wFmt1EXcI.

17. Лексеми для коректного висвітлення в медіа різних вікових груп. [Електронний ресурс]. // Інститут масової інформації, 19 травня 2020. – Режим доступу <https://imi.org.ua/advice/leksemy-dlya-korektnogo-vysvitleniya-v-media-riznyh-vikovyh-grup-i33168>.

18. Федоричак В. ТОП-15 видів реклами в Інтернеті. [Електронний ресурс]. // LEMARBET. – Режим доступу <https://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/reklama-v-internete-8-osnovnyh-vidov-i-ih-osobennosti/>.

19. Реклама у соціальній мережі Instagram. [Електронний ресурс]. // Meta for Business. – Режим доступу: <https://business.instagram.com/advertising>.

20. Визначення категорії підприємств. [Електронний ресурс]. // Метод рекомендацій з П(С)БО та обліку. – Режим доступу : <https://zakon.help/article/viznachennya-kategorii-pidpriemstv-mikro--mali> Дата звернення Груд. 10, 2021.

21. Інструкції. [Електронний ресурс]. // Selectel. – Режим доступу: https://kb.selectel.ru/docs/selectel-cloud-platform/serverless/instructions/how_to_create_a_telegram_bot/.

22. Стратегія See-Think-Do-Care. Управління. Інтернет-маркетинг. Конкуренція. [Електронний ресурс]. / NIKREKLAMA. – Режим доступу: <http://nikareklama.com.ua/strategiya-see-think-do-care/>

23. Бойко О. В., Гаранчевська І. А. Основні компоненти просування у соціальних мережах. [Електронний ресурс] / О. В. Бойко, І. А. Гаранчевська // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій: Матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (5 жовтня 2018 р). – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – С. 51 – 53. – Режим доступу: https://drive.google.com/drive/folders/1r0uJdwem_2EB511SzakE2dbhE2x3Gvia.

24. За что и сколько платит SMM-специалисту. [Електронний ресурс]. // Instagram WISHDO. – Режим доступу <https://wishdo.wordpress.com/2016/11/13/smm-salary/>.

25. EU announces sweeping new rules that could force breakups and hefty fines for Big Tech. [Електронний ресурс]. // CNBC, Dec. 15 2020. – Режим доступу: <https://www.cnn.com/2020/12/15/digital-markets-act-eu-new-rules-on-big-tech.html>.

26. Everything You Need to Know from the Facebook Whistleblower Hearing. Congress will hear new concerns about child safety on the world's largest social network. [Електронний ресурс]. // The VERG, Oct. 5, 2021. – Режим доступу: <https://www.theverge.com/2021/10/5/22710539/facebook-k-whistleblower-hearing-instagram-child-safety-congress>

References

1. Industriia 4.0 – shcho tse take ta navishcho tse Ukraini // Asotsiatsiia pidpriyemstv promyslovoi avtomatyzatsii Ukrainy, (2016). – Retrieved from <https://appau.org.ua/publications/industriya-4-0-shho-tse-take-ta-navishcho-tse-ukrayini/>.

2. Buryk, Z.M. (2016). Rehulivannia natsionalnoi ekonomiky na zasadakh staloho rozvytku. / Ekonomika i suspilstvo, (4), 79-92. Retrieved from https://economyandsociety.in.ua/journals/4_ukr/11.pdf

3. Shcho take metavsesvit? I chomu navkolo nioho stilyk azhiotazhu. // BBC NEWS Ukraina, 24 zhovtnia 2021. – Retrieved from <https://www.bbc.com/ukrainian/features-58956171>

4. Digital 2021 April Global Statshot Report // Datareportal, 21 kvitnia 2021. – Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>

5 Stebliuk, N.F., & Kopieikina, Ye.V. (2019). Tekhnologii shtuchnoho intelektu v marketynhu. Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk Kласychnoho pryvatnoho universytetu, Bulletin KPU, Issue 3(14), 462-466. – Retrieved from http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/79.pdf

6. Baranovska, V. (2021). Dosiahnuly uspikhu, nezvazhaiuchy na pandemiю: TOP-100 naidorozhchyykh kompanii svitu. // Siohodni. Hroshi. 27 zhovtnia 2021. –

- Retrieved from <https://economics.segodaya.ua/ua/economics/business/pr-euspeli-nesmotrya-na-pandemiyu-top-100-samyh-dorogih-kompaniy-mira-1581525.html>
7. Ekonomichnyi rozvytok. // Uriadovyi portal. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya>.
8. Baran, R.Ya., & Romanchukovykh, M.I. (2019). Otsinka efektyvnosti reklamnoi diialnosti v interneti. Efektyvna ekonomika, 7. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.7.36> – Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/38.pdf DOI: 10.32702/2307-2105-2019.7.36
9. Novakivskiy, I.I., & Liubomudrova, O.S. (2009). Otsiniuvannya efektyvnosti INTERNET-REKLAMY. Proceedings of «Problemy ekonomiky i upravlinnia», Zbirnyk naukovykh prats NU «Lvivska politekhnika», (640), 175-182. – Retrieved from https://vlp.com.ua/files/24_26.pdf
- 10.. Domasheva, Ye.A., & Zozulov, O.V. (2016). Pidkhydy do otsiniuvannya efektyvnosti marketynhovykh internet-komunikatsii. Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut», (13), 353-360. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.13.2016.80566>
11. Kovshyk, V.I., & Zubkova, A.B. (2011). Otsinka efektyvnosti internet-reklamy. Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»: Zbirnyk naukovykh prats. Tematychniy vypusk: Aktualni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpriemstv, (39), 69-77. Retrieved from <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/7887>
12. Albitov, A. (2003). Vozmozhnosti internet-statistiki. Internet-marketing. Retrieved from <http://www.udc.com.ua/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=40>
13. Bilan, O.S., & Kukhta, D.B. (2018). Rol sotsialnoho marketynhu v systemi menedzhmentu pidpriemstva. Proceedings of: Materialy vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii (5 zhovtnia 2018 r). «Marketynh v umovakh rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohiy». (pp. 40-41). Lutsk: IVV Luts'koho NTU. Retrieved from https://drive.google.com/drive/folders/1r0uJdwem_2EB5l1SzakE2dbbE2x3Gvia
14. Volynchuk, Yu.V. (2018). Typovi maydanchyky dlia kraud-marketynhu. Proceedings of: Materialy vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii (5 zhovtnia 2018 r). «Marketynh v umovakh rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohiy». (pp. 76-77). Lutsk: IVV Luts'koho NTU. Retrieved from https://drive.google.com/drive/folders/1r0uJdwem_2EB5l1SzakE2dbbE2x3Gvia
15. Yudina, N., & Pidlisna, O. (2021). Marketing Perception of Technological Uncertainty by Decision-Makers. // Economic Bulletin of National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Management And Marketing Faculty, 18, 1–10, <https://doi.org/10.20535/2307-5651.18.2021.238105>. Retrieved from <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/238105>.
16. Yevropeiske Biuro interaktyvnoi reklamy (IAB Europe). Zvit. Retrieved from https://iab europe.eu/wp-content/uploads/2020/06/IAB-Europe AdEx-Benchmark 2019_2020_FINAL_03.06.20.pdf?fbclid=IwAR2Sg_piypFJ_t03udrSBO_hykp-wpvlQYw5yCjZvLesun61Y2wFmt1EXcI
17. Leksemy dlia korektnoho vysvitlennia v media riznykh vikovykh hrup. Instytut masovoi informatsii, 19 travnia 2020. Retrieved from <https://imi.org.ua/advices/leksemy-dlya-korektnogo-vysvitlennia-v-media-riznykh-vikovykh-grup-i33168>.
18. Fedorychak, V. (n.d.). TOP-15 vydov reklamy v Interneti.. // LEMARBET. – Retrieved from <https://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/reklama-v-internete-8-osnovnykh-vidov-i-ih-osobennosti/>.
19. Reklama u sotsialniy merezhi Instagram. Meta for Business. Retrieved from <https://business.instagram.com/advertising>
20. Vyznachennia katehorii pidpriemstv. Metodrekomentatsii z P(S)BO ta obliku. Retrieved from <https://zakon.help/article/vyznachennia-katehorii-pidpriemstv-mikro--mali>
21. Instruksii. Selectel. Retrieved from <https://kb.selectel.ru/docs/selectel-cloud-platform/serverless/instructions/how-to-create-a-telegram-bot/>
22. Stratehiia See-Think-Do-Care. Upravlinnia. Internet-marketynh. Konkurentsia. NIKREKLAMA. – Retrieved from <http://nikareklama.com.ua/strategiya-see-think-do-care/>
23. Boiko, O.V., & Haranchevska, I.A. (2018). Osnovni komponenty prosuvannia u sotsialnykh merezhakh. Proceedings of: Materialy vseukrainskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii (5 zhovtnia 2018 r). «Marketynh v umovakh rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohiy». (pp. 51-53). Lutsk: IVV Luts'koho NTU. Retrieved from https://drive.google.com/drive/folders/1r0uJdwem_2EB5l1SzakE2dbbE2x3Gvia
24. Za chto i skolkо platit SMM-spetsialistu. Instagram WISHDO. Retrieved from <https://wishdo.wordpress.com/2016/11/13/smm-salary/>
25. EU announces sweeping new rules that could force breakups and hefty fines for Big Tech. // CNBC, Dec. 15 2020. – Retrieved from: <https://www.cnbc.com/2020/12/15/digital-markets-act-eu-new-rules-on-big-tech.html>.
26. Everything You Need to Know from the Facebook Whistleblower Hearing. Congress will hear new concerns about child safety on the world's largest social network. // The VERG, Oct. 5, 2021. – Retrieved from <https://www.theverge.com/2021/10/5/22710539/facebook-whistleblower-hearing-instagram-child-safety-congress>

ANALYSIS OF TRENDS IN THE USE OF ADVERTISING IN SOCIAL NETWORKS

*O. A. Pidlisna, Ph. D (Tech.), Associate Professor, A. O. Vybornov, bachelor student,
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute*

Methods. The main methods of research are: comparative analysis of existing business models of advertising, grouping data to evaluate them – in systematizing and summarizing research results, as well as informal (intuitive) forecasting methods – when forming a sample for observation and analysis of trends in the formation of business models of advertising.

Results. The work is devoted to the study of modern tools for advertising works, goods, services through social networks. The purpose of the study is to determine the trends in the formation of business models for the advertising activities of legal entities in social networks. The main task is to study the tools for promoting goods / services in social networks, increasing loyalty through social networks. The article presents the results of the analysis of trends in the formation of business models of advertising activities of legal entities in social networks. It is shown how a change in the factors of the economy of sustainable development, in particular the age distribution of the population, affects the formation of the advertising policy of a business entity. The contradiction between the meaning of the concept of «social network» and the peculiarities of the organization of advertising activities of legal entities is determined. The role of modern IT technologies, such as the Meta-universe, chat-bot, automated sales funnels and the use of artificial intelligence systems to solve the indicated contradictions, is shown. An attempt was made to evaluate the economic efficiency of using modern tools to form consumer loyalty to the activities of legal entities through social networks by giving the latter the features of socially adapted market entities.

Novelty. The paper stresses the necessity of studying modern definitions of «social network», «economic entity and its avatar in a social network». The next step in the development of scientific thought should be the understanding, scientific justification and study of the differences between an individual and his image in the Internet space.

Practical value. In accordance with global trends in the institutional protection of consumer personal data on the internet, the expected changes in the behavior of business entities in social networks and the role of technology companies in this process are shown. The indicated trends will objectively influence both the organizational structure of a business entity and the formation of business models of B2C interaction. The results of the study are of interest both to representatives of medium and large businesses, and to the scientific community for the formation of a theoretical scientific basis for modern advertising processes.

Keywords: Internet, internet advertising; social networks, loyalty, Meta-universe, chatbot, sales funnel, artificial intelligence, avatar, advertising business model.

Надійшла до редакції 22.11.21 р.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ БРЕНДАМИ РЕГІОНІВ

М. Є. Савченко, аспірант ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», nikolai777555@gmail.com, orcid.org/0000-0001-7421-996X

Методологія дослідження. Результати отримані за допомогою таких методів наукового дослідження, як: метод загального та особливого – для пошуку схожих та відмінних складових процесу бренд-менеджменту у концепціях запропонованих різними вченими. Синтез та логіко-дедуктивний – для формування власного алгоритму управління брендом регіону.

Результати. У статті досліджено підходи до процесу формування брендів території та подальшого управління. Визначено, що бренд-менеджмент на сьогоднішній день є важливим питанням для дослідників та практиків у всьому світі, однак, не існує єдиного підходу до розуміння процесу брендингу, що дає поштовх до пошуку нових методів та розробки нових моделей управління брендами країн та регіонів. Існують різні бачення побудови бренду регіону, які можуть базуватися як виключно на маркетингових діях, так і на цілісному розвитку регіону. Розглянуто головні етапи та принципи, на яких повинен базуватися бренд-менеджмент у сьогоденних реаліях. Запропоновано розглядати процес брендингу через три головні складові: функціональну, координаційну та комунікативну. Розглянуто як класичні, так і нові підходи до процесу брендингу. Сформовано власне бачення процесу управління брендами територій для підвищення їхньої привабливості серед цільових груп у майбутньому і, як наслідок, досягнення соціально-економічного розвитку регіону. Визначено вплив стейкхолдерів на розвиток бренду території та розглянуто варіанти їх взаємодії для досягнення спільних цілей.

Новизна. У ході вивчення проблеми побудови сильного бренду регіону було запропоновано власний алгоритм управління брендами територій.

Практична значущість. Запропоновані результати можуть бути використані органами державної та місцевої влади для побудови брендів регіонів та залучення додаткових ресурсів з їх допомогою.

Ключові слова: брендинг території, бренд регіону, управління брендом території, регіональний бренд-менеджмент, маркетинг території.

Постановка проблеми. Світова конкуренція між територіями за залучення ресурсів спонукає державну та місцеву владу до пошуку нових інструментів розвитку регіонів. За останні десятиліття стало зрозуміло, що процес вибору територій для життя, подорожей чи інвестицій подібний до процесу вибору товарів. Саме тому для розвитку привабливості території стали використовуватися маркетингові механізми і, як наслідок, розроблятися бренди територій.

У світі є багато прикладів вдалого управління репутацією територій та розвитку

їхніх брендів. Однак не існує універсального механізму створення та управління брендом регіону. Крім того нові реалії спонукають до пошуку нових ідей для реалізації процесу брендингу. Саме це обумовлює актуальність даної теми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Хоча інтерес до процесу брендингу території з кожним роком зростає, у світі досить небагато науковців, що займаються даною проблематикою. Першими фундаментальними дослідженнями у напрямку побудови брендингу території були роботи

таких західних вчених як: Саймон Анхольт та Кейт Дінні [11]. На пострадянському просторі досить значні теоретичні та практичні дослідження у напрямку бренду міст були проведені Д. Візгаловим [8]. Маркетинг території досить ґрунтовно розглянуто у роботах А. Панкрухіна [4].

Останніми роками інтерес до брендингу територій зріс і серед українських вчених. У своїй дисертації бачення процесу брендингу території представила Г. Полішко [1]. Брендинг території у розрізі національної економіки представлено у роботах Г. Студінської [7]. Над питанням механізму розробки бренду території працювала Ю. Л. Шатова [3]. Брендинг території, як інструмент підвищення туристичної привабливості регіону розглянуто Т. А. Смирновою [5]. Серед публікацій українських вчених останніх 5 років можна виділити роботи Білявського В. М. [10], який дослідив територіальний брендинг, як інструмент розвитку регіону на прикладі Житомирської області. Цікавою роботою є дисертація Вакар Т. В. [2], у якій також запропоновано структурно-логічну модель брендингу сільських територій.

Формулювання мети статті. Метою роботи є аналіз теоретико-методичних основ управління брендами регіонів та побудова алгоритму реалізації даного процесу на певній території.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною особливістю брендингу території порівняно з комерційними брендами є те, що розвиток брендів територій неможливо створити повністю штучно. Однак управління репутацією країн та регіонів цікавить науковців і державних управлінців по всьому світу. З розвитком маркетингу та брендингу, за останні десятиліття це питання набуло ще більшої актуальності.

Наукові та практичні дослідження призвели до появи різних теорій в управлінні брендами територій і формування принципів і стратегій їх створення. Кожен автор ставить у пріоритет різні складові процесу брендингу та розділяє його на різні етапи. Зокрема, Г. Г. Полішко виділяє три принципи, на яких повинен будуватися брендинг, а саме: системність, функціональна та інституційна детермінованість, внутрішня та зовнішня транспарентність [1, с.140].

Досить детально процес брендингу на прикладі сільських територій описаний Т. В. Вакар, яка виділила три рівня атрибутів брендингу територій, пов'язаних із формуванням:

- візуального та асоціативного сприйняття цільовою аудиторією;
- образу та репутації в контексті унікальних територіальних особливостей;
- складової патріотизму [2 с.7].

На думку авторки існує чотири етапи формування брендингу території, які поділяються на менші кроки, представлені на рис.1.

Шатова Ю. Л. та Карпищенко М. Ю. пропонують сім етапів брендингу, які включають: стратегічне планування, проведення досліджень, розробку платформи бренду, розробку ідентичності бренду; розробку креативної стратегії бренду, розробку медіа-стратегії, просування та моніторинг бренду [3].

Недоліком даної концепції є те, що вона базується, в першу чергу, на маркетингових комунікаціях, залишаючи поза увагою економічний та соціальних аспект брендування регіонів, в той час, як соціально-економічний розвиток територій є першочерговою складовою у формуванні бренду регіону.

Досить цікавим підходом до просування території є підхід запропонований А. П. Панкрухіним, який включає в якості етапів вибір цілей та задач просування; визначення цільових аудиторій; розробку програми у відповідності до потреб цільових аудиторій; вибір технологій та інструментів для реалізації програми; оцінку ефективності програми [4, с.384]. При цьому автор зазначає, що програма просування міста виходить зі стратегії його розвитку, яку повинна формувати місцева адміністрація [4, с.384]. В даному випадку важливим є те, що процес просування засновано в першу чергу на розумінні цільових груп.

Т. А. Смирнова та І. Ю. Приварникова бачать процес брендингу через діагностику ситуації та формування цілей брендингу; формування сутності бренду; стратегічний план із просування бренду; реалізацію стратегічного плану; оцінку ефективності сформованого бренда. [5]. Авторами описано

процес діагностики існуючого іміджу території, що є дуже важливим, адже вже існую-

че сприйняття території має стати фундаментом для брендингу в майбутньому.



Рис. 1. Структурно-логічна модель брендингу сільських територій [2, с.7]

Ще одним цікавим підходом до формування бренду є підхід С. В. Карпової, яка виділяє наступні етапи брендингу: відбір цільових аудиторій брендингу; аналітичний етап, аналіз зацікавлених сторін (стейкхолдерів), визначення критеріїв успішності брендингу; формування ідентичності брендингу; визначення джерел отримання інформації про бренд цільовими групами [6, с.356]. Перевагою даного підходу є етап аналізу стейкхолдерів, адже саме зацікавлені сторони є головним елементом у формуванні та просуванні бренду територій.

Г. Я. Студінська розглядає брендинг в першу чергу як частину економіки, і вважає, що бренд-орієнтована економіка держави має розвиватися на п'яти рівнях, де: на нано-рівні знаходяться бренди товарів; на

мікро-рівні – компанії; на мезо-рівні – регіони; на макро-рівні – держава; на мега-рівні – світ [7, с.275]. На кожному із цих рівнів працюють різні вектори впливу, які забезпечують розвиток брендів.

Концептуальна модель побудови успішного національного бренду Г. Г. Полішко, яка включає три принципові блоки:

1. Цілеутворювальний – де формується національна ідея, формується стратегія, державна програма та здійснюється контроль.

2. Функціональний – де проходить робота зі стейкхолдерами, їх координація та мотивація.

3. Виконавчий – це управління репутацією: маркетинг та дипломатія [1, с.141].

Д. Візгалов виділив декілька стратегій формування брендингу.

1. Адміністративна – коли у якості ініціатора формування бренду виступають органи влади;

2. Брендинг, що ініціюється бізнесом.

3. Громадянська – коли брендинг ініціюється місцевими структурами чи особистостями. [8, с.95]

В залежності від ініціатора створення бренду можуть формуватися різні органи управління брендом. Крім того існують мережева та ієрархічна структури брендингу.

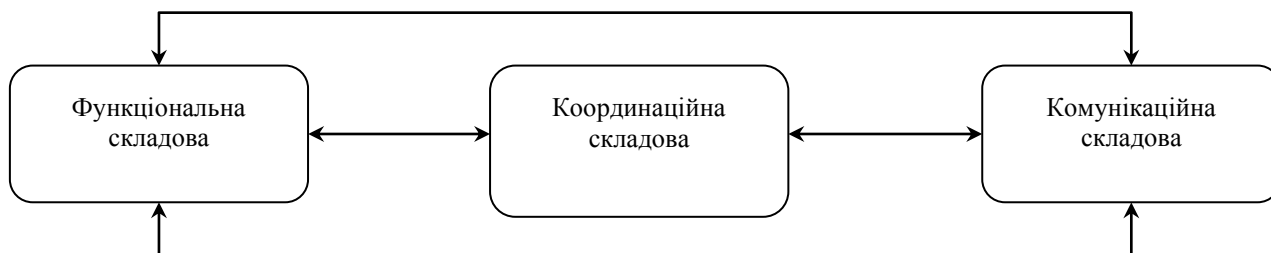


Рис. 2. Структура управління процесом брендингу території

Джерело: розроблено автором

Функціональна складова – це те, що Д. Візгалов [8, с.103] називає зрощуванням бренду. Тут ведеться робота над інфраструктурою та простором регіону (архітектура та ін.); культурним життям; управлінням та соціальним партнерством. Ця складова брендингу орієнтується на реальні зміни у житті регіону і має бути частиною регіональної стратегії.

Задача комунікативної складовою брендингу – вести двосторонню комунікацію між стейкхолдерами та цільовими аудиторіями. В даному випадку можуть використовуватися класичні методи маркетингових комунікацій для висвітлення подій та функціональних змін, що відбуваються у регіоні. З іншого боку важливим завданням комунікативної складової є моніторинг реальних потреб цільових аудиторій для подальшої їх реалізації відповідними органами.

Завдання координаційної складової – постановка цілей та забезпечення єдності між усіма стейкхолдерами для ефективної побудови бренда регіону.

Якщо розглядати процес брендингу території з позиції управління, то на думку автора, він повинен базуватися на принципах маркетинг-менеджменту та включати:

У першому випадку робота над створення бренду ведеться різними організаціями на рівних умовах, у другому – існує головний орган, якому підкоряються інші [8, с.101].

В Українських реаліях основним ініціатором брендингу є місцеві ради. Однак їх зусилля у більшості випадків не призводять до створення сильного бренду, хоча іноді здатні підвищити популярність самої влади.

Ми пропонуємо розділити процес брендингу на три основні складові: координаційна (менеджмент стейкхолдерів); функціональна (розвиток регіону) та комунікативна (маркетингові комунікації).

пах маркетинг-менеджменту та включати: аналітичну функцію (дослідження цільових груп та конкурентоспроможності регіону), виробничу функцію (в даному випадку – створення регіональних благ); збутову функцію (просування та реалізація товарів і послуг регіону); управлінську (планування, організація, мотивація та контроль, націлені на стейкхолдерів бренду).

На нашу думку, процес брендингу можна представити алгоритмічною моделлю, зображений на рис. 3.

Бренд території може формуватися історично, незалежно від зусиль влади чи інших стейкхолдерів у цьому напрямку. В такому випадку цей процес є неконтрольованим, а результат невідомим.

Якщо ж говорити про цілеспрямований процес брендингу, то перше, що потрібно зрозуміти – для чого потрібен бренд? Сам по собі бренд не несе цінності і є лише інструментом у досягненні цілей соціально-економічного розвитку регіону. Тож першим етапом роботи над брендом має бути саме постановка цілей.

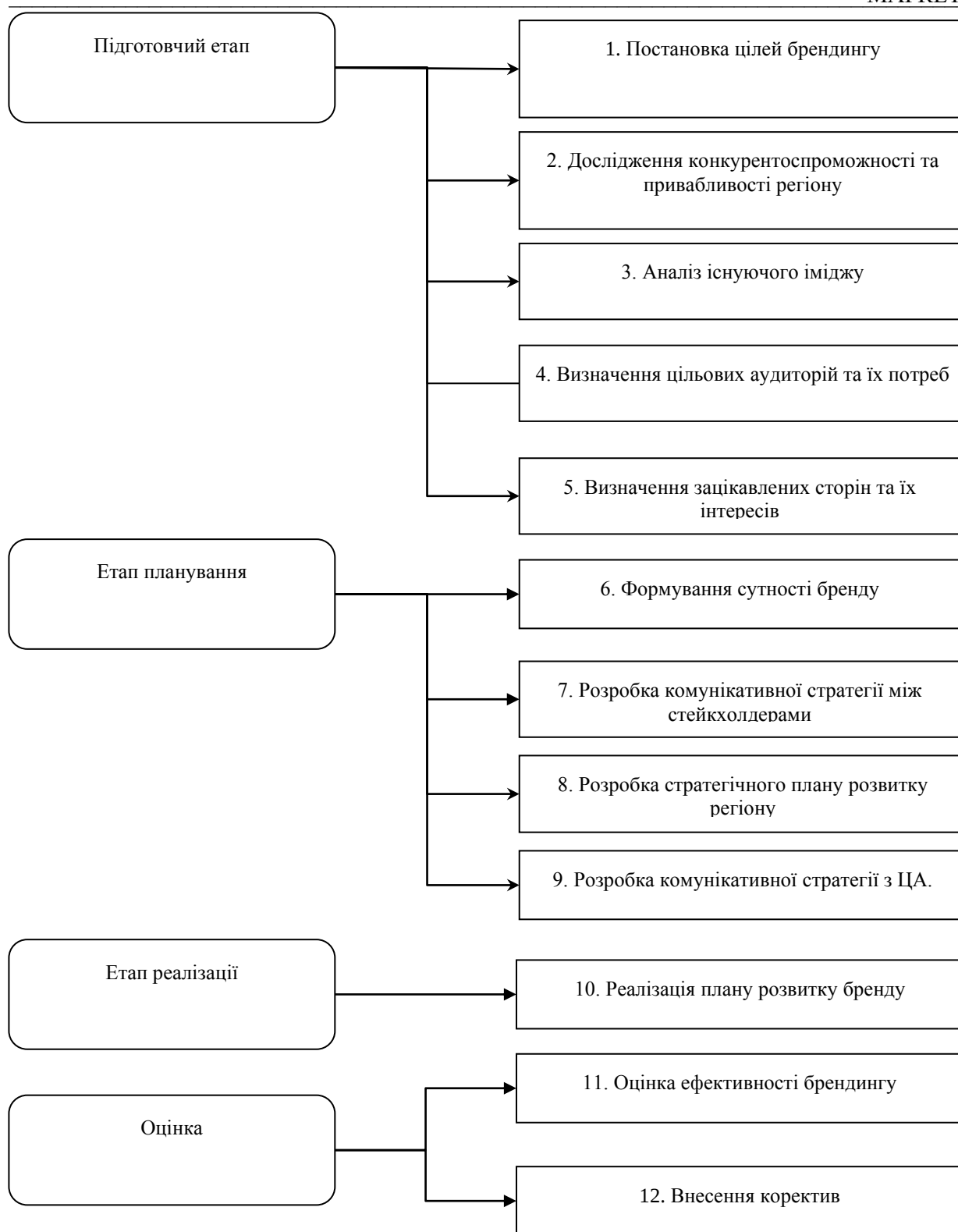


Рис 3. Алгоритмічна модель побудови бренду території

Джерело: розроблено автором

Наступними кроками мають бути дослідження конкурентоспроможності, сильних та слабких сторін регіону, а також аналіз іміджу регіону серед цільових груп, для подальшої його корекції. За Ф. Котлером

маркетинг – це робота з ринком заради обміну, мета якої – задоволення людських потреб [9, с.29]. Тож неможна сформулювати стратегію побудови бренду без розуміння своїх цільових аудиторій та їх потреб.

Подібна ситуація складається і зі стейкхолдерами бренду. Їх зацікавленість в процесі брендингу завжди базується на певних вигодах і розуміння інтересів стейкхолдерів стає основою їх подальшої мотивації у процесі бренд-менеджменту.

Виходячи з інтересів груп стейкхолдерів кожної з них пропонуються свої цілі, стратегії та інструменти, а також формуються свої комунікативні посилання [10, с.44]. Кейт Дінні вважає етап залучення стейкхолдерів ключовим у процесі брендингу [11, с.40]. Науковці поділяють групи стейкхолдерів на зовнішні та внутрішні [1, с.62]. Глобально стейкхолдерів брендингу регіону можна розділити на три рівня, до яких належать державний, приватний, громадський [1, с.161].

Основними комунікаційними каналами територій є туризм, приватний сектор, внутрішня і зовнішня політика, інвестиції та міграція, культура, освіта та люди [11, с.36]. На основі цього вчені виділяють наступні групи стейкхолдерів: населення; представники місцевого бізнесу; територіальні органи влади; туристи; інвестори [10, с.44].

Цікаво, що населення та бізнес можуть бути як стейкхолдерами брендингу, зацікавленими у підвищенні привабливості території, так і цільовою аудиторією, на яку направлений брендинг. Тобто підвищення лояльності певних цільових груп до території може призвести до того, що ці групи стають амбасадорами бренду.

Особливістю регіонального брендингу є те, що стейкхолдерами можуть виступати не тільки регіональні органи влади, але й державні та місцеві. При цьому державна влада може бути також цільовою аудиторією, за увагу якої бореться регіон.

Внутрішня комунікація стейкхолдерів брендингу територій є важливим питанням, над яким працюють вчені різних країн. Важливість даного питання розглянуто у роботі А. П. Панкрухіна. Однак, автор робить акцент на комунікації апарату місцевої влади, як основного органу в просуванні території, не торкаючись інших стейкхолдерів, що на нашу думку є недоліком [4, с.393].

Залучення багатьох сторін у процес брендингу допомагає краще впоратися з

недовірою щодо брендингових ініціатив та загального сприйняття бренду [11, с.43].

До головних принципів організації партнерства серед стейкхолдерів відносяться: всеохоплюваність та репрезентативність; довгострокова прихильність; загальне бачення; спільна відповідальність; взаємна довіра; націленість та залученість; єдність комунікації; прийняття рішень та діяльність на користь бренду; інвестування на користь бренду; готовність оцінювати внесок та ефективність [11, с.38].

На етапі планування процесу брендингу першим кроком є формування сутності бренду, його ідентичності. Цей процес повинен базуватися на вже існуючих особливостях регіону та визначенні векторів подальшого розвитку, спираючись на потреби цільових аудиторій та бачення стейкхолдерів. На цьому ж етапі визначається, у який спосіб буде проходити координація та мотивація зацікавлених сторін та який саме орган буде відповідальним за це.

Далі формується програма регіонального розвитку, на основі маркетингових досліджень. На сьогодні подібні програми вже існують у більшості областей України, що дає сподівання на подальший розвиток брендів регіонів.

Останнім кроком на етапі планування повинно стати формування комунікативної стратегії, яка має вирішити яким чином відбуватиметься висвітлення змін у житті регіону, які меседжі повинні лунати у засобах масової інформації, які засоби маркетингової комунікації і на якій території будуть застосовуватися та ін. Також на цьому кроці обговорюються варіанти символіки, лозунгів та бренд-буку регіону.

Етап реалізації може відбуватися на протязі декількох років чи навіть десятиліть, що вимагає великих зусиль та ресурсів. За цей час потреби цільових аудиторій можуть змінюватися, тому важливо постійно їх відслідковувати та вносити корективи в процес брендингу, не відходячи від основної стратегії.

Висновки. На сьогодні брендинг є дієвим механізмом залучення додаткових ресурсів у регіон та підняття авторитету місцевої влади.

Процес формування бренду території є досить складним і передбачає роботу як у сфері маркетингу, так і у сфері соціально-економічного розвитку. Він вимагає залучення багатьох зацікавлених сторін із приватного та державного секторів та повинен базуватися на принципах партнерства. Це вимагає певної комунікації між стейкхолдерами та координації їхніх дій. Ініціаторами брендингу територій можуть виступати як представники місцевої влади, так і приватні особи.

Бренд території не є самоціллю, а має служити для досягнення певних цілей. Саме тому першим етапом брендингу регіонів стає розуміння того, для чого необхідно будувати бренд. Такий підхід дозволяє якісно оцінити ефект від реалізації процесу брендингу території. Формування бренду є динамічним процесом, який вимагає контролю та внесення коректив, для збільшення його ефективності.

Література

1. Полішко Г. Г. Національний брендинг у глобальній економічній системі (дисертація). – Дніпро, 2016. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.02/2016/Dissertation_Final_Polishko.PDF
2. Вакар Т. В. Брендинг сільських територій (дисертація). Житомир, 2017. – Режим доступу: http://znau.edu.ua/images/data2/nauka_innovation/specia_lizovana_vchena_rada/d_14_083_02/2017/Vakar_T_V/Vakar_T_V_%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf
3. Шатова Ю. Л. Механізм розробки бренду території / Ю. Л. Шатова, М. Ю. Карпищенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Вип. №4. – 2012. – С. 324–329.
4. Панкрухин А. П. Маркетинг територій (2-е издание). – СПб.: Питер, 2006. – С. 416.
5. Смирнова Т. А. Формування бренду міста як інноваційний шлях підвищення його привабливості для туризму / Т. А. Смирнова, І. Ю. Приварнікова // Вісник Дніпропетровського університету. – Серія: Менеджмент інновацій. – Випуск №5. – 2015. – С. 93–100.
6. Карпова С. В. Брендинг. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата (2-е издание, переработанное и дополненное). / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. – М.: Юрайт, 2014. – 430 с.
7. Студінська Г. Я. Бренд у національній економіці України – монографія. – К.: ДНДІМЕ, 2016. – 376 с.

8. Визгалов Д. В. Брендинг города / Денис Визгалов. [Предисл. Л. В. Смирнягина]. – Москва: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.

9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс (пер. с английского). / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

10. Білявський В. М. Територіальний брендинг як інструмент розвитку регіону (на прикладі Житомирської області) / В. М. Білявський // Вісник Хмельницького національного університету. – Вип. №3. – 2019. – С. 42–47.

11. Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.

References

1. Polishko, H.H. (2016). Natsionalnyi brendynh u hlobalniy ekonomichniy systemi. Candidate's thesis. Dnipro. Retrieved from https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.02/2016/Dissertation_Final_Polishko.PDF.
2. Vakar, T.V. (2017). Brendynh silskykh terytoriy Candidate's thesis. Zhytomyr. Retrieved from http://znau.edu.ua/images/data2/nauka_innovation/specia_lizovana_vchena_rada/d_14_083_02/2017/Vakar_T_V/Vakar_T_V_%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf.
3. Shatova, Yu.L., & Karpyschenko, M.Yu. (2012). Mekhanyzm razrabotki brenda territoriy. Marketynh i menedzhment innovatsiy, (4), 324-329.
4. Pankrukhyn, A.P. (2006). Marketing territoriyi (2-e yzdaneye). Sankt-Peterburg: Piter.
5. Smymova, T.A., & Pryvarnikova, I.Yu. (2015). Formuvannia brenda mista yak inovatsiyni shliakh pidvyshchennia yoho pryvablyvosti dlia turyzmu. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu, Ser.: Menedzhment innovatsiy, Issue 5, 93-100.
6. Karpova, S.V. & Zakharenko, I.K.. (2014). Brendynh. (2nd ed., rev.). Moskva: Yurayt.
7. Studinska, H.Ya. (2016). Brend u natsionalniy ekonomitsi Ukrainy. Kyiv: DNDIIME.
8. Vyzgalov, D.V. (2011). Brendyng goroda. L.V. Smyrnyagina (Ed.). Moskva: Fond «Instytut ekonomiki goroda».
9. Kotler, F. (2007). Osnovy marketinga. (Trans.). Moskva: Izdatelskiy dom «Vilyams».
10. Biliavskiy, V.M. (2019). Terytorialnyi brendynh yak instrument rozvytku rehionu (na prykladi Zhytomyrskoi oblasti). Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, (3), 42-47.
DOI: 10.31891/2307-5740-2019-270-3-43-49
11. Dinni, K. (2013). Brending territoriy. Luchshye mirovye praktiki. Moskva: Mann, Ivanov i Ferber.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF BRAND
MANAGEMENT OF REGIONS

M. E. Savchenko, Post-graduate student, Ukrainian State University of Chemical Technology

Methods. The results were obtained using such research methods as: general and special method – to find similar and different components of the brand management process in the concepts proposed by different scientists. Synthesis and logical-deductive – to form their own brand management algorithm in the region, based on existing techniques.

Results. The article investigates the approaches to the process of territory's brand formation and its further management. It has been determined that brand management is an interesting issue for researchers and practitioners around the world today. There is no single approach to understanding the branding process, which gives impetus to the search for new methods and development of new models of brand management in countries and regions. There are different visions of brand building in the region, which can be based solely on marketing activities and on the holistic development of the region. The main stages and principles on which brand management should be based in today's realities are considered. It is proposed to consider the branding process through three main components: functional, coordination and communication.

The study examines both classic and new approaches to the branding process. There is formulated the author's vision of the process of brand management of territories to increase the attractiveness of regions among the target groups in the future and, as a consequence, to achieve socio-economic development of the region. The influence of stakeholders on the development of the brand of the territory is determined and the options of their interaction to achieve common goals are considered.

Novelty. In the course of studying the problem of building a strong brand of the region, our own algorithm for managing the brands of the territories was proposed, which is based on the experience and developments of other scientists.

Practical value. The proposed results can be used by state and local authorities to build regional brands and attract additional resources with their help.

Keywords: territory branding, region brand, territory brand management, regional brand management, territory marketing.

Надійшла до редакції 19.11.21 р.

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.3:338.1

<https://doi.org/10.33271/ebdut/76.183>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРІ

*В. П. Залізнюк, д. н. з держ. управ., доцент, Київський національний торговельно-економічний університет, v.zalizniuk@gmail.com, orcid.org/0000-0002-7014-0207,
Н. П. Сафонік, к. е. н., старший викладач, Національний авіаційний університет, vityuk-natasha1116@ukr.net, orcid.org/0000-0002-9822-3696,
А. С. Кая, к. е. н., доцент, Національний авіаційний університет, orcid.org/0000-0003-1383-9385*

Методологія дослідження. Методологічний базис дослідження склали наукові концепції з інноваційного розвитку підприємств. Результати дослідження ґрунтуються на загальнонаукових та спеціальних методах. Зокрема застосовано методи узагальнення та порівняння – для формалізації теоретичних положень щодо інноваційної діяльності підприємств; методи аналізу й синтезу – для виявлення внутрішніх та зовнішніх факторів, що здійснюють вплив на процеси модернізації підприємств на основі принципів інноваційності, а також при оцінці показників інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств та у міжнародних порівняннях.

Результати. У статті розкрито сучасні тенденції інноваційної діяльності підприємств України у міжнародному економічному просторі. Визначено внутрішні і зовнішні фактори, що здійснюють вплив на процеси модернізації підприємств на основі принципів інноваційності. Проаналізовано тенденції інноваційної діяльності підприємств з використанням міжнародних індикаторів, зокрема Глобального індексу інновацій. Оцінено інноваційну активність вітчизняних підприємств, зокрема структуру, джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств, тенденції зміни кількості підприємств, які впроваджували інновації. Проаналізовано напрями інноваційної діяльності в окремих зарубіжних країнах. Визначено тенденції зміни кількості впроваджених інноваційних продуктів вітчизняними підприємствами та підприємствами країн-членів ЄС. Окреслено основні характеристики розвитку міжнародних компаній в умовах інноваційності.

Новизна. На основі узагальнення теоретичних положень інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та оцінки конкурентних позицій України за міжнародними індексами з урахуванням індикаторів інноваційної діяльності окреслено напрями підвищення рівня економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств.

Практична значущість. На основі проведеного дослідження визначено, що сучасний інноваційно-технологічний розвиток та розширення меж цифровізації вимагають від підприємств формування стратегічних пріоритетів, спрямованих на інноваційно-технологічний розвиток для підвищення рівня економічної ефективності діяльності та конкурентоспроможності, особливо у міжнародному економічному просторі.

Ключові слова: підприємство, інноваційна діяльність, міжнародний економічний простір, міжнародний бізнес, інноваційний продукт.

© 2021. V. P. Zalizniuk, N. P. Safonik, A. S. Kaya. Published by Dnipro University of Technology on behalf of Economics bulletin of the Dnipro University of Technology. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted reuse, distribution and reproduction in any medium provided the original work is properly cited

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки одним із головних драйверів для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств є їх інноваційна діяльність, особливо це актуалізується при виході у міжнародний економічний простір. Одним із стратегічних пріоритетів для розвитку економіки країни в цілому та підвищення рівня життя та національного добробуту зокрема, є розвиток виробничої сфери та її технологічний рівень.

Для розвитку підприємств важливим напрямом нині є впровадження інноваційних та цифрових технологій, адже це є однією з найважливіших конкурентних переваг. У міжнародному економічному просторі чітко відстежується зв'язок між рівнем економічного розвитку та інноваційної активності. З огляду на це, в контексті динамічності інноваційної активності, що зумовлено глобалізаційними процесами, оцінка інноваційної діяльності підприємств України є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств з урахуванням кращих здобутків сфери інновацій розглядалась такими вченими як О. В. Ареф'єва [1], О. М. Вовк [1], І. С. Данілова [3], С. Т. Тульчинська та ін. Проте, процеси глобалізації, сучасні інноваційно-цифровізаційні тенденції, інтелектуалізація економіки актуалізують необхідність дослідження особливостей розвитку інноваційної діяльності підприємств у міжнародному економічному просторі.

Формулювання мети статті. Метою статті є аналіз сучасних тенденцій інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, оцінка конкурентних позицій України за міжнародними індексами з урахуванням індикаторів інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трансформаційні процеси, що нині відбуваються в економіці зумовлюють необхідність використання інноваційних факторів в процесі розвитку підприємств задля забезпечення належного рівня конкурентоспроможності як на внутрішньому ринку, так і в міжнародному економічному просторі. Тобто, конкуренція зумовлює підприємства використовувати інноваційні продукти

та технологічні розробки для збереження конкурентних позицій та підвищення рівня ефективності діяльності.

На процеси модернізації підприємств на основі принципів інноваційності впливає ряд факторів [1, с.10]:

– зовнішні (низький рівень підтримки НДДКР ті інноваційного розвитку з боку держави, високий рівень ризику, що можливий в результаті впровадження інноваційних технологій за відсутності податкових пільг, недосконалість нормативно-правового забезпечення щодо стимулювання інноваційної активності, низький рівень поінформованості щодо інноваційних технологій на ринку, низькі стимули до впровадження інноваційних продуктів);

– внутрішні (недостатній рівень кваліфікації фахівців, недостатній рівень розвитку інноваційної культури, недостатня кількість коштів для впровадження у діяльність інноваційних технологій, недостатні обсяги досліджень у сфері маркетингу, відсутність належного заохочення).

На міжнародному рівні оцінка рівня інноваційного розвитку держави здійснюється на основі інтегральної оцінки стану розвитку інноваційної системи. Інтегральна оцінка проводить з використанням міжнародних індексів, які враховують рівень технологічної та інноваційної конкурентоспроможності, рівень розвитку інноваційного потенціалу, і, зокрема, стан розвитку інноваційної діяльності у сфері підприємництва.

Проаналізуємо позиції України за Глобальним індексом інновацій (Global Innovation Index), згідно якого інновації є ключовим фактором економічного розвитку. За даним Індексом формується рейтинг інноваційних можливостей та результатів світової економіки. Він вимірює інновації на основі критеріїв, які включають оцінку людського капіталу, розвитку досліджень та інфраструктури, інвестиції, створення, поглинання та поширення знань, творчі результати, складність ведення бізнесу (рис. 1).

За даними 2021 до найбільш інноваційних економік віднесено Швейцарію, Швецію, США. Позиції України в рейтингу погіршилися, частково, це можна пояснити впливом пандемії, адже пандемія Covid-19 вплинула на глобальний інноваційний

ландшафт загалом та рівень розвитку інноваційної активності підприємницьких структур зокрема. Проте, незважаючи на величезні людські та економічні втрати, спричинені пандемією COVID-19, уряди та компанії у багатьох частинах світу збільшили інвестиції в інновації. У 2021 р. обсяг наукової діяльності, витрати на дослідження та розробки продовжували зростати, спираючись на пікові показники докризового періоду.

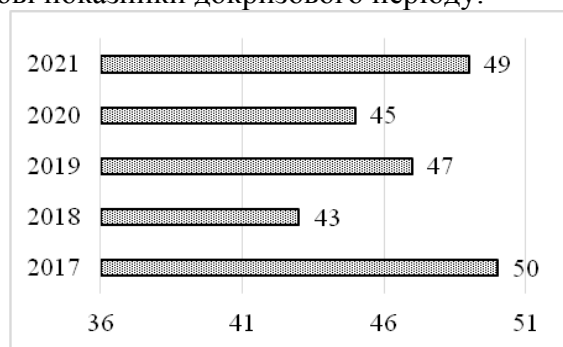


Рис. 1. Зміна позицій України за значенням Глобального індексу інновацій у 2017–2020 рр.



Рис. 2. Динаміка показників інноваційної діяльності підприємств України у 2016–2020 рр. Джерело: складено авторами за даними [4].

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств у 2016–2020 рр., млн грн

2016	2017	2018	2019	2020
Витрати на інновації				
23229,5	9117,5	12180,1	14220,9	14406,7
у т. ч. за рахунок:				
власних коштів підприємств				
22036,0	7704,1	10742,0	12474,9	12297,7
коштів державного бюджету				
179,0	227,3	639,1	556,5	279,5
коштів інвесторів-нерезидентів				
23,4	107,8	107,0	42,5	125,3
коштів інших джерел				
991,1	1078,3	692,0	1147,0	1704,2

Джерело: складено авторами за даними [4].

Джерело: складено авторами за даними [9–11].

Незважаючи на те, що обсяг спрямування коштів на інноваційну діяльність підприємств зростає, рівень їх інноваційно-технологічного розвитку нижчий у порівнянні із аналогічними підприємствами зарубіжних країн. Витрати на інновації промислових підприємств зростають. Також у 2020 році на 31 збільшилась кількість підприємств, що впроваджували інновації зростають, проте, це не свідчить про зростання кількості інноваційно активних підприємств (рис. 2).

Найбільша частка у структурі джерел фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств належить власним коштам, більше 85%. Фінансування інноваційної діяльності за рахунок іноземних компаній є незначним, та не перевищує 2% від загального обсягу витрат на інновації (табл. 1).

Проаналізуємо аспекти інноваційної діяльності в окремих зарубіжних країнах (табл. 2). До основних характеристик відне-

сено активізацію науково-дослідної роботи, підтримка з боку держави у вигляді пільгового оподаткування та ін.

Таблиця 2

Особливості інноваційної діяльності у зарубіжних країнах

Країна	Характеристика інноваційної діяльності
США	Інноваційний розвиток підприємств відбувається шляхом активізації процесів впровадження та виконання науково-дослідних розробок власними силами, проте держава підтримує підприємства, інноваційна стратегія розвитку яких зорієнтована на підвищення конкурентних позицій за рахунок створення нових продуктів та провадження інноваційних технологій.
Німеччина	Характеризується високим рівнем розвитку інновацій у високотехнологічному секторі промисловості (електротехнічна галузь, машинобудування) та у сфері, яка основана на знаннях (інформаційні технології, банківські послуги, фінансові послуги). Для підтримки інноваційного розвитку прийнята Національна стратегія високих технологій (Hihg-Nech Strategy) та Стратегію інтернаціоналізації (основною метою є заохочення провідних фахівців та дослідників, закордонних інвестицій).
Італія	Надання податкових пільг інвесторам та підприємствам за реалізацію реальних інноваційних проектів та розробок.
Франція	Надання інформаційних та консультативних послуг інноваційним підприємствам через Регіональний фонд консультативної підтримки; участь державних органів у фінансуванні інноваційної діяльності, в більшості на початкових етапах, через надання пільгових кредитів, субсидій. Загалом, механізм стимулювання інноваційної діяльності орієнтовано на залучення в інноваційну сферу приватних інвестицій.
Японія	Характеризується імпортом передових технологій з подальшим удосконаленням техніки і технології та, безпосередньо, організації її виробництва. Займає лідируючі позиції стосовно прикладних розробок.

Джерело: розроблено авторами за даними [3, с. 286–287].

За аналізований період збільшилась частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств (рис. 3).

За 2020 рік ситуація щодо інноваційної активності підприємств характеризується покращенням. Зокрема, збільшення кількос-

ті інноваційно активних підприємств спонукало до збільшення кількості впроваджених інноваційних продуктів (рис. 4). Проте, в Україні, в більшості, джерела фінансового забезпечення для впровадження інновацій є у великих компаній.

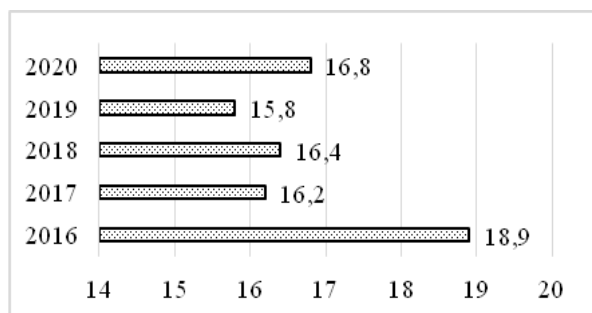


Рис. 3. Тенденції зміни частки кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств, %.

Джерело: складено за даними [4].

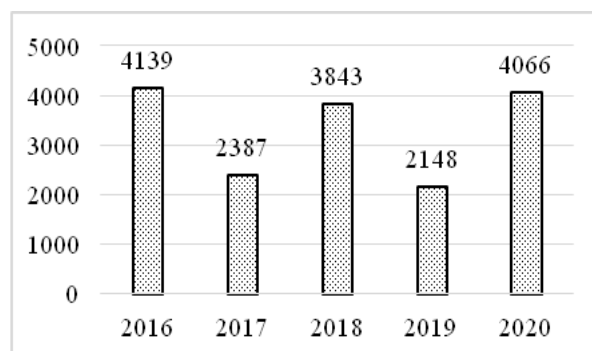


Рис. 4. Кількість впроваджених інноваційних продуктів промисловими підприємствами у 2016–2020 рр., одиниць

Джерело: складено за даними [4].

У ЄС близько половини підприємств (50,3%) із щонайменше 10 зайнятими людьми повідомили про інноваційну активність за трирічний період 2016–2018 рр., що трохи більше, ніж у період 2014–2016 рр. (49,5%). Понад 60% інноваційних підприємств було у таких країнах як: Естонія (73,1%), Кіпр (68,2%), Бельгія та Німеччина (обидві по 67,8%), Італія (63,2%), Швеція (63,1%), Австрія (62,6%), Фінляндія (61,9%) та Греція (60,3%). Близько 30% у таких країнах як: Румунія (14,6%), Польща (23,7%), Угорщина (28,7%) та Болгарія (30,1%).

Не кожна інноваційна діяльність стосується інноваційних продуктів, які є новими на ринку. Інноваційна діяльність також може стосуватися інноваційних бізнес-процесів або інших проблем (наприклад, нові методи виробництва, обробки інформації, маркетингу, розповсюдження, розширення асортименту фірми, інноваційні проекти, які все ще тривають або покидають).

Протягом трирічного періоду 2016–2018 рр. 13,2% усіх підприємств ЄС із щонайменше 10 зайнятими випустили на ринок один або кілька інноваційних продуктів, які були новими на ринку (той самий відсоток, як і в період 2014–2016 рр.). По всьому ЄС ця частка коливалася від 24,8% у Фінляндії до 2,9% у Румунії [8].

Загалом, виділяють такі головні характеристики розвитку міжнародних компаній [2, с. 18]:

- збереження високого рівня концентрації (більше 80% інвестицій та 50% торгівлі припадають на 500 найбільших компаній);

- дотримання принципу випереджального зростання інтернет-компаній та технологічного бізнесу;

- зростання кількості компаній із країн, які розвиваються, зокрема й у технологічному секторі;

- позитивна динаміка збільшення кількості середніх і малих компаній, що виходять на міжнародний рівень;

- зростання частки нематеріальних активів.

Отже, на рівень інноваційної активності підприємств впливають ряд факторів:

- політичні – політична воля, податкові та інші обмеження з боку держави;

- економічні – відсутність коштів для впровадження інноваційних проєктів, низький рівень фінансування науково-технічних розробок, низький рівень забезпеченості інвестиційними джерелами;

- технологічні – слабка матеріальна та науково-технічна база, низький рівень розвитку науково-технічної та господарської інфраструктури, повільні темпи модернізації, високий рівень вимог до нових видів продукції.

Варто зазначити, що низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств зумовлений також такими факторами як: «нерозвинутість інформаційної інфраструктури, недостатній рівень нормативно-правового регулювання, ресурсні обмеження, прогалини у сфері безпеки та конфіденційності даних, дефіцит кваліфікованих фахівців, недостатній рівень компетентності майбутніх користувачів, низький рівень цифрової культури, значна вартість проєктів, що передбачають використання цифрових технологій» [6, с.104].

В даному контексті, погоджуємось із С. Ф. Смерічевським та Д. М. Шаболтуном, що «для підтримання конкурентних позицій підприємствам потрібна гармонізація всіх складових економічного потенціалу із дотриманням певної їх градації в залежності від рушійної сили, яка сконцентрована в тій і іншій складовій, а процеси інтелектуалізації в архітектоніці економічного потенціалу і сфері управління, діджиталізація зовнішнього і внутрішнього просторів потребують впровадження нових технологій» [7].

Позитивним у напрямі сприяння розвитку інноваційної діяльності вітчизняних підприємств є прийняття Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року мета якої «полягає у розбудові національної інноваційної екосистеми для забезпечення швидкого та якісного перетворення креативних ідей в інноваційні продукти та послуги, підвищення рівня інноваційності національної економіки, що передбачає створення сприятливих умов для розвитку інноваційної сфери, збільшення кількості впроваджуваних розробок, підвищення економічної віддачі від них, залучення інвестицій в інноваційну діяльність» [5]. Це на державному сприятиме підвищенню рівня

інноваційної діяльності українських підприємств, що є досить важливим в контексті цифровізації економіки.

Для підвищення рівня економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств необхідними кроками повинні стати пошук новітніх підходів до формування стратегій інноваційної діяльності з урахуванням впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища до яких віднесемо: впровадження цифрових технологій, раціоналізація процесів використання ресурсного потенціалу, впровадження ресурсозберігаючих, екологічних, енергоефективних технологій, дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності, підвищення рівня інтелектуалізації. Особливо зазначені напрями актуалізуються за умови функціонування у міжнародному економічному просторі.

Висновки. Одним із стримуючих факторів у напрямі розвитку інноваційної діяльності підприємств є прагнення максимізувати власну приватну вигоду, що не завжди співвідноситься із інвестуванням ресурсів у інновації, адже застосування інноваційно-цифровізаційних технологій здебільшого потребує часу, значних вкладень та пов'язано з певними ризиками. Проте, цифровізація економіки стимулює розвиток усіх сфер, зокрема щодо подолання розривів у промисловій сфері шляхом перегляду стратегічних пріоритетів завдяки прискоренню інноваційної активності, розширенню кордонів для співпраці у міжнародному економічному просторі. При формуванні інноваційної стратегії розвитку підприємства важливо дотримуватись принципів послідовності та систематичності для забезпечення належного рівня ефективності інноваційної діяльності підприємства загалом при умові впливу зовнішнього середовища за обмеженості ресурсів.

Перспективи подальших розвідок лежать в площині дослідження інноваційно-інвестиційних умов модернізації підприємств.

Література

1. Ареф'єва О. В. Методичні засади діагностування результативності модернізації підприємств у контексті реалізації інноваційного потенціалу / О. В. Ареф'єва, О. М. Вовк, С. М. Очеретяна // Вісник

КНУТД. – Серія: економічні науки. – 2020. – № 4 (149). – С. 8–16.

2. Батракова Т. І. Розвиток міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / Т. І. Батракова, І. О. Гайдай // Інфраструктура ринку. – 2019. – Випуск 30. – С. 15–20.

3. Данілова І. С. Досвід здійснення інноваційної діяльності в Україні та світі / І. С. Данілова // Економіка та суспільство. – 2018. – Випуск 15. – С. 285–289.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. – URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text>

6. Сафонік Н. П. Інноваційно-цифровізаційні тенденції розвитку підприємств в сучасних умовах / Н. П. Сафонік. // 36. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (21 жовтня 2021 р., м. Київ). «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення». – Том 2. – К. : НАУ, 2021. – С. 103–106.

7. Смерічевський С. Ф., Шаболтун Д. Економічні аспекти стратегічного розвитку потенціалу підприємства. / С. Ф. Смерічевський, Д. Шаболтун // 36. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (21 жовтня 2021 р., м. Київ). «Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення». Том 2. – К. : НАУ, 2021. – С. 109–110.

8. Community Innovation Survey: latest results. – URL : <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210115-2>

9. Global Innovation Index 2019. Ukraine. – URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf

10. Global Innovation Index 2020. Ukraine. – URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf

11. Global Innovation Index 2021. Ukraine. – URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/ua.pdf

References

1. Arefieva, O.V., Vovk, O.M., & Ocheretiana, S.M. (2020). Metodychni zasady diagnostuvannia rezultatynosti modernizatsii pidpryemstv u konteksti realizatsii innovatsiinoho potentsialu. Visnyk KNUITD, Ser.: ekonomichni nauky., 4(149), 8-16.

<http://dx.doi.org/10.30857/2413-0117.2020.4.1>

2. Batrakova, T.I., & Haidai I.O. (2019). Rozvytok mizhnarodnoho biznesu v umovakh hlobalizatsii. Infrastruktura rynku, Issue 30, 15-20.

3. Danilova, I.S. (2018). Dosvid zdiysnennia innovatsiynoi diialnosti v Ukraini ta sviti. Ekonomika i suspilstvo, Issue 15, 285-289.

4. Ofitsynyy sayt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 10 lypnia 2019 r. № 526-r. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku sfery innovatsiynoi diialnosti na period do 2030 roku. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text>
6. Safonik, N.P. (2021). Innovatsiynotsyfrovizatsiyni tendentsii rozvytku pidpriemstv v suchasnykh umovakh. Proceedings from MIIM 'II Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Rozvytok ekonomiky ta biznes-administruvannia: naukovy techii ta rishennia»: (21 zhovtnia 2021 r., Kyiv). (Vols 2), (pp. 103–106). Kyiv: NAU.
7. Smerichevskiy, S.F., & Shaboltun, D. (2021). Ekonomichni aspekty stratehichnoho rozvytku potentsialu pidpriemstva. Proceedings from MIIM 'II Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Rozvytok ekonomiky ta biznes-administruvannia: naukovy techii ta rishennia»: (21 zhovtnia 2021 r., Kyiv). (Vols 2), (pp. 109–110). Kyiv: NAU.
8. Community Innovation Survey: latest results. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210115-2>
9. Global Innovation Index 2019. Ukraine. Retrieved from https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf
10. Global Innovation Index 2020. Ukraine. Retrieved from https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf
11. Global Innovation Index 2021. Ukraine. Retrieved from https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021/ua.pdf

MODERN TRENDS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES OF UKRAINE IN THE INTERNATIONAL ECONOMIC SPACE

V. P. Zalizniuk, Doctor of Sciences in State Regulation, Associate Professor, Kyiv National University of Trade and Economics, N. P. Safonik, Ph. D (Econ.), Senior Lecturer, National Aviation University, A. S. Kaya, Ph. D (Econ.), Associate Professor, National Aviation University

Methods. The methodological basis of the research was the scientific concepts on innovation development of enterprises. The results of the research are based on general scientific and special methods. In particular, methods of generalization and comparison are used for formalization of theoretical provisions on innovation activity of enterprises; methods of analysis and synthesis – for formalization of internal and external factors, which influence processes of modernization of enterprises on the basis of principles of innovation; at estimation of indicators of innovation activity of domestic industrial enterprises and in international comparisons.

Results. The article describes the current trends of innovative activity of Ukrainian enterprises in the international economic space. Internal and external factors influencing processes of modernization of enterprises on the basis of principles of innovation are defined. The trends of innovation activity of enterprises using international indicators, in particular, the Global Innovation Index, are analyzed. The innovative activity of domestic enterprises was assessed, in particular, the structure of the source of financing of innovation activity of industrial enterprises, the tendency of changes in the number of enterprises that introduced innovations. We analyze aspects of innovation activity in separate foreign countries. The trends of the number of innovation products introduced by domestic enterprises and enterprises of EU member states have been determined. The main characteristics of development of international companies in the conditions of innovation are outlined.

Novelty. On the basis of generalization of theoretical provisions of innovation activity of domestic enterprises and estimation of competitive positions of Ukraine on international indices, taking into account indicators of innovation activity, the directions of increase of economic efficiency of innovation activity of enterprises are outlined.

Practical value. On the basis of the research, it is determined that modern innovation and technological development and expansion of the limits of digitalization require enterprises to form strategic priorities aimed at innovation and technological development in order to increase the level of economic efficiency and competitiveness, especially in the conditions of activity in the international economic space.

Keywords: Enterprise, innovation activity, international economic space, international business, innovation product.

Надійшла до редакції 20.11.21 р.

STATE AND PROSPECTS OF SMALL ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE FIELD OF CONSTRUCTION

*L. V. Tymoshenko, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,
Tymoshenko.L.V@nmu.one orcid.org/ 0000-0003-4869-8244*

*Yu. I. Litvinov, Ph. D (Tech.), Associate Professor, Dnipro University of Technology,
litvinovyuriy82@gmail.com, orcid.org/ 0000-0002-1801-6719*

Methods. The results were obtained through the use of methods: theoretical generalization – in establishing the theoretical basis of the business entities of the construction industry in modern business conditions; logical analysis – in determining the prospects for the development of the market of construction works and services and construction products; classification and analytical method – in the study of the business environment of functioning of small businesses in the construction industry, graphic analysis – to visualize the results of the study.

Results. It is established that the construction industry is essential and provides a multiplier effect on the country's economy with the effective interaction of different industries. Positive trends in the growth of indices of construction products and an increase in the share of the construction industry in the structure of Ukraine's GDP have been identified. The state of the construction industry is formed under the influence of crisis conditions caused by the coronavirus pandemic. It is established that the depth of negative impact on the activities of business entities in this industry is determined by a set of interrelated factors. The construction industry requires significant capital investment and is characterized by high cost. However, given the role of the construction industry in economic recovery and its social significance, government support should help increasing construction volumes by involving not only large and medium-sized businesses, but also small construction companies as flexible and adaptive structures. The development of dialogue will help to ensure partnerships between public authorities and business entities.

Novelty. The peculiarities of cooperation between public authorities and small businesses of the construction industry on the basis of public-private partnership in order to better meet the needs of society and increase the efficiency of entrepreneurial activity are summarized taking into account the conditions of the modern business environment.

Practical value. Guidelines for the formation of dialogue and cooperation between public authorities and small businesses in the construction industry on the basis of public-private partnership are proposed.

Keywords: small business, development trends, business environment, construction industry, public-private partnership.

Statement of problem. The construction industry is the basic sphere of Ukraine's economy, because the level of development of business structures of other sectors of the economy depends on the pace of development and efficiency of enterprises in this industry. Entities of the construction industry create the material and technical basis for the implementation of production processes, ensure the construction of industrial and non-industrial facilities, the formation of social infrastructure

and the implementation of various works. The conditions of the competitive environment are formed, first of all, by small construction enterprises, as they are able to ensure the proper state of their production facilities by reacting quickly to changes in the business environment. The conditions of the competitive environment are formed, first of all, by small construction enterprises, as they are able to ensure the proper state of their production facilities by reacting quickly to changes in the business environment.

That is why the research aimed at intensifying entrepreneurial activity in the construction industry is becoming more relevant, as ensuring the effective functioning of small businesses in construction can be the basis for increasing entrepreneurial activity and one of the main ways to develop economic and social infrastructure.

Analysis of recent papers. The global financial and economic crisis caused by the COVID-19 pandemic has posed a serious problem for the construction industry to survive and adapt to fundamentally new economic conditions. Therefore, the attention of scientists is increasingly drawn to the development and efficient operation of construction companies. Thus, V. Dmitrenko [1] emphasizes the importance and necessity of evaluating the effectiveness of enterprises in the construction industry. The main problem that arises is to ensure completeness, which requires full consideration of not only internal but also external factors influencing the activities of organizations and their ability to compete in the market.

Characterizing construction as a capital-intensive and complex industry, I. Ivakhnenko [2], notes the need of enterprises in the industry in large investment flows and cash inflows.

As a result of the study of trends in the development of small businesses in construction N. I. Verhoglyadova and D. Yu. Barinov emphasize that the instability of construction production and sales of construction products, negative changes in the financial results of their activities were the result of significant sensitivity of small businesses to the changing environmental conditions [3].

Despite the attention of scientists to the factors that characterize the functioning of construction companies, more careful study deserves to determine the status and prospects of small businesses in modern business conditions.

Aim of the paper. The purpose of this work is to study the problems and prospects for the development of small construction companies, considering the current state of the business environment.

Materials and methods. At the current stage of development of the national economy

there is a general instability of the macroeconomic situation, which negatively affects the financial and real sectors of the economy, household incomes, investment processes. The construction industry is important in the development of the country's economic system, as economic growth in any field of activity is impossible without the rise of the construction industry. It is in construction that the technical level of future production, the level of housing comfort, the peculiarities of the formation of a city or village, its infrastructure, the state of the economy, etc. are laid down.

The importance of this industry for the economy of any country is since construction creates many jobs and consumes the products of many sectors of the national economy. The economic consequence of the development of the construction industry is the multiplier effect of funds invested in construction [4].

The development of the construction industry and related investment processes, revenues, tax revenues, as well as job creation have a positive impact on the formation of the country's GDP. The share of the construction sector in the structure of Ukraine's GDP in 2020 reached almost 3%, while in 2019 it was 2.5% (Fig. 1). Positive trends in the construction industry since 2015 are correlated with the corresponding growth until 2019 of the construction products index. But it should be noted that in 2020 there was a certain decrease in this indicator (Fig. 2).

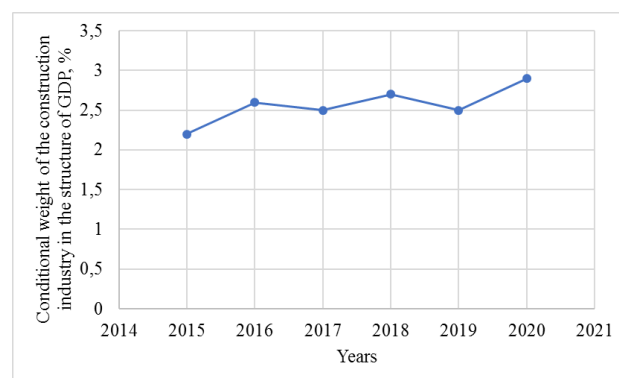


Fig. 1. Dynamics of the share of the construction industry in the structure of GDP [5]

Growth of construction product indices from 2018 to 2019 explained by increased investment in construction work (Fig. 3), in

infrastructure, and improved conditions for doing business in the construction industry.

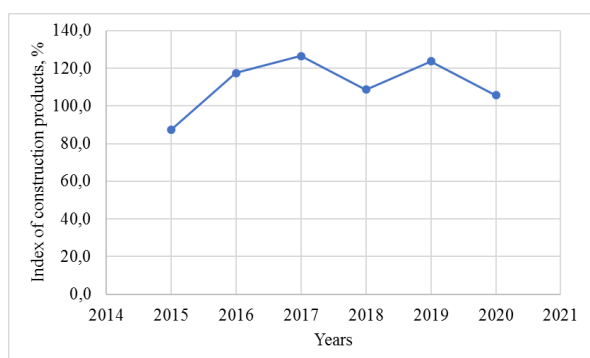


Fig. 2. Indices of construction products for 2015-2020 [5]

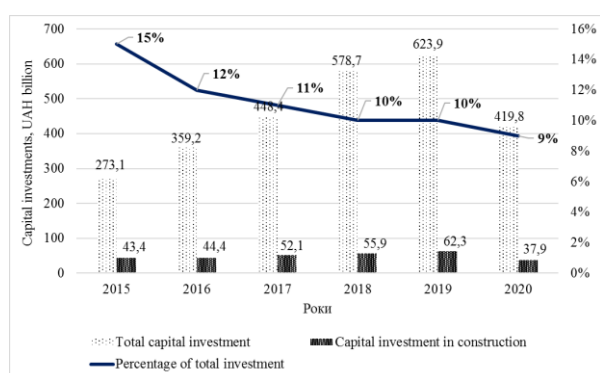


Fig. 3. Dynamics of total capital investments and investments for construction in 2015-2020

Dynamics of both total capital investments and investments in the construction sector for the period 2015-2019 has a positive trend. However, in 2020, under the influence of the crisis conditions caused by the coronavirus pandemic, both total capital investment (by 32.7%) and investment in the construction sector (by 39.2%) decreased significantly.

According to S. V. Ivanov [4], the main factors of the macroenvironment of structural changes in the construction industry are:

- disintegration of the construction complex into small enterprises;
- tax and depreciation policy;
- credit policy;
- general investment climate;
- formation of new market niches.

In general, the development of the country's construction industry is negatively affected by the following factors [6]: instability in the external environment, lack of information support of the construction market, low skills, reduced funding and lending, significant material costs and costs of heat and energy.

The main threats to the development of construction companies are [1]:

- unstable political situation in the country and imperfect legislation;
- the emergence of new competitors in the market;
- reducing the profitability of typical housing construction;
- lack or insufficiency of state measures for the development of the construction industry;
- instability of world exchange rates;
- increasing tax pressure on manufacturers of construction materials;
- inflation;
- difficulties in concluding contracts with consumers and suppliers;
- the growth of the global financial crisis;
- the threat of rising interest rates and lending conditions, which leads to unavailability and lack of financial resources.

In today's business environment, financing the construction with their own funds is not possible, due to the lack of the developer enough money to cover all the costs of the full construction cycle. The use of borrowed funds is also complicated by the situation in the credit services market [2]. But the lack of regulation at the legislative level on the provision of guarantees to private investors leads to the maintenance of development in this area. Based on the generalization of research results and analysis of factors influencing the formation of the business environment of the construction market, the main factors that inhibit the development of business organizations in the construction industry of Ukraine are identified (Table 1).

Despite several constraints, some progress needs to be made on construction. It is appropriate to note large-scale projects to digitize processes and registration procedures in construction. Also, with the support of the bill, which provides for the introduction of information modeling technologies (BIM - technologies) in construction, which will improve the quality of control of works [7]. Driving positives in the construction industry reduce the risk of corruption due to the exclusion of human influence.

Construction companies were quite vulnerable to environmental factors. The

Factors constraining the development of business structures of the construction industry of Ukraine

Internal	External
1) lack of own financial resources and limited sources of capital to ensure investment processes	1) economic and political instability, formation of unsatisfactory investment climate, growing threats and risks of doing business
2) imperfection of information support of business processes	2) difficulties in establishing a functional information system in the construction market;
3) increasing the cost of construction products, works, services, reducing the profitability of entrepreneurial activity	3) inflation and stagnation in the country's economy
4) reduction of orders, increasing risks of sales of manufactured products and work performed	4) reduction of investment activity of customers, reduction of demand for construction products due to limited financial resources of the population and increase in the cost of products
5) shortage of qualified personnel, problems of formation of quantitative and qualitative staff of the construction company	5) problems of staffing of construction business structures, which are due to lack of specialists in the labor market, difficulties in training workers in the vocational education system, the outflow of skilled labor abroad

COVID crisis affected the decline in construction projects, especially in the residential real estate segment. However, as a result of the implementation of the state program «Large Construction» increased the volume of construction of engineering structures, which had a positive impact on the growth of the number of construction companies (Table 2).

The growth of construction contributes to the development of small construction

companies, which primarily specialize in repair and finishing work of varying complexity, as well as in the production of construction products. Dynamics of volumes of products produced and sold by small construction enterprises in 2012–2020 in general, it is characterized by a tendency to increase, which has a positive effect on the development of the construction industry, although it has some deviations (Fig. 4).

Table 2

Number of large, medium, small and micro enterprises in the field of construction

Years	Large enterprises	Medium enterprises	Small businesses	of which micro
2012	12	1390	49428	43029
2013	13	1215	51755	45881
2014	4	931	51254	46719
2015	5	792	54331	50351
2016	2	769	49437	45367
2017	4	792	49465	45077
2018	6	869	51656	46792
2019	11	924	55920	50731
2020	14	927	55985	50878

The excess of sales over production is observed in 2012 and 2018, and in 2019 and 2020 there is an excess of production over

sales. First, this is due to a set of factors of the business environment that significantly affect the market situation in construction products.

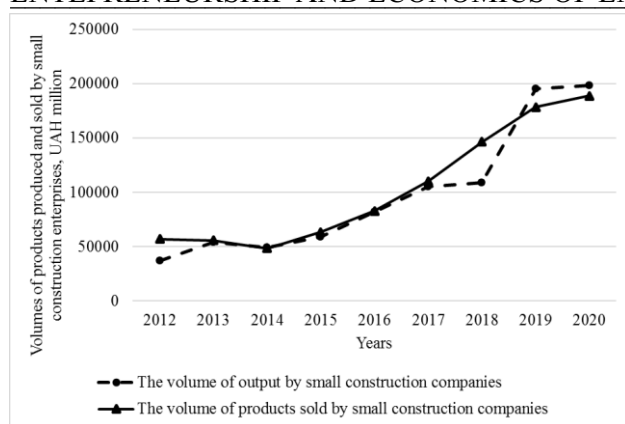


Fig. 4. Dynamics of volumes of produced and sold products by small construction enterprises for 2012–2020 [5]

It is necessary to emphasize that in the conditions of decentralization of the Ukrainian economy it is necessary to consider the features and role of small business in the development of the region (territory, city). Small business, compared to large, has certain advantages, namely [8]: the functioning of these structures does not require significant investment and is characterized by the ability to dynamic and operational development, the necessary mobility in market conditions, innovation, rapid response to consumer demand; the opportunity to involve specialists who are willing to take risks and work for a small fee; increasing the level of competition in the market and encouraging entrepreneurs to more efficient and quality activities; interest in the economic development of the territory in which they are located. This forms the socio-economic basis for the development of the region (territory, city) and provides an increase in living standards.

Small enterprises in the struggle for survival are more likely to take risks, more inclined to innovate in the competition for markets and more actively implement innovative technologies and developments, become participants in the processes of commercialization of technologies. Another characteristic feature of small enterprises in the construction industry is their antitrust influence on the formation of the construction services market and rapid response to changes in demand, which, in turn, is accompanied by the introduction of new technologies [9].

Local economic development and strong government must proceed from the realities centered around power-business relations. The construction industry is no exception.

Decentralization processes, which began in 2015, provided an opportunity to strengthen the financial independence of local communities, which allowed to determine strategies for territorial development, identifying priority infrastructure projects. It should also be noted that recently the conditions for conducting construction business in Ukraine for both small, medium and large enterprises have become somewhat simplified, the European approach to permitting and approval procedures in construction is being implemented. Using this approach will increase investment by providing transparent conditions for construction [10].

Small businesses deserve special attention, given their special importance for residents and the community, as small businesses offer goods / services directly to the population, provide citizens with paid work and generate revenue to the local budget. Therefore, a special and favorable role is played by the interaction of public authorities, which is aimed at issuing permits for economic activities within the territory. After all, the relationship between government and business is important given that its representatives are the basis of civil society, which can bear social, financial, moral and political responsibility for their actions [11].

Improving the regulatory framework for doing business will ensure transparency in doing business, coordinate government action to support small business in the financial market, considering their industry and activities, monitor compliance with rules, regulations, obligations and responsibilities for non-compliance. Institutional changes aimed at real support of small business will create a favorable environment for doing business, which will allow to realize the goals of socio-economic development of the state [12].

In today's world, the institution of partnership between the state and the private sector is becoming an effective form of cooperation between business and government. Public-private partnership is a fairly common form of cooperation between public authorities

and business structures. The legislative basis of public-private partnership consists of the Constitution of Ukraine, the Civil and Commercial Codes of Ukraine, legislative acts of Ukraine. The legal, organizational and economic basis for cooperation between public administration and private business is provided

by the Law of Ukraine «On Public-Private Partnership» [13], which regulates the preparation, implementation and termination of contracts within the PPP, establishes guarantees for rights and legitimate interests parties to these agreements.

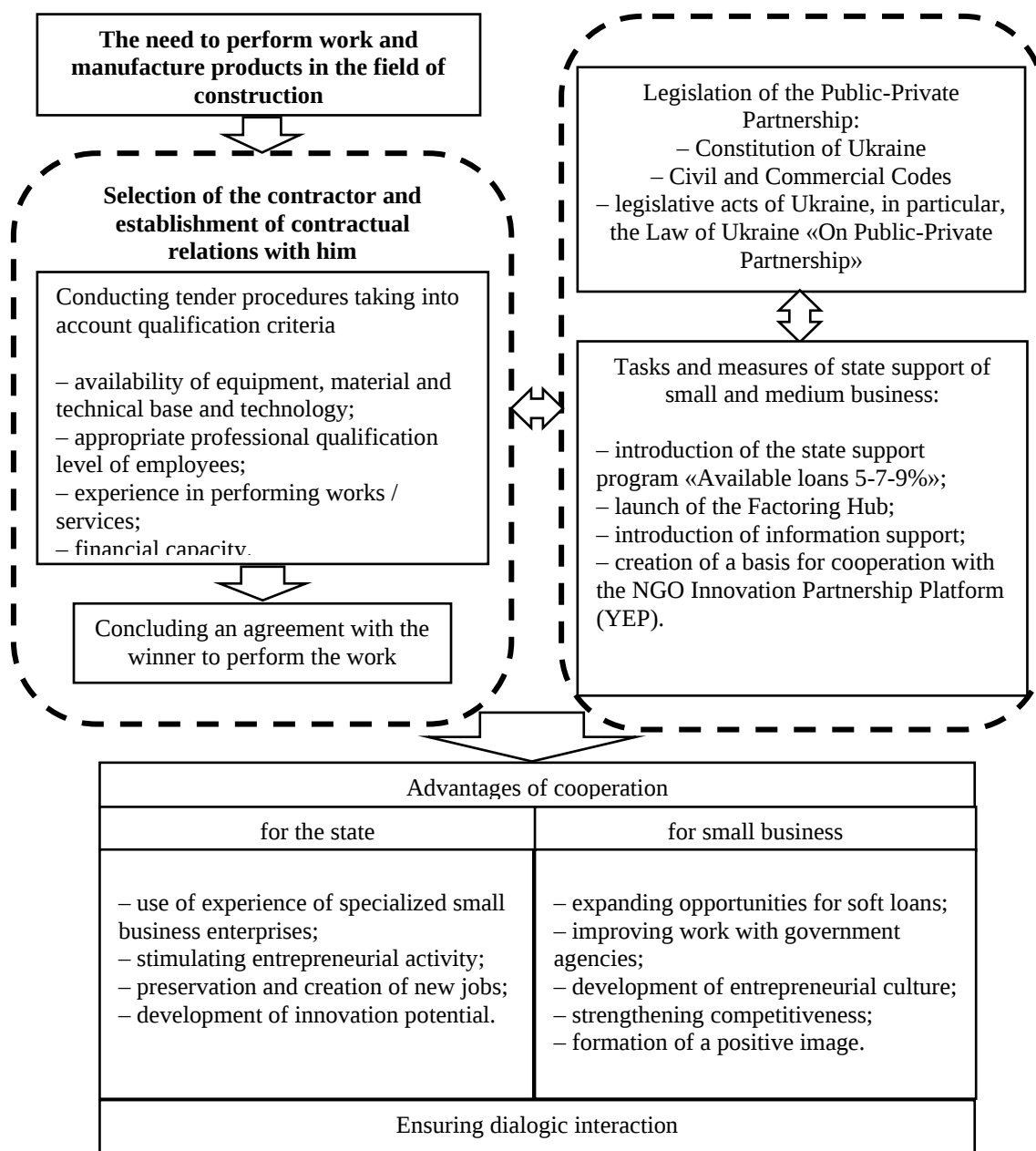


Fig. 5. Schematics of the processes of involvement of small business entities in the construction industry to perform work based on public-private partnership

A private partner in PPP projects participates in their co-financing and ensures the implementation of current operational activities related to [14]:

- development of feasibility study,

– justification of the business plan of the project,

- design,
- construction,
- operation,

- carrying out repair and preventive works,
- management,
- compliance with labor and environmental legislation,
- providing certified, quality services to consumers of products and services.

Implementation of public-private partnership projects at the local level should be carried out with the involvement of financial resources of local budgets, provide local governments with the opportunity to decide independently on the feasibility of public-private partnership projects, receive advice and guidance and in case of projects public-private partnerships, which provide for state support, by mandatory agreement local governments in this area with the relevant central executive bodies [15]

In modern conditions, effective relations between public authorities and the business community are manifested not in the dominance of one of the parties, but in the form of interaction, in the form of partnerships. At the same time, each party acts in the interests of its own interests. The state formulates economic policy and, using the means and tools at its disposal, ensures the participation of business in its implementation. Business, using the opportunities of the state, seeks to ensure the profitability of their business. The coincidence of the interests of public authorities and business is observed in strengthening Ukrainian statehood, improving economic policy that promotes entrepreneurship, and others. The balance of interests of the subjects of interaction is achieved, as a rule, as a result of the use of forms and methods of movement towards each other [16].

Interaction occurs mainly when ordering services to perform certain works, including construction. Defining the interaction as social communication between the government and business structures, it is necessary to build it on the openness of the parties to ensure mutual trust and transparency of relations, combating conflicts and preventing corruption in government. Dialogue is a multi-level system of interaction between government and business, which provides a predominant focus on cooperation. Therefore, dialogue is the most favorable form of interaction, which provides

an opportunity to resolve issues and maintain the autonomy of the parties.

Schematically, the processes associated with the involvement of small businesses in the construction industry to perform work on the basis of public-private partnership are presented in Fig. 5 The implementation of the approach is based on expanding the access of small and medium enterprises to public procurement (Prozorro). The state support program will allow small businesses to gain greater financial independence, strengthen the material and technical base, ensure the attractiveness of employment of qualified professionals and workers. The advantages for public bodies and small business entities from cooperation within the framework of public-private partnership are identified.

These benefits of cooperation between public authorities and small construction companies will be more fully achieved if we ensure high-quality dialogue between government officials and small businesses. Only an open exchange of views and experiences of the participants in the dialogue can lead to partnerships between public authorities on the one hand and business structures on the other.

Conclusions. It is established that the construction industry, acting as the basis of the national economy, ensures the functioning and development of other industries. Increasing the efficiency of management of construction business structures is the basis for increasing business activity in the regions and one of the main ways to develop economic and social infrastructure. For the country's economy, with the effective interaction of business entities from different industries, this provides a multiplier effect.

Dynamics of the share of the construction sector in the structure of Ukraine's GDP for the period 2015–2020 characterized by a positive trend. The indicators of investments in the construction sector for the period 2015–2019 also tend to increase, but under the influence of the crisis conditions caused by the COVID-19 pandemic in 2020, the amount of capital investments in the construction sector decreased by 39.2% compared to from 2019

Based on the generalization of research results and analysis of factors influencing the

formation of the business environment of the construction market, identified the main interrelated external and internal factors hindering the development of business structures in the construction industry, namely: unsatisfactory investment climate and insufficient financial security business, problems of establishing information and staffing of construction works, rising costs in the face of inflation and economic stagnation, as well as increasing business risks.

Small construction companies have a significant impact on the development of the construction industry as a result of the implementation of reforms to decentralize power and government action to support small business. In modern conditions, public-private partnership is formed at the junction of public and private sectors of the economy and allows you to use the benefits of each of them to increase the efficiency of small business in construction and provide public goods. Small business entities, given the significant social importance and the possibility of introducing innovative technologies, should take initiatives to establish this type of partnership. Achieving the benefits of cooperation between public authorities and small construction companies is ensured by high-quality dialogue between representatives of public administration and small business.

Література

1. Дмитренко В. І. Проблеми та перспективи розвитку підприємств будівельної галузі / В. І. Дмитренко // Вчені записки Університету «КРОК». – №2 (58). – 2020. – 120–127.
2. Івахненко І. С. Перспективи використання сучасних механізмів фінансування будівництва / І. С. Івахненко // Економіка та суспільство. – №25. – 2021. – URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/253/241>
3. Верхоглядова Н. І. Тенденції розвитку суб'єктів малого підприємництва у будівництві / Н. І. Верхоглядова, Д. Ю. Барінов // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – №5. – 2017. – С. 108–117. – URL : http://e-visnyk.dniprondise.in.ua/journals/5-11-2017_1.pdf
4. Іванов С. В. Будівельна галузь як один з векторів розвитку України: стан, практика та перспективи: монографія. / С. В. Іванов. – Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2020. – 264 с. – URL : https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2020/06/ivanov-monohrafiia-2020_compressed.pdf

5. Державна служба статистики України: сайт. 2021. – URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Кулікова Л. В. Сучасні тенденції розвитку будівельних підприємств / Л. В. Кулікова // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 8. – С. 52–55. – URL : http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2017/12.pdf
7. BIM-технології у будівництві отримали законодавчу перспективу. – URL : <http://budpalata.com.ua/news/nnn/>
8. Tymoshenko L. V., Krylova O. V. Institutional levers for financing small and medium-sized businesses as a component of development of depressed regions. // Економічний вісник НГУ. – 2020. – №1(69). – С. 46–57.
9. Комеліна О. В. Сучасні аспекти розвитку інноваційних технологій на малих будівельних підприємствах / О. В. Комеліна, А. О. Чайкіна, Т. А. Корабельнікова // Економіка та суспільство. – 2016. – № 6. – С. 173–177.
10. Іванов С. В. Статистика як чинник оцінки кон'юнктури будівельного ринку: монографія; / С. В. Іванов С. В. – Київ: НАН України, Ін-т економіки пром-сті, 2021. – 164 с.
11. Безена І. М. Взаємодія органів публічної влади та суб'єктів підприємницької діяльності в умовах децентралізації / І. М. Безена // Аспекти публічного управління. – Том 8. – № 1. – 2020. – С. 99–105.
12. Tymoshenko L. V., Krylova O. V. Institutional basis of financial support of small and medium entrepreneurship development in Ukraine // Економічний вісник НГУ. – 2018. – №3 (63) – С. 79–88
13. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 р. № 2404-VI <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>
14. Чурилов В. В. Особливості державного регулювання реалізації публічно-приватного партнерства у будівництві / В. В. Чурилов // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 20. – С. 130–133.
15. Нехаичук Д. В. Використання інструментів державно-приватного партнерства задля фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку держави / Д. В. Нехаичук, Д. В. Нехаичук // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 8. – С. 118–123. http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2015/25.pdf
16. Практичні аспекти публічного управління в контексті сталого розвитку : монографія / [В. М. Бабаєв, М. М. Новікова, С. І. Чернов та ін.]; Харків, Нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : Друкарня Мадрид, 2019. – 238 с.

References

1. Dmytrenko, V. (2020). Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv budivelnoi haluzi. Vcheni zapysky Universytetu «KROK», 2(58), 120-127. doi:10.31732/2663-2209-2020-58-120-127
2. Ivakhnenko, I.C. (2021). Perspektyvy vykorystannia suchasnykh mekhanizmiv finansuvannia

budivnytstva. *Ekonomika ta suspilstvo*, (25). doi:10.32782/2524-0072/2021-25-26

3. Verhohlyadova, N.I., & Barinov, D.Yu. (2017). Tendentsii rozvytku subiektiv maloho pidpriemnytstva u budivnytstvi. *Ekonomichyy visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, (5), 108-117.

4. Ivanov, S.V. (2020). Budivnelna haluz yak odyn z vektoriv rozvytku Ukrainy: stan, praktyka ta perspektyvy. Kyiv: NAN Ukrainy, Instytut ekonomiky promyslovosti. Retrieved from https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2020/06/ivanov-monohrafiia-2020_compressed.pdf

5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2021). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Kulikova, L.V. (2018). Suchasni tendentsii rozvytku budivnelnykh pidpriemstv. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, (8), 52-55.

7. BIM-tekhnologii u budivnytstvi otrymaly zakonodavchu perspektyvu Retrieved from <http://budpalata.com.ua/news/nnn/>

8. Tymoshenko, L.V., & Krylova, O.V. (2020). Institutional levers for financing small and medium-sized businesses as a component of development of depressed regions. *Ekonomichnyy visnyk NHU*, 1(69), 46-57. doi:10.33271/ev/69.046

9. Komelina, O.V., Chaikina, A.O., & Korabelnikova, T.A. (2016). Suchasni aspekty rozvytku innovatsiynykh tekhnolohiy na malykh budivnelnykh pidpriemstvakh. *Ekonomika ta suspilstvo*, (6), 173-177.

10. Ivanov, S.V. (2021). Statystyka yak chynnyk otsinky koniunktury budivnelnoho rynku. Kyiv: NAN

Ukrainy, In-t ekonomiky promyslovosti. Retrieved from <https://cutt.ly/xRZMsTv>

11. Bezena, I.M. (2020). Vzaiemodiiia orhaniv publichnoi vlady ta subiektiv pidpriemnytstvoi diialnosti v umovakh detsentralizatsii. *Aspekty publichnoho upravlinnia*, 8(1), 99-105.

12. Tymoshenko, L.V., & Krylova, O.V. (2018). Institutional basis of financial support of small and medium entrepreneurship development in Ukraine. *Ekonomichnyy visnyk NHU*, 3(63), 79-88.

13. Pro derzhavno-privatne partnerstvo: Zakon Ukrainy vid 01.07.2010 r. № 2404-VI. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>

14. Churylov, V.V. (2021). Osoblyvosti derzhavnoho renuliuvannia realizatsii publichno-privatnoho partnerstva u budivnytstvi. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, (20), 130-133. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.20.130](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.20.130)

15. Nekhaychuk, D. (2015). Vykorystannia instrumentiv derzhavno-privatnoho partnerstva zadlia finansovoho zabezpechennia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku derzhavy. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, (8), 118-123.

16. Babaiev, V.M., Novikova, M.M., Chernov, S.I. (et al.). (2019). Praktychni aspekty publichnoho upravlinnia v konteksti staloho rozvytku. Kharkiv: Natsionalnyy universytet miskoho hospodarstva imeni O.M. Beketova. Kharkiv: Drukarnia Madryd.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГАЛУЗІ БУДІВНИЦТВА

Л. В. Тимошенко, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
Tymoshenko.L.V@nmu.one orcid.org/ 0000-0003-4869-8244

Ю. І. Литвінов, к. т. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,
litvinovyuriy82@gmail.com, orcid.org/ 0000-0002-1801-6719

Методологія дослідження. Результати отримано за рахунок застосування методів: теоретичного узагальнення – при встановленні теоретичного підґрунтя діяльності суб'єктів бізнесу будівельної галузі в сучасних умовах господарювання; логічного аналізу – при визначенні перспектив розвитку ринку будівельних робіт і послуг та будівельної продукції; класифікаційно-аналітичного методу – при дослідженні бізнес-середовища функціонування суб'єктів малого підприємництва будівельної галузі, графічного аналізу – для наочного відображення отриманих результатів дослідження.

Результати. Встановлено, що будівельна галузь має істотне значення та забезпечує мультиплікаційний ефект для економіки країни при ефективній взаємодії різних галузей промисловості. Визначено позитивні тенденції щодо зростання індексів будівельної продукції та збільшення частки будівельної галузі у структурі ВВП України. Стан будівельної галузі формується під впливом кризових умов, що спричинені пандемією коронавірусу. Встановлено, що глибина негативного впливу на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності цієї галузі визначається комплексом взаємопов'язаних факторів. Будівельна галузь вимагає суттєвих капітальних інвестицій та характеризується високою витратомісткістю. Однак, враховуючи роль будівельної галузі для відновлення економіки та її соціальне значення, державна підтримка повинна сприяти зростанню обсягів будівництва

за рахунок залучення до співпраці не тільки великого та середнього бізнесу, а і малих будівельних підприємств, як гнучких та адаптивних структур. Розвиток діалогової взаємодії буде сприяти забезпеченню партнерських відносин між органами державної влади та суб'єктами підприємницької діяльності.

Новизна. Узагальнено особливості формування з врахуванням умов сучасного бізнес-середовища співпраці органів публічної влади і суб'єктів малого підприємництва будівельної галузі на засадах державно-приватного партнерства з метою більш повного задоволення потреб суспільства та підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Практична значущість. Запропоновано орієнтири щодо формування діалогової взаємодії та співпраці органів державної влади і суб'єктів малого бізнесу будівельної галузі на засадах державно-приватного партнерства.

Ключові слова: мале підприємництво, тенденції розвитку, бізнес-середовище, будівельна галузь, державно-приватне партнерство.

Надійшла до редакції 10.11.21 р.

МЕТОДИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

*О. Г. Вагонова, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», vagonova@ntu.org.ua,
orcid.org/0000-0001-6553-7771,*

*Д. О. Беклешов, аспірант, НТУ «Дніпровська політехніка», orcid.org/0000-0002-6510-9512,
Є. В. Терехов, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», terehoff@t-online.de,
orcid.org/0000-0002-4816-6072*

Методологія дослідження. Результати дослідження отримані шляхом застосування методів: математичного моделювання – при оцінці ефективності заходів щодо підвищення кваліфікації персоналу підприємства; статистичний – при визначенні показників результативності програм підвищення кваліфікації персоналу, визначення доцільного набору семінарів з підвищення кваліфікації за категоріями персоналу; наукового узагальнення та систематизації – при обґрунтуванні напрямів розвитку системи підвищення кваліфікації персоналу підприємства.

Результати. Обґрунтована необхідність підвищення кваліфікації персоналу підприємства як складової формування його виробничого потенціалу. Визначені методичні основи здійснення експертних оцінок ефективності проведення семінарів для персоналу підприємства, а також вибору їх змісту за напрямками підвищення кваліфікації. Здійснені розрахунки ступеня узгодженості думок експертів щодо напрямів підвищення кваліфікації персоналу. Визначений методичний підхід щодо узгодження витрачання фінансових ресурсів підприємства на підвищення кваліфікації його персоналу з ресурсними можливостями.

Новизна. Наведені методичні основи оцінки доцільності витрачання фінансових ресурсів підприємства на проведення заходів щодо підвищення кваліфікації працівників. Визначений методичний підхід щодо оцінки доцільності проведення напрямів семінарів з підвищення кваліфікації за категоріями працівників. Запропонована математична модель вибору оптимального набору семінарів з підвищення кваліфікації.

Практична значущість. Результати дослідження дозволяють встановити найбільш доцільний набір заходів щодо підвищення кваліфікації персоналу підприємства за категоріями працівників з метою максимізації ефективності витрачання фінансових ресурсів у цьому напрямі.

Ключові слова: ефективність, підприємство, підвищення кваліфікації, витрати, персонал, експертна оцінка, прибуток підприємства.

Постановка проблеми. В умовах мінливого ринку виникає необхідність у підвищенні професійних навичок, а також професійний розвиток ставати необхідною умовою успішної роботи будь-якої організації [1]. Висококваліфікованому фахівцеві все частіше доводиться поєднувати у своїй роботі, крім своїх безпосередніх обов'язків, усе більше різних трудових функцій і ухвалювати рішення, які вимагають знання основ менеджменту, маркетингу, психології й соціології. Такі зміни приводять до необхідності

підвищення значимості питання навчання й підготовки персоналу й удосконалювання системи навчання персоналу в організації. Проте це необхідно здійснювати, прагнучи до найбільш ефективного використання фінансових ресурсів, що вимагає пошуку методів обґрунтування найбільш доцільного поєднання видів заходів з підвищення кваліфікації принагідно до категорії персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Заходи з підвищення кваліфікації персоналу набувають все більш цільового

характеру, тобто орієнтуються на специфічні потреби окремих категорій працівників, адже кожна організація намагається забезпечити найбільшу віддачу на витрати в системі формування та розвитку персоналу [2]. Інвестиції у персонал повинні отримувати належне обґрунтування з метою уникнення неефективного витрачання ресурсів організації [3].

Необхідним є встановлення заходів з підвищення кваліфікації персоналу, що є найбільш дієвими стосовно тих завдань, які ставляться перед ним у відповідності з цілями діяльності підприємства, зазначається у джерелі [4]. Т. В. Білорус, Ю. А. Соковніна зазначають: «Ступінь розвитку персоналу має значний вплив на економічний успіх підприємства. Актуальність знань та наявність практичних навичок працівників визначають конкурентну позицію організації, її потенціал розвитку та частково мінімізують вплив ринкових ризиків на бізнес модель компанії. Тому все більше фірм звертають свою увагу на необхідність вибору кращого методу розвитку персоналу, який буде доречним як для компанії (у співвідношенні витрат на його реалізацію до масштабу позитивного впливу на компанію), так і для конкретної посади» [5]. О. О. Гетьман, А. О. Білодід [6] надають детальну класифікацію методів навчання персоналу підприємства. У джерелі [7] зазначається, що кожен з методів розвитку персоналу виконує свої, чітко окреслені функції, що необхідно враховувати у формуванні програми підвищення кваліфікації конкретного працівника. Для оптимізації витрат підприємства на розвиток персоналу необхідним є застосування математичних моделей за визначеним критерієм ефективності [8].

Таким чином, у працях багатьох науковців зазначається важливість обґрунтування методів розвитку персоналу підприємства, що дозволяли б найбільш ефективно використовувати фінансові ресурси для потреб зростання рівня професійної підготовки працівників різних категорій, що є актуальним завданням дослідження.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є визначення методичного підходу до обґрунтування найбільш доцільного поєднання методів розвитку персоналу з

метою оптимізації витрат підприємства у підвищення кваліфікації працівників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Навчання, підвищення кваліфікації, перепідготовка в сучасних умовах стає ключовим елементом процесу роботи з персоналом. Брак у працівника тих або інших навичок, знань приводить до неефективної роботи й виконанню поставлених завдань, також призводить до підвищення стресів і енергетичних витрат, пов'язаних з роботою, і зниження мотивації. Відповідно ефективне навчання персоналу організації, крім зростання прибутку, має ряд важливих наслідків для організації, такі як: поліпшення соціально-психологічного клімату в колективі, розкриття потенціалу працівників, формування відповідної організаційної культури й моделей поведінки які сприяють успішному досягненню організаційних цілей, залучення нових співробітників в організацію.

Серед напрямів підвищення кваліфікації персоналу можна виділити: обмін передовим досвідом; відрядження на передові підприємства; курси підвищення кваліфікації й семінари. Слід зазначити, що головна перевага семінарів у порівнянні з іншими формами навчання – інтерактивність. Завдяки цій якості можливо досягати більшої ефективності процесу навчання. Таким чином, у дослідженні основну увагу приділено саме семінарам як різновиду інтерактивних методів навчання персоналу.

Як правило, підприємство бажає підвищити рівень кваліфікації свого персоналу з метою позитивного впливу цього підвищення на прибуток діяльності. Отже, керівництво фірми зацікавлене в проведенні систематичних заходів протягом тривалого часу. Однак у кожному періоді підприємство має обмежені фінансові ресурси на їхнє проведення. Тому слід вибрати оптимальний набір семінарів, який би забезпечив максимальну користь і ефективність підвищення кваліфікації за умови обмежених грошових витрат на їхнє проведення.

Пропонується впровадити в систему кадрової політики підприємства проведення деякого числа семінарів із сукупності існуючих на ринку пропозицій.

Ефективність семінару можна оцінити методом експертних оцінок: незалежні

один від одного друга експерти дають оцінку семінару, наприклад, за 10-бальною шкалою оцінювання. При цьому кожен експерт має свою думку, визначає ефективність семінару згідно з особистими переконаннями, які, у свою чергу, у нього склались на базі особистого й перейнятого досвіду. У випадку з набором семінарів експерти здійснюють подібні оцінки щодо кожного семінару.

Більше того, залежно від значимості того або іншого експерта їх оцінкам можуть бути призначені при обробці вагові коефіцієнти, які скорегують результати в необхідному напрямі.

Після проведення оцінювання експертами семінарів, необхідно переконатися в придатності отриманих даних для обробки і їх подальшого використання. Для цього можна скористатися методами непараметричної статистики, а саме двохфакторним аналізом Фрідмана й коефіцієнтом конкордації Кендала [8].

Статистика Фрідмана F дозволяє перевірити гіпотезу про істотність відмінностей між оцінками експертів:

$$F' = \frac{\sum_{j=1}^n \left[\sum_{i=1}^k R_{ij} - \frac{1}{2} k(n+1) \right]^2}{\frac{1}{12} kn(n+1) - \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^k T_i} \quad (1)$$

$$\text{де } T_i = \frac{1}{12} \sum_{t=1}^m [n_t^3 - n_t],$$

$$i = 1, 2, \dots, k.$$

Обчислення коефіцієнта конкордації у випадку наявності зв'язаних рангів проводиться по формулі:

$$W = \frac{K}{\frac{1}{12} * k^2 (n^3 - n) - k \sum_{j=1}^k T_j} \quad (2)$$

$$T_j = \frac{1}{12} \sum_{s=1}^l (t_s^3 - t_s) \quad (3)$$

$$K = \frac{1}{12} k^2 (n^3 - n) \quad (4)$$

де: F' – розрахункове (вибіркове) значення статистики Фрідмана,

R_{ij} – ранг даних i -им експертом j -ому

семінару,

k – кількість експертів,

n – кількість семінарів,

W – коефіцієнт конкордації Кендала,

t_s – кількість груп повторюваних рангів.

Коефіцієнт конкордації може змінюватися в межах $0 \leq W \leq 1$. Його рівність одиниці означає, що всі експерти дали однакові оцінки інформативності факторів, а рівність нулю означає, що зв'язки між оцінками, отриманими від різних експертів, не існує.

Як приклад наведемо фрагмент таблиці семінарів, пропонованих на ринку консультативних послуг (табл.1). З таблиці видно, що частина семінарів придатна тільки для однієї категорії працівників, але деякі семінари, як показує виконаний аналіз, придатні для всіх. Значимість семінарів для працівників організації оцінюється експертами й психологами по десятибальній шкалі. Фрагмент результатів такого рангового оцінювання наведений у табл. 2. Оцінки експертів для керівників і виконавців погоджені.

Після проведення аналізу оцінок експертів, їх можна використовувати в математичній моделі пошуку оптимального набору семінарів.

$$F = \sum_{i=1}^{30} \left(\sum_{j=1}^2 r_{ij} * 0.6 * d_i + \sum_{j=3}^4 r_{ij} * 0.4 * d_i \right) \rightarrow \max \quad (5)$$

$$\sum_{i=0}^{30} s_i d_s \leq S$$

$$d_i \geq 0, d_i \leq 1,$$

де: r – ранг;

S – сума коштів на проведення семінарів,

s_i – вартість i -того семінару,

$d_i = 1$, якщо семінар обраний,

$d_i = 0$, якщо семінар не обраний.

$j = 1, 2$ – індекси середніх рангів, наданих експертами для керівників і виконавців підприємства,

$j = 3, 4$ – індекси рангів, наданих психологом для керівників і виконавців підприємства.

Коефіцієнти 0,6 і 0,4 визначають вагомість думок групи експертів і психолога в цільовій функції моделі.

Обмеженнями даної моделі є обмеження на ресурси, а саме на доступну суму можливих грошових витрат, і обмеження на фіктивну змінну d .

Розв'язок моделей даного класу часто провадять методами градієнтного спуска (цей метод закладений у модуль «Пошуку розв'язку» в MS Excel).

У результаті розв'язку моделі буде отриманий оптимальний план набору семінарів, проведення яких забезпечить макси-

мально можливе підвищення кваліфікації персоналу при існуючому обсязі грошових витрат на їхнє проведення.

Після проведення обраного набору семінарів доцільно проводити оцінку їх результативності. Для цього після семінару має проводитися тестування працівників. За підсумками тестів визначається рівень набуті кваліфікації персоналу.

Аналіз впливу семінарів на кваліфікацію персоналу можна здійснити за допомогою статистичного критерію Вилкоксона. Також цей критерій підійде для аналізу впливу часу на знання працівників.

Таблиця 1

Семінари, доступні на ринку консультативних послуг (фрагмент)

№	Назва семінару	Для кого?		Вартість семінару, дол.
		для керівників	для виконавців	
1	Візуальний мерчендайзинг	+	+	2200
2	Фінансовий Успіх	+	-	8000
3	Побудова й зміцнення відділу продажів	+	-	1000
4	SA1 Корпоративна Соціальна Відповідальність. стандарти SA 8000 I ISO 26000	+	-	3000
5	Керування відносинами із клієнтами	+	+	2000
6	Ефективна роздрібна торгівля	-	+	1400
7	Ефективний супервайзер. Створення й керування торговельною командою	+	+	2500
...	...	...	...	...
28	Управління конфліктами в команді	+	-	4000
29	Стресменеджмент	+	+	1400
30	Профілактика шахрайства в компанії	+	-	1500

Критерій Вилкоксона використовується для перевірки гіпотези H_0 про однорідність двох генеральних сукупностей по парно зв'язаних вибірках.

Для розрахунків використовується інформація про відносні розміри різниць елементів двох вибірок. Перевірка P за критерієм здійснюється в такий спосіб: абсолютні значення ненульових різниць упорядковуються в порядку зростання й визначаються їхні ранги. Рівним різницям при-

власнюється середній ранг. Далі обчислюються суми рангів для негативних різниць R_n і позитивних різниць R_p . Для перевірки розрахунків використовується тотожність:

$$R_n + R_p = \frac{n(n+1)}{2}, \quad (6)$$

де R_n – сума рангів для негативних різниць,
 R_p – сума рангів для позитивних різниць.

Оцінка значимості семінарів експертами й психологом (фрагмент)

№	Назва семінару	Вплив на персонал				
		експерт 1	експерт 2	експерт 3	експерт 4	Психолог
1	Візуальний мерчендайзинг	9	7	10	9	7
2	Фінансовий Успіх	5	3	6	5	7
3	Побудова й зміцнення відділу продажів	2	1	4	2	5
4	SA1 Корпоративна Соціальна Відповідальність. стандарти SA 8000 I ISO 26000	10	8	10	10	6
5	Управління відносинами із клієнтами	1	1	4	3	3
6	Ефективна роздрібна торгівля	6	4	7	6	6
7	Ефективний супервайзер. Створення й управління торговельною командою	9	7	10	9	8
...	...	...	...	...	...	...
29	Стресменеджмент	4	2	5	4	3
30	Профілактика шахрайства в компанії	5	3	6	7	2

Здійснені розрахунки статистики Фрідмана й коефіцієнта конкордації Кенда-

ла для оцінок експертами семінарів дали такі результати:

для керівників	$F_p = 4437,052$	$F_T = 11,0705$	$W = 0,830583$
для виконавців	$F_p = 5491,805$	$F_T = 11,0705$	$W = 0,709233$

Статистикою критерію T є число рівне найменшому значенню суми рангів R_n і R_p . Критичні значення T визначаються по таблиці. При $n > 25$ використовують статистику Z :

$$Z = \frac{\left| T - \frac{n(n+1)}{4} \right|}{\sqrt{\frac{n(n+1)(2n+1)}{24}}} \quad (7)$$

За умови, що гіпотеза H_0 вірна, Z має (приблизно) стандартний нормальний розподіл $N(0, 1)$. Гіпотеза H_0 відхиляється на рівні значимості α (при двосторонній альтернативі), якщо

$$Z_{\text{в}} > u_{1-\frac{\alpha}{2}}$$

де $Z_{\text{в}}$ — вибіркове значення статистики Z , а $u_{1-\frac{\alpha}{2}}$ — квантіль стандартного нормального розподілу $N(0, 1)$ порядку $1 - \frac{\alpha}{2}$.

Для розрахунків використовується інформація про відносні розміри різниць елементів двох вибірок.

До проведення семінарів необхідно надати оцінку наявній кваліфікації персоналу. Для цього проводять тестування працівників на предмет кваліфікації по певній тематичі. Після проведення семінару здійснюють повторне тестування, результати якого показують новий рівень кваліфікації працівників. Через деякий проміжок часу тестування повторюють. Рівень кваліфікації оцінюють кількістю правильних відповідей на запитання тестів.

Логічним є побудова нової системи оплати праці, яка включає в заробітну плату персоналу кошти, одержувані працівником за високу кваліфікацію.

Модифікація системи оплати праці працівників побудована на ідеї впровадження додаткової складовій її частини, а саме

відсотка доплат за високий рівень кваліфікації.

$$\gamma = \begin{cases} 0\%, & \text{если } \alpha \geq \beta \\ \frac{\beta - \alpha}{g - \alpha} * 100\%, & \text{если } \alpha < \beta \end{cases} \quad (8)$$

де α – середнє значення рівня кваліфікації персоналу до проведення семінарів,

β – значення рівня кваліфікації кожного працівника після проведення семінару,

g – максимально можлива кількість правильних відповідей респондента при тестуванні.

Висновки. Вибір методів розвитку персоналу є ключовим аспектом ефективності заходів щодо підвищення кваліфікації різних категорій працівників. На сьогодні найбільш дієвими є інтерактивні методи навчання, що дозволяють у стислі терміни формувати необхідні навички щодо роботи на конкретній посаді на підприємстві.

За допомогою наведеної моделі на основі експертних оцінок можна обрати оптимальний набір семінарів, який дозволить максимально підвищити рівень кваліфікації працівників підприємства в рамках наявних ресурсних обмежень. Це, у свою чергу, повинне підвищити ефективність роботи персоналу й привести до зростання прибутку підприємства.

У подальших дослідженнях є доцільним визначати обсяги фінансових вкладень, при яких впровадження системи проведення семінарів було б найбільш ефективним.

Література

1. Annette Speck. Auf die Corona-Krise folgt der Personalumbau. [07.09.2021]. Elektronische Ressource. <https://www.springerprofessional.de/personalentwicklung/g/strategieentwicklung/auf-die-corona-krise-folgt-der-personalumbau-/19286440>.
2. Annika Zähres (Juli 2018). Ruhr-Universität Bochum https://www.researchgate.net/publication/326381251_Personalentwicklung_fur_die_Generationen_Y_und_Z_-_Wie_zielgruppenspezifisch_entwickeln_Unternehmen_junge_Mitarbeiter.
3. Christine Wegerich (2015) Strategische Personalentwicklung in der Praxis. Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten, Praxisbeispiele. 296 p.

4. Wienkamp, H. (2021). Anforderungsprofile für das operative Personalmanagement: Personalentwicklung. In Psychologische Anforderungsanalysen (pp. 107-162). Springer, Berlin, Heidelberg.

5. Білорус Т. В. Обґрунтування вибору методів розвитку персоналу / Т. В. Білорус, Ю. А. Соковніна // Ефективна економіка. – 2019. – № 1. – URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6844>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.48.

6. Гетьман О. О. Інноваційні методи розвитку персоналу / О. О. Гетьман, А. О. Білодід // Глобальні та національні проблеми економіки. – Випуск 17. – 2017. – С. 556–561.

7. Graf, N., Gramß, D., & Edelkraut, F. (2019). Agiles Lernen: Neue Rollen, Kompetenzen und Methoden im Unternehmenskontext. Haufe-Lexware.

8. Mark de Longueville. Wirtschaftsmathematik einfach erklärt. Eine kurze Einführung in die notwendigen Grundlagen. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018. 264 p/ DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-658-10603-4>.

References

1. Annette Speck. Auf die Corona-Krise folgt der Personalumbau. [07.09.2021]. Retrieved from <https://www.springerprofessional.de/personalentwicklung/g/strategieentwicklung/auf-die-corona-krise-folgt-der-personalumbau-/19286440>.
2. Annika Zähres (Juli 2018). Ruhr-Universität Bochum. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326381251_Personalentwicklung_fur_die_Generationen_Y_und_Z_-_Wie_zielgruppenspezifisch_entwickeln_Unternehmen_junge_Mitarbeiter.
3. Christine Wegerich (2015). Strategische Personalentwicklung in der Praxis. Instrumente, Erfolgsmodelle, Checklisten, Praxisbeispiele. 296 p.
4. Wienkamp, H. (2021). Anforderungsprofile für das operative Personalmanagement: Personalentwicklung. In Psychologische Anforderungsanalysen (pp. 107-162). Springer, Berlin, Heidelberg.
5. Bilorus, T.V., Sokovnina, Yu.A. (2019). Obhruntuvannia vyboru metodiv rozvytku personalu. Efektivna ekonomika, (1). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6844>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.1.48.
6. Hetman, O.O., Bilodid, A.O. (2017). Innovatsiini metody rozvytku personalu. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. Issue 17, 556-561.
7. Graf, N., Gramß, D., & Edelkraut, F. (2019). Agiles Lernen: Neue Rollen, Kompetenzen und Methoden im Unternehmenskontext. Haufe-Lexware.
8. Mark de Longueville. Wirtschaftsmathematik einfach erklärt. Eine kurze Einführung in die notwendigen Grundlagen. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018. 264 p/ DOI <https://doi.org/10.1007/978-3-658-10603-4>

METHODOLOGICAL JUSTIFICATION OF THE DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF
QUALIFICATION OF THE PERSONNEL OF THE ENTERPRISE

*O. H. Vagonova, D.E., Professor, D. O. Bekleshow, Post-graduate student,
E. V. Terekhov, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Dnipro University of Technology*

Methods. The results of the study were obtained by applying the following methods: mathematical modeling – in assessing the effectiveness of measures to improve the skills of enterprise personnel; statistical – in determining the effectiveness of staff training programs, determining the appropriate set of seminars for training by category of staff; scientific generalization and systematization – in substantiating the directions of development of the system of advanced training of the personnel of the enterprise.

Results. There is substantiated the necessity of advanced training of the enterprise personnel as a component of formation of its production potential. There are defined the methodical bases of realization of expert estimations of efficiency of carrying out of seminars for the personnel of the enterprise, as well as the choice of their maintenance on directions of advanced training. Calculations of the degree of agreement of experts' opinions on the areas of staff training is made. The methodical approach on coordination of spending of financial resources of the enterprise on advanced training of its personnel with resource possibilities is defined.

Novelty. There are provided methodical bases of expediency estimation of financial resources spending of the enterprise on carrying out of actions for improvement of professional skill of workers. The methodical approach on an estimation of expediency of carrying out of directions of seminars on advanced training on categories of workers is defined. A mathematical model for selecting the optimal set of training seminars is proposed.

Practical value. The results of the study allow us to establish the most appropriate set of measures to improve the skills of the company's staff by category of employees in order to maximize the efficiency of spending financial resources in this area.

Keywords: efficiency, enterprise, professional development, costs, personnel, expert assessment, enterprise profit.

Надійшла до редакції 8.11.21 р.