



***МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА:
ІНТЕГРАЦІЯ НАУКИ
ТА ПРАКТИКИ***

Збірник наукових праць
Випуск 8



Кафедра міжнародної
економіки

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Київ – 2018

УДК 339.9
ББК 65.5-55+65.9 (4 УКР)-55
М58

Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: Збірник наук.
праць: КПІ ім. І. Сікорського, 2018 р. - 164с.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки КПІ
ім.І.Сікорського.

Протокол №6 від 20.12.2018 р.

Редакційна колегія:

Гавриш О. А., д.т.н., професор (відповідальний редактор)

Охріменко О. О., д.е.н., професор (заступник відповідального редактора)

Войтко С. В., д.е.н., професор

Грінько І.М., к.е.н., доцент

Скоробогатова Н. Є., к.е.н., доцент

Черненко Н. О., к.е.н., доцент

Сторчак В.М., технічний редактор

Осьмаковський А.В., технічний редактор

Збірник наукових праць «Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики» охоплює широке коло питань, присвячених актуальним проблемам функціонування багаторівневого механізму, що охоплює сукупність національних економік з властивими їм характеристиками.

Сборник научных трудов «Международная экономика: интеграция науки и практики» охватывает широкий круг вопросов, посвященных актуальным проблемам функционирования многоуровневого механизма, который охватывает совокупность национальных экономик со свойственными им характеристиками.

Collection of scientific papers «International Economy: Integration of Science and Practice» covers the wide range of questions, devoted to current issues of multilevel mechanism functioning that includes the aggregate of national economies with their proper characteristics.

© КПІ ім. Сікорського, 2018

© Автори матеріалів

ЗМІСТ

Вітер О.О., Стефківський В. М. ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ	4
Георгієва А. В., Клименко С. М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	11
Гербич В.І., Нетребчук Л.О. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ	19
Єрмакова О. О., Юдіна Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ БРЕНДУ НА РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ	28
Копил К.О. , Цимбаленко Я.Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ	38
Красюк А.С., Дунська А.Р. СТАБІЛІЗАЦІЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	46
Лежень К.В., Моїсеєнко Т.Є. ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ	54
Максимчук А.І., Моїсеєнко Т.Є. ШЛЯХИ ВЗАЄМОДІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ЗІ СТАРТАПАМИ	63
Новікова А.П., Скоробогатова Н.Є. ФОРМУВАННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНСЬКИХ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ.....	72
Парфенюк А. В., Моїсеєнко Т. Є. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ.....	84
Піхур О.О., Голюк В.Я. ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВО - ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ПЛИТКИ ТА САНТЕХНІКИ	92
Сторчак В.М., Охріменко О.О. ЕКОНОМІЧНО-ПОЛІТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ	100
Удовиченко С.С., Серебренніков Б.С. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОБОТОТЕХНІКИ В УКРАЇНІ	111
Фролова А.А., Грінько І.М. НАПРЯМИ РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЇ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ.....	119
Хоронжук Д.В., Манаєнко І.М. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ СТОЛИЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ	127
Цимбал А.В., Глущенко Я.І. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ.....	135
Шаляпін О.І., Сахарова Т.В. CRM- ТА SCRM-ТЕХНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ	142
Шевченко Ю.О., Грінько І.М. МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ	149
Шестопалова А.Г., Войтко С.В. ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН ПРИ ВВЕДЕННІ САНКЦІЙНИХ РЕЖИМІВ ДЛЯ КРАЇН	156

УДК 339

Вітер О.О., alena.viter27@gmail.com
Науковий керівник: Стефківський В. М.

канд. економ. наук, доцент
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ

Анотація

В статті розглянуто поняття інвестиційного клімату. Проведено аналіз сучасного стану інвестиційного клімату України. Розглянуті основні макропроблеми інвестиційної привабливості України та шляхи покращення інвестиційного клімату для України.

В статті було визначено, що жоден із напрямків, не можливо виконати без допомоги іноземних інвестицій. Тому було запропоновано залучення нових іноземних інвестицій шляхом впровадження Плану Маршалла.

Annotation

In the article the concept of the investment climate is considered. The analysis of the current state of the investment climate in Ukraine is carried out. The main macroproblems of Ukraine's investment attractiveness and ways to improve the investment climate for Ukraine are considered.

In the article it was determined that not one of the directions can be performed without the help of foreign investors. Therefore, it was proposed to attract new foreign investments through the implementation of the Marshall Plan.

Ключові слова: *інвестиційний клімат, інвестиції, шляхи покращення інвестиційного клімату, план Маршала.*

Вступ. Дослідження інвестиційного клімату України зумовлюється тим, що інвестиції зачіпають глибинні основи господарської діяльності, визначаючи процес економічного зростання в цілому. У сучасних умовах вони виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу із економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві, забезпечення технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макрорівнях.

Інвестиційний клімат держави - це сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, які забезпечують і сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та закордонних інвесторів.

Сьогодні в Україні спостерігається досить низький рівень залучення у виробництво інвестиційних ресурсів. Це пов'язано з економічною ситуацією, яка склалася в Україні і відсутністю чіткої інвестиційної

політики як на державному рівні, так і на рівні окремих регіонів. Тому, є доцільним дослідження інвестиційного клімату України та підвищення ефективності використання державних інвестицій.

Серед вітчизняних вчених, які досліджували проблеми залучення інвестицій в економіку України та створення сприятливого інвестиційного клімату, слід відмітити: Л.І. Гладка, П.І. Зачепило, І.М. Крупка, В.С. Марцин, О.В. Прокопенко, О.А. Харун, та інших.

Постановка завдання. На основі аналізу сучасного стану інвестиційного клімату України визначити основні макропроблеми інвестиційної привабливості країни та знаходження шляхів покращення інвестиційного клімату України, шляхом впровадження плану Маршалла.

Методологія. В ході дослідження було застосовано статистичний, табличний та графічний методи, метод аналізу та дедукції, а також діалектичний та історико-логічний підхід.

Результати дослідження. Сприятливий інвестиційний клімат є важливим фактором залучення інвестицій для структурної перебудови економіки, впровадження інноваційних розробок, нарощування основних фондів підприємств, поліпшення життєвого рівня населення і швидкого економічного зростання держави.

З огляду на стан економічного потенціалу, українська держава намагається створити сприятливі умови для розвитку інвестиційного клімату. У макроекономічній політиці наголос робиться на створенні передумов зростання інвестицій - послаблення інфляції, забезпечення оптимальних відсотків, по депозитах і вкладеннях, зниження відсоткових ставок за кредитами, скорочення заборгованості та зростання споживчого попиту населення, але відсутність коштів залишає країну незмінною.

Розглянемо індекс інвестиційної привабливості України в таблиці 1.

Таблиця 1

Індекс інвестиційної привабливості України

Рік	Бали
2018	3,1
2017	3,15
2016	2,88
2015	2,51
2014	2,72
2013	2,12
2012	2,18
2011	3,4
2010	3,08
2009	2,22

Отже, індекс інвестиційної привабливості України за підсумками перших шести місяців 2018 знаходиться на рівні 3,1 з можливих 5 балів, що свідчить про позитивні зрушення в першій половині року. Так, в кінці 2017 року в Україні він становив 3,03, в кінці 2016 року - 2,85, в кінці 2015 року - 2,57. Раніше Індекс досягав позначки вище трьох в 2011 році і становив 3,39 - це був один з найвищих показників.

Розглянемо обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України на рис. 1.

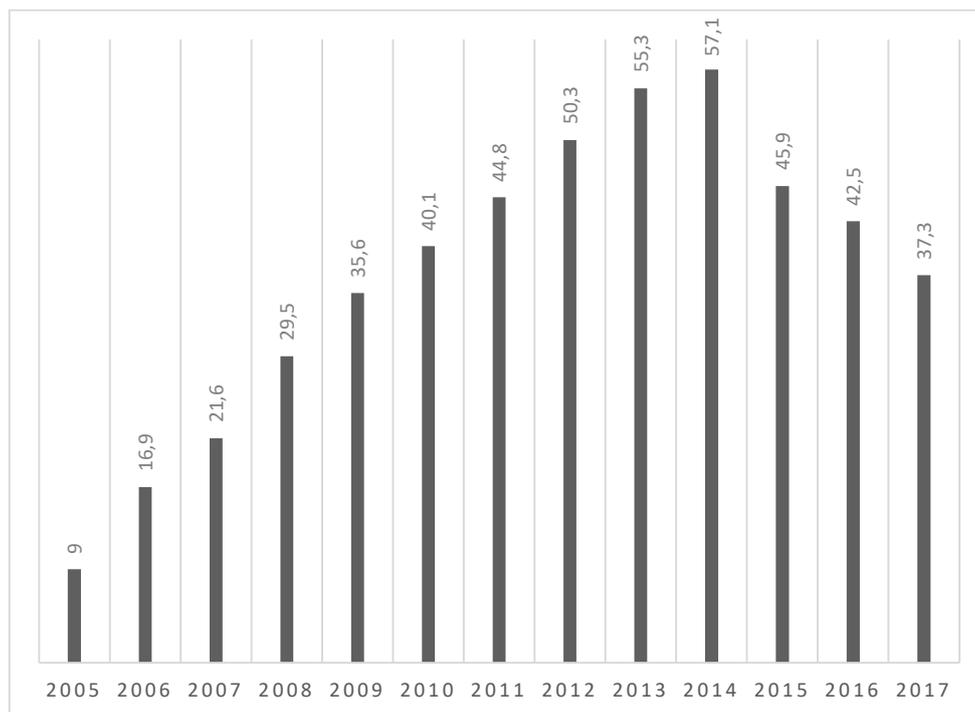


Рис. 1. Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України
Джерело [2]

Отже, обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України станом на 1 жовтня 2017 року склав 38,9 млрд дол., що на 1,6 млрд дол., більше показника на початок року, який був на рівні 37,30 млрд дол. За цей період в акціонерний капітал нерезидентів надійшло 1,218 млрд дол. Нових інвестицій, при цьому відтік за період склав 305,9 млн дол., А позитивна переоцінка - 1,304 млрд дол.

Ключовими інвесторами в економіку України в 2017 році залишаються Великобританія, Кіпр і Нідерланди. Крім цього, в січні-вересні 2017 року українські підприємства здійснили вкладення 10,2 млн дол. прямих інвестицій в 12 країн світу. Найбільші обсяги прямих інвестицій з України було направлено до Швейцарії, Латвії, Угорщини та Чехії.

Прямі інвестиції із країн світу в економіці України розглянуті в таблиці 2.

Таблиця 2

Прямі інвестиції із країн світу в економіці України

	Обсяги інвестицій на			
	01.01.2017		01.10.2017	
	млн.дол.США	у % до загального підсумку	млн.дол.США	у % до загального підсумку
Усього	37504	100	39719,8	100
у тому числі				
Кіпр	9691,3	25,8	10201,5	25,7
Нідерланди	5913,1	15,8	6560,7	16,5
Російська Федерація	4317,4	11,5	4393,2	11,1
Велика Британія	2008,7	5,4	2193	5,5
Німеччина	1607,4	4,3	1819,9	4,6
Віргінські Острови	1683,1	4,5	1653,2	4,2
Швейцарія	1451,9	3,9	1539,7	3,9
Франція	1294,5	3,5	1355,6	3,4
Австрія	1271,3	3,4	1344,5	3,4
Люксембург	964,2	2,6	979,4	2,5
Угорщина	770,1	2,1	804,9	2
Польща	764,4	2	800,2	2
Беліз	604,2	1,6	628,5	1,6
США	576	1,5	541,9	1,4
Інші країни	4586,4	12,1	4903,6	12,2

Джерело [3]

Отже, в економіку України в 2017 році іноземними інвесторами із 76 країн світу біло вкладено 1218,2 млн. дол. США прямих інвестицій.

Найвагоміші обсяги надходжень прямих інвестицій були спрямовані до підприємств промисловості – 464,4 млн. дол США, установ та організацій, що здійснюють фінансову та страхову діяльність – 248, 8 млн. дол США [3].

Інвестиційний клімат в Україні, незважаючи на підвищення позиції країни в різних рейтингах і індексах, все ще нагадує пустелю. У реальних цифрах іноземні інвестиції залишаються мізерними для країни, яка перебуває в центрі Європи і володіє великим транзитним, виробничим і інтелектуальним потенціалом.

Глобальний індекс миролюбності (Global Peace Index) показує, що в минулому році число жертв збройних конфліктів по всьому світу

виявилось найвищим за останні 25 років, а кількість біженців досягла максимуму з часів Другої світової війни. Найнебезпечнішою країною для проживання визнана Сирія, за нею йдуть Південний Судан, Ірак, Афганістан і Сомалі [4].

Європа залишається самим мирним регіоном на планеті, однак експерти відзначають, що за останні п'ять років число терористичних атак в європейських країнах збільшилось.

В Україні індекс миролюбності погіршився: країна перейшла в червону категорію, зайнявши 152 місце з 163 і здобула 3,113 балів з 5 можливих. Це дуже негативний показник для України, що не забезпечує залучення іноземних інвестицій в Україну.

Ще одна негативна причина – це високий рівень корупції. Україна здобула 30 балів зі 100 можливих у дослідженні Transparency International “Індекс сприйняття корупції” (CPI) за 2017 рік і посіла 130 місце (зі 180 країн). Це на 1 бал більше та на 1 позицію вище, ніж у минулому році (29 балів, 131 місце зі 176 країн). Але в динаміці результати минулого року нижчі (1 бал проти 2) ніж у 2016 році [5].

Таку проблему назвали головною 46,1% підприємців. На другому місці - відсутність довіри до судової системи (40,6% опитаних), на третьому - відсутність земельної реформи (35,9%).

Бізнес також сподівається на якісні зміни. 28,1% вважають інвестиційний клімат в Україні привабливим для вкладень.

Міжнародний валютний фонд також прогнозує ще одну нову проблему: це хвиля глобальної економічної кризи у 2020 році, через що Україна опиниться в умовах сильного зовнішнього тиску. Ціни на нафту впадуть, що для України наче і добре, але разом з тим впадуть ціни на основний експорт; а це вугілля, металургія та аграрна продукція. Експортна виручка буде знаходитись в недостатньому обсязі, відповідно будуть падати і доходи державного бюджету від підприємств. Це буде чинити тиск на курс гривні і взагалі на збалансованість українського бюджету [6].

Отже, здійснивши аналіз, можна виділити такі макропроблеми інвестиційної діяльності в Україні:

1. Відсутність політичної волі і розуміння у керівництва на центральному та регіональному рівні, особливо в області стратегічного інвестування;
2. Високий рівень корупції. Тіньова економіка;
3. Недосконале законодавство в інвестиційній сфері, відсутність інвестиційного кодексу;
4. Відсутність професійних фахівців, здатних становити інвестиційні проекти і бізнес-плани, супроводжувати і управляти проектами;

5. Низька адаптація українського законодавства до європейських стандартів та невідповідність української банківської системи світовим стандартам;

6. Незручна регуляторна система, складність адміністрування податків, складність отримання дозволів;

7. Політична нестабільність;

8. Застаріла інфраструктура, непрофесійний менеджмент в управлінні житлово-комунального господарства;

9. Неefективні механізми захисту прав інвесторів;

Для того щоб Україна пододала ці проблеми, за розрахунками експертів, країна потребує близько 120-200 млрд доларів іноземних інвестицій до 2030 року. Якщо доцільно використати інвестиції, то це прискорить темпи економічного зростання, виведе їх на рівень мінімум 6% в рік і підтримуватиметься такий темп протягом десятка років. Крім того, на користь інвестиційному клімату в країні піде розвиток і втілення інновацій.

Тому, Україні потрібно залучення нових іноземних інвестицій, доцільним буде впровадження План Маршалла, це посилить зв'язки України із її західними союзниками й надасть вкрай необхідні інвестиції для економічного розвитку та політичної реформи.

«План Маршалла» – це програма широкомасштабної економічної допомоги країнам Європи, розореним Другою світовою війною, – став, імовірно, найбільш вдалим зовнішньополітичним експериментом США. План отримав свою назву від імені державного секретаря США Джоржа Маршалла. Однак його реальним автором був президент Гаррі Трумен. Рішення назвати проект ім'ям держсекретаря було прийняте з тактичних та політичних міркувань: Трумен, на відміну від Маршалла, не користувався підтримкою у Конгресі США, який повинен був затвердити асигнування на відновлення Європи [7, с. 57].

«План Маршалла» відрізняється від традиційних фінансових трансів тим, що буде чітка стратегія (план дій) щодо поліпшення країни та підтримка з боку ЄС. Ініціатива передбачає виділення коштів в необхідному, достатньому розмірі для допомоги в реформах, подолання корупції, та запобігання економічної кризи, а також економічний план, фінансові та інвестиційні підтримка, військова та гуманітарна допомога і створення конструктивних стратегічних діалогів для більш швидкого забезпечення європейської інтеграції України.

Наслідки, які матиме Україна, якщо план Маршалла буде втілений:

1) ВВП України гарантовано зростатиме принаймні на 7%.

2) Економіка України стабілізується.

3) Розвиток малого та середнього бізнесу.

4) Україна зможе погасити борги.

5) Рівень долі промисловості в загальному ВВП в країні збільшиться.

6) Значно збільшиться обсяг виробництва сільськогосподарської продукції.

7) Кількість робочих місць збільшиться.

8) В Україні розвиватиметься середній клас.

9) Знизиться рівень корупції.

Таким чином, після реалізації плану Маршалла Україна може гарантовано розраховувати на членство в ЄС і НАТО.

Висновки. Отже, у даний час, інвестиційний клімат України характеризується досить слабким індексом інвестиційної привабливості і має тенденцію до зменшення обсягів прямих інвестицій в економіку України. Аналіз стану інвестиційного клімату дав змогу виявити що, Україна потребує близько 120-200 млрд доларів іноземних інвестицій до 2030 року.

У ході дослідження було визначено та розглянуто макропроблеми інвестиційного клімату України. Серед розглянутих факторів був глобальний індекс миролюбності, сприйняття корупції та глобальна світова криза, що характеризують негативний вплив на стан інвестиційного клімату України.

Отже, з огляду на особливості інвестиційного клімату України, було запропоновано впровадження Плану Маршалла, що виділятиме Україні кошти для розвитку економічного стану.

Література:

1. Фінпост Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://finpost.com.ua/news/9159>

2. ZN.UA [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://dt.ua/macrolevel/ukrayinske-ekonomichne-divo-reytingi-zrostayut-a-obsyagi-investiciy-padayut-261332_.html

3. Новини України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://racurs.ua/ua/n97742-obsyag-inozemnyh-investyciy-v-ukrayinu-cogorich-zris-do-mayje-40-mlrd-dolariv-infografika.html>

4. Незалежний аналітичний центр геополітичних досліджень Борисфен Інтел [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://bintel.com.ua/uk/article/06_15_gpi/

5. Вікіпедія. Індекс сприйняття корупції [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Індекс_сприйняття_корупції

6. Укрінформ Мультимедійна платформа іномовлення України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2550027-glava-mvf-poperedila-pro-nablizenna-globalnoi-finansovoi-krizi.html>

7. Браун Стівен. Іноземна допомога на практиці / Стівен Браун. – К. : Основи, 1994. – 185 с

УДК 339.944

Георгієва А. В. anna_georgieva_1807@ukr.net

Науковий керівник: Клименко С. М.

канд. економ. наук, доцент

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Анотація

Досліджено фундаментальні теоретичні аспекти ефективного розвитку міжнародного бізнесу та методики його аналітичного оцінювання. Розкрито понятійні межі та передумови розвитку форм міжнародного бізнесу в умовах світової глобалізації. Визначено послідовність здійснення фундаментально-вартісного оцінювання ефективності розвитку міжнародного бізнесу.

Annotation

Researched the basic theoretical aspects of effective international business development and methods of its analytical evaluation. Revealed the conceptual boundaries and prerequisites of the development of forms of international business in the conditions of economic globalization. Determined the sequence of value-based estimation of the efficiency of international business development.

Ключові слова: міжнародний бізнес, глобалізація, ефективність, розвиток бізнесу, вартісна модель, стейкхолдер.

Вступ. Функціонування сучасного міжнародного бізнесу відбувається в умовах високодинамічного середовища, для якого характерним і об'єктивно необхідним є новий тип управлінського мислення та зміна традиційних підходів щодо обґрунтування пріоритетних напрямів забезпечення перманентного розвитку суб'єктів господарювання. Глобалізаційні процеси в економіці, формування сучасного суспільства знань, зростання значення інтелектуально-інформаційних ресурсів, як рушійної сили конкуренції, зумовлюють зміну домінант у стратегічній орієнтації підприємств. Відповідно, змінюються підходи, методи та інструменти оцінювання та забезпечення розвитку, а також стратегічна логіка даного процесу, яка виступає фундаментальною основою якісних трансформацій підприємств та економічних результатів їх розвитку на міжнародній арені.

Вагомий внесок у дослідження наукової проблематики розвитку економічних систем внесли такі вчені, як Д. Белл, О.О. Богданов, Н. Вінер, В.М. Геєць, Дж.К Гелбрейт, С.Ю. Глазьев, В.М. Гриньова, О.А. Єрохіна, Дж.

Кларк, М.Д. Кондратьєв, Ю.Г. Лисенко, Д.С. Львов, В.І. Ляшенко, У.К. Мітчелл, М.М. Моїсєєв, Р. Нельсон, І.Р. Пригожин, У.У. Ростой, Г. Спенсер, Е. Тоффлер, М.П. Тодаро, Дж. Форестер, Р. Фрімен, Г. Хакен, Й.А. Шумпетер. Стратегічні аспекти розвитку підприємств досліджували такі вчені як О. Гребешкова, В. Верба, М. Кизим, Н. Касьянова, Н. Моїсєєва, А. Наливайко, В. Пастухова, Н. Ушакова, З. Шершньова, А. Шегда та інші.

Постановка задачі.

– систематизувати наукові підходи щодо визначення сутності «розвитку міжнародного бізнесу» та обґрунтувати відповідну авторську позицію;

– сформулювати логіку економічного оцінювання розвитку підприємства на основі поєднання методичного базису вартісного, стратегічного та когнітивного аналізу.

Методологія. Методичну основу наукової роботи сформовано на основі узагальнення наукових положень сучасних теорій управління підприємствами, які враховують об'єктивність змін, що відбуваються під впливом розвитку динамічного конкурентного середовища господарювання. Для проведення дослідження були використані такі методи: методи системно-структурного та термінологічного аналізу – для впорядкування понятійного апарату розвитку підприємства та уточнення ключових категорій; методи наукового узагальнення – під час систематизації підходів до оцінювання розвитку підприємства.

Результати дослідження. Джерелом руху складних відкритих економічних систем, до яких відносяться підприємства, є виживання (збереження) та розвиток. Сучасна бізнес-реальність є такою, що, говорячи словами Х. Віссема, парадигма «спочатку збереження потім розвиток» поступово змінилася на «збереження через розвиток» [4]. У загальнонауковому дискурсі категорію розвиток розглядають у трьох аспектах: як закон, як принцип та як явище. Розвиток як закон характеризує перехід від одного буття до іншого, причому наступний стан буття буде іншим за попередній за кількісними або якісними характеристиками. Розвиток як явище є протилежним до буття, яке знаходиться в незмінному стані. Розвиток як принцип є іманентною рисою буття, його невід'ємною характеристикою, що також зумовлює можливість подальших змін [3, с. 20].

Як науковий напрямок теорія розвитку сформувалася на основі теорій систем, загальних законів діалектики, еволюційних теорій розвитку, теорій розвитку природних, біологічних, технічних, соціальних економічних систем. Узагальнення основних положень визначеного наукового дискурсу дозволяє говорити про те, що розвиток – це є особливого роду зв'язок між станами системи (об'єкту). Він характеризує наявність спадкоємності між якісними змінами на рівні системи, акумулятивний зв'язок послідуєчого з

попереднім, певну тенденцію в змінах (організованість) та появи у системи нових можливостей, що співвідноситься зі спрямованістю перетворень. Основними ознаками розвитку є його якісний характер, незворотність та спрямованість [2, с. 34]. При цьому жодна з цих ознак не є достатньою для визначення розвитку, однак в сукупному взаємозв'язку вони є такими, що обмежують даний тип змін від змін хаотичних, механічних, процесів кругообігу та функціонування. Тобто, критерій розвитку є комплексним. Поєднання системно-синергетичного підходу та специфіки діалектичної концепції дозволяють говорити про розвиток як якісні, незворотні, спрямовані зміни, що зумовлені протиріччями системи [1].

Наукове поняття економічного розвитку відображає найбільш загальні, абстрактні його характеристики. Сутність економічного розвитку з точки зору внутрішнього змісту може бути розкрита на основі його аналізу як всеосяжного та глибинного суспільно-господарського процесу цивілізаційних масштабів. Йдеться, перш за все, про передумови, чинники, джерела ресурсів економічного розвитку, визначення яких конкретизує господарську динаміку, підсилює, посилює прагматичну сторону економічного дискурсу.

Щодо категорії «розвиток міжнародного бізнесу», то упорядкування представлених у наукових публікаціях підходів до визначення понятійних меж (рис.1) та причин розвитку (рис.2) дозволяє подальшу логіку даної наукової роботи базувати на позиції, що *розвиток міжнародного бізнесу це процеси якісних змін у часі структури та функції підприємства, які зумовлюють його перехід на якісно новий рівень існування та інтеграції в систему міжнародних економічних відносин в умовах світової глобалізації за рахунок взаємодій елементів внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища.*

Систематизація методичних підходів до оцінювання розвитку підприємства, які описані у сучасних наукових економічних публікаціях дозволяють зробити наступні змістовні узагальнення.

В умовах висококонкурентного міжнародного бізнес-середовища, найбільш релевантним методом оцінки ефективності розвитку бізнесу є застосування VBM-моделей.

Вимірювання економічних результатів на основі вартісної моделі здійснюється з урахуванням інтересів усіх зацікавлених осіб бізнесу, тобто не тільки фінансових, а і нефінансових носіїв капіталу підприємства. Нові вектори управлінської бізнес-аналітики зумовлені розвитком економіки знань, в якій «...фірми мають бути ефективними не стільки в розміщенні капіталу, скільки у розпізнаванні нових можливостей бізнесу, реконфігурації компетенцій під нові можливості та створення нових компетенцій» [5, с. 36]. Це, в свою чергу, формує сферу стратегічного аналізу, в результаті якого

можна оцінити рівень (міру) здатності підприємства формувати потоки доданої вартості, а відтак, і вартості бізнесу.



Рис.1. Понятійні межі визначення «розвитку міжнародного бізнесу»



Рис.2. Наукові погляди на причини розвитку підприємства

Систематизація еволюції розвитку теорії стратегічного аналізу дозволяє акцентувати увагу на стейкхолдерському підході до його здійснення, як такому, що в найбільшому ступені розкриває потреби оцінювання розвитку з урахуванням його характеристик, які визначаються сучасними тенденціями та особливостями бізнес-середовища. Технологія здійснення стейкхолдерського аналізу в науковій літературі є невизначеною. А аналітична інструментальна база хоча і не є досконалою з точки зору практичного використання, але ж представлена досить широко у науковому економічному дискурсі, а її вибір має бути зумовлений метою, з якою здійснюється аналіз, особливостями формування наявної інформаційної бази, рівнем інформативності результату, який може бути отримано за умови використання певного інструменту.

Поєднання результатів стратегічного та фінансового аналізу є складним процесом, який характеризується високим рівнем інформаційної насиченості, значною кількістю взаємовпливових факторів, невизначеністю сценаріїв майбутнього розвитку. В такій ситуації продуктивним напрямком розв'язання проблем якісної обробки управлінської аналітики є застосування когнітивного аналізу, методологія якого була запропонована Р. Аксельродом [10, с. 245]. Когнітивний підхід до аналізу був сформований в рамках розвитку соціальної психології. Розробки в галузі соціальної психології дозволили досліджувати проблематику управління та прийняття відповідних рішень, що сприяло імплементації методології когнітивного моделювання в аналіз бізнес-ситуацій. Принципи когнітивного підходу базуються на тому, що складні проблеми та тенденції розвитку системи в процесах моделювання упорядковуються у вигляді орієнтованого графу, який потім може трансформуватися у функціональний [9]. Тобто, сутність когнітивного підходу полягає у тому, що на його основі здійснюється оцінювання ситуації/об'єкту, базуючись на упорядкованому та верифікованому знанні про складну систему. В сучасній науковій літературі виділяють декілька послідовних стадій когнітивного аналізу: виявлення факторів, що характеризують проблемну ситуацію, розвиток системи; виявлення взаємозв'язків (спрямованості взаємодій) між факторами; визначення характеру взаємовпливу між факторами; оцінювання інтенсивності взаємовпливу факторів. Таким чином, в умовах нестабільного та слабоструктурованого зовнішнього середовища когнітивний аналіз виступає як один з найбільш потужних інструментів дослідження, призначення якого полягає в тому, щоб складні проблеми та тенденції розвитку підприємства як системи відобразити у спрощеному вигляді, в моделі, дослідити сценарії розвитку подій та сформулювати напрямки їх можливого розв'язання [8].

Таким чином, авторська логіка оцінювання рівня розвитку підприємства може бути представлена як показано на рис. 3.

Процес оцінювання буде здійснюватися у трьох проекціях – вартісній, стратегічній та когнітивній, що дозволяє: врахувати цільовий аспект розвитку підприємства, який є базовим у визначенні економічних результатів; узгодити потреби, інтереси, мотиви усіх зацікавлених осіб бізнесу, рівень взаємовідносин з якими охоплює усі аспекти діяльності підприємства та відповідно впливає на економічні результати його розвитку; правильно встановити причинно-наслідкові зв'язки у формуванні економічних результатів розвитку підприємства з метою подальшого обґрунтування дієвої стратегії.

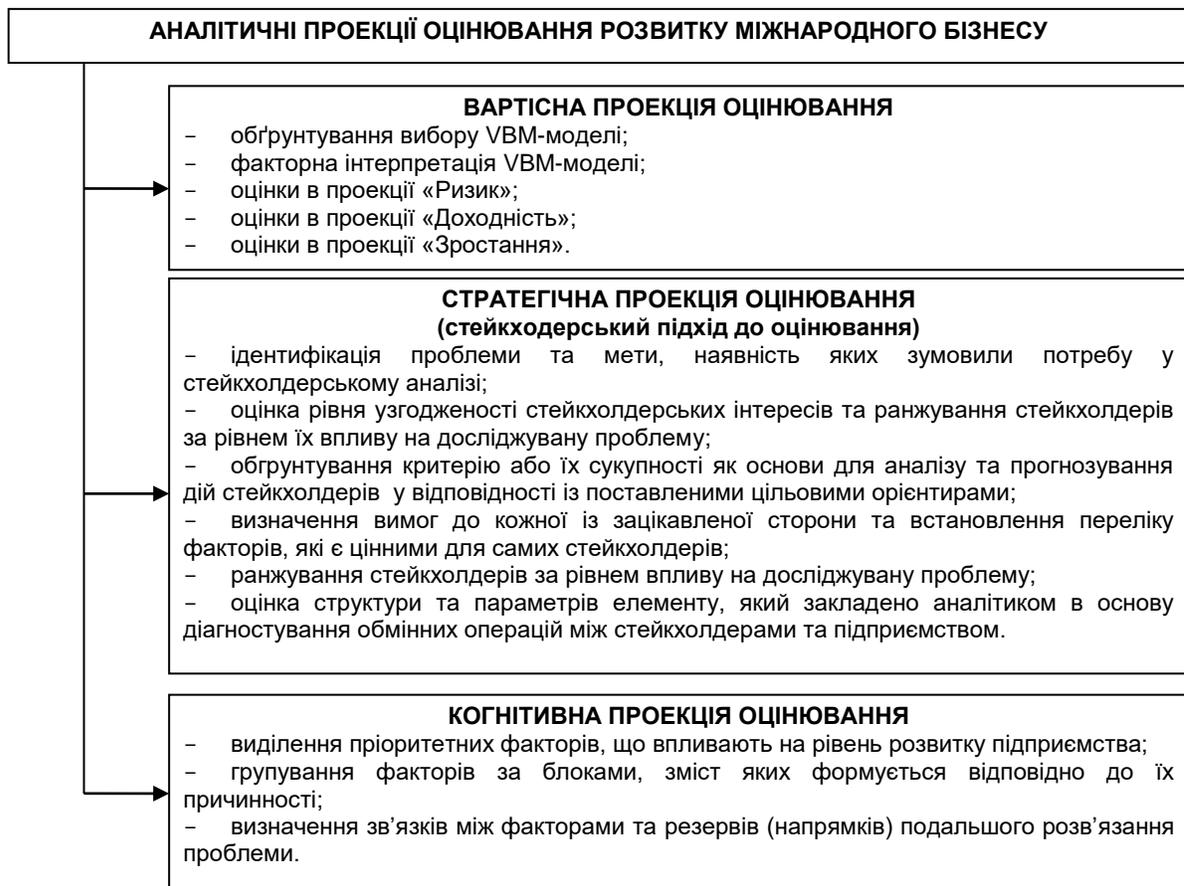


Рис. 3. Логіка економічного оцінювання розвитку міжнародного бізнесу

Висновки. Узагальнення результатів проведеного наукового дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Систематизація базових положень визначеного наукового дискурсу дозволяє визначити розвиток як особливого роду зв'язок між станами системи, який характеризує наявність спадкоємності між якісними

змінами на рівні системи, акумулятивний зв'язок послідуочого з попереднім, певну тенденцію в змінах та появи у системи нових можливостей, що співвідноситься зі спрямованістю перетворень. Упорядкування представлених у наукових публікаціях підходів до визначення понятійних меж та причин розвитку дозволяє дотримуватися позиції, що розвиток міжнародного бізнесу це процеси якісних змін у часі структури та функції підприємства, які зумовлюють його перехід на якісно новий рівень існування та інтеграції в систему міжнародних економічних відносин в умовах світової глобалізації за рахунок взаємодій елементів внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища.

2. Наразі нагальною є потреба в розробці методичного підходу до оцінювання рівня розвитку підприємства з урахуванням сучасного теоретичного доробку в області фінансового та стратегічного менеджменту та інтеграцією суб'єктів господарювання у систему світових економічних відносин.

3. Пропонована економічна логіка оцінювання рівня розвитку міжнародного бізнесу із використанням вартісного, стратегічного та когнітивного аналізу підприємства дозволяє характеризувати розвиток підприємства з точки зору різних аспектів його забезпечення, узгодити потреби, інтереси, мотиви усіх зацікавлених осіб бізнесу, рівень взаємовідносин з якими охоплює усі сторони діяльності підприємства та, відповідно, впливає на економічні результати якісних змін; правильно встановити причинно-наслідкові зв'язки у формуванні економічних результатів розвитку підприємства з метою подальшого обґрунтування дієвої стратегії функціонування в умовах інтеграції національних економік у глобальний виробничий процес.

Література:

1. Алексеев П.В. Философия: учебник: [электронный ресурс] / П.В.Алексеев, А.В. Панин // Режим доступа: http://society.polbu.ru/alekseev_philosophy/ch56_iii.html
2. Верба В. А. Управление развитием компании: теоретичні та прикладні проблеми сьогодення / В.А. Верба, О.М. Гребешкова // Экономика и управление. – 2009. – № 5. – С. 40 – 45
3. Дроздов И. Н. Управление развитием организации: Учебное пособие. – Владивосток: ПИППККГС, 2001. – 110 с.
4. Запасна Л.С. Економічна сутність розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Л. С. Запасна// Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Ивашковская И. В. Система интегрированного управления стоимостью компании: автореф. дисс. на соискание учен.степ. докт. экон.

наук: спец.: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность)»; спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / И.В. Ивашковская. – Москва, 2010. – 50 с.

6. Когденко В.Г. Фундаментальный анализ компании: особенности и ключевые индикаторы / В.Г. Когденко // Экономический анализ: теория и практика. Научно-практический и аналитический журнал. – М.: ООО «Винанспресс», 2014. – № 33 (384). – С. 2 – 16

7. Касьянова Н.В. Формування стратегії розвитку підприємства: методичні аспекти: монографія / Н.В. Касьянова. – Донецьк: ДонУЕП, 2009. – 182 с.

8. Шевчук Н.В. Фундаментально-вартісний аналіз як основа розвитку управлінської бізнес-аналітики / С.М. Клименко, Н.В. Шевчук // Стратегія економічного розвитку України. – 2015. - № 37. – с.165 – 174

9. Шевчук Н.В. Фундаментально-вартісний підхід в контексті обґрунтування стратегічних рішень на підприємстві / Н.В. Шевчук // Стратегія економічного розвитку України. Збірник наукових праць. – К.: КНЕУ, 2015. – № 36. – С. 147 – 155

10. Axelrod R. The Structure of Decision: Cognitive Maps of Political Elites / R. Axelrod – Princeton: Princeton University Press, 2015. – 422 p.

УДК 336.77

Гербич В.І., v_gerbych@ukr.net
Науковий керівник: Нетребчук Л.О.

ст. викладач

Київський національний торговельно-економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ

Анотація

У статті визначено необхідність та потреби в інформаційному забезпеченні аналізу кредитного портфеля банку. Детально досліджено зміст інформації з зовнішніх та внутрішніх джерел, що дозволяють оцінити обсяги, структуру та якість кредитного портфеля банків. Проаналізовано діючі форми фінансової звітності банків, в яких розкривається інформація про їх кредити, та визначено основні її недоліки для проведення порівняльного аналізу.

Annotation

The article defines the necessity and needs for information analysis of the loan portfolio of the bank. The content of information from external and internal sources is analyzed in detail, allowing to estimate the volumes, structure and quality of the loan portfolio of banks. The existing forms of financial reporting of banks, which reveal information about their loans, are analyzed, and the main weaknesses for comparative analysis are determined.

Ключові слова: кредит, кредитний портфель, інформація, інформаційне забезпечення, аналіз кредитного портфеля

Вступ. Кредитна діяльність є одним із основних видів діяльності банків, що забезпечує, як правило, левову частку його процентних доходів і безпосередньо впливає на прибутковість його діяльності. Зважаючи на це банк повинен приділяти важливу увагу аналізу свого кредитного портфеля, результати якого є основою прийняття управлінських рішень щодо подальшої кредитної діяльності. Відповідно до визначення НБУ, кредитний портфель – це сукупність усіх банківських позик, що структуровані за певними параметрами відповідно до завдань визначеної банком кредитної політики [1]. Однак, слід зазначити, що таке визначення є лише на сайті НБУ у розділі «Глосарій банківської термінології», у офіційних же постановках поняття «кредитний портфель» не вживається.

Аналізу кредитного портфеля банку приділяється значна увага в роботах, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема, М. Алексеєнка, О. Беляєвої, З. Васильченко, В. Голуба, О. Дзюблюка, А. Єрмошенко, Н. Жиркіної, О. Лаврушина, Ю. Масленченкова, Г. Міняйло, А.

Мороза, Г. Панової, І. Парасій-Вергуненко, Є. Позднякова, В. Попова, Л. Примостки, Є. Рясних, М. Савлука, В. Фурсової, М. Чуба, І. Школьник, Н. Шульги та багатьох інших. Проте більшість авторів, як правило, висвітлюють методичні підходи до аналізу кредитного портфеля та управління ним і при цьому недостатньо приділяють уваги інформаційному забезпеченню такого аналізу.

Актуальність дослідження інформаційного забезпечення аналізу кредитного портфеля банку обумовлюється як недостатністю висвітлення цього питання в науковій літературі, так і тим, що Національний банк України постійно удосконалює вимоги до складу та структури фінансової та статистичної звітності банків, інформації, яка повинна оприлюднюватись банками тощо. Це призводить до того, що інформаційне забезпечення аналізу кредитного портфеля банку перебуває в процесі постійної трансформації.

Постановка задачі. Метою даної статті є розгляд існуючого інформаційного забезпечення аналізу кредитного портфеля банку, виявлення його переваг та недоліків.

Методологія. Для вирішення поставленої мети в роботі використано метод аналізу та синтезу, який дозволив проаналізувати діючі вимоги НБУ до фінансової та статистичної звітності, до інформації, яка повинна оприлюднюватись банками. А також метод порівняльного аналізу, за допомогою якого було проаналізовано реальні фінансові звіти банків, зокрема ПАТ «Креді Агріколь Банк», та АТ «Ощадбанк». Це дало можливість дослідити існуюче інформаційне забезпечення аналізу кредитного портфеля банку та виявити його недоліки.

Результати дослідження. Аналіз кредитного портфеля банку потребує великої кількості інформаційних ресурсів. В більшості випадків інформаційні ресурси ґрунтуються на даних звітності окремих банків. В цьому контексті слід зазначити, що банківська система України на сьогодні перебуває у дещо трансформаційних процесах, оскільки змінюються підходи до подання звітності окремими банками, підвищуються вимоги щодо прозорості діяльності банківських установ (збільшується кількість даних, які потребують оприлюднення, в т.ч. і відносно кредитів), змінюються підходи до нагляду за діяльністю банків з боку НБУ на основі Концепції SREP («Supervisory review and evaluation process»). Крім того, дані про кредити, надані суб'єктам господарювання, кредити, надані фізичним особам, кошти, розміщені в інших банках є основними показниками для визначення бізнес-моделі банку, за якою здійснюється нагляд.

В загальному інформаційні ресурси можна поділити на джерела зовнішньої та внутрішньої інформації.

До зовнішньої інформації банку, яка використовується для аналізу кредитного портфеля, належать:

- ✓ інформація ринку кредитних ресурсів (облікова ставка НБУ, індикативні ставки НБУ за кредитами, Український індекс міжбанківських ставок, вартість кредитів за даними статистичної звітності банків);
- ✓ інформація позичальників;
- ✓ інформація Бюро кредитних історій та Кредитного реєстру Національного банку України;
- ✓ показники кредитної привабливості регіону розташування бізнесу клієнтів та галузі бізнесу клієнтів (сектору економіки);
- ✓ рейтинги країн, позичальників;
- ✓ інформація банків– конкурентів;
- ✓ статистична інформація НБУ тощо.

Важливим зовнішнім джерелом інформації для аналізу кредитних портфелів банків є офіційний сайт (офіційне інтернет-представництво) НБУ. Його інформація, перш за все, дозволяє провести узагальнений аналіз кредитних портфелів банків України як відносно масштабів кредитної діяльності банків, так і щодо структури кредитів, а найголовніше – щодо якості кредитної заборгованості (оскільки містить інформацію щодо обсягів NPL, їх співвідношення з резервами та капіталом).

За допомогою інформації, що наводить НБУ на своєму сайті, можна проаналізувати:

- основні показники діяльності банків України, в т.ч. щодо кредитів клієнтам, банкам;
- кредити, надані депозитними корпораціями (крім НБУ), в т.ч. згруповані балансові залишки за кредитами;
- кредити, надані суб'єктам господарювання за видами економічної діяльності, що класифікуються за секціями;
- кредити у розрізі регіонів та кредити за організаційно-правовими формами господарювання;
- значення економічних нормативів в цілому по системі, в т.ч. нормативи кредитного ризику;
- обсяги активних операцій та частку непрацюючих активів в цілому по системі;
- розподіл кредитів, наданих фізичним та юридичним особам, за класами боржника;

- проценті ставки за міжбанківськими кредитами в національній та іноземній валюті;
- вартість кредитів за даними статистичної звітності банків України;
- процентні ставки за новими кредитами та новими депозитами у розрізі регіонів.

Важливим недавнім нововведенням, яке дозволило розширити зовнішні джерела інформації для аналізу кредитних портфелів банків України, є Постанова Правління НБУ від 15.02.2018 № 11 «Про встановлення переліку інформації, що підлягає обов'язковому опублікуванню банками України» [2]. Згідно з цією постановою обов'язковому опублікуванню, зокрема, підлягає інформація про показники діяльності банків, що включає дані про кредитну діяльність банків:

- 1) оборотно-сальдовий баланс;
- 2) розподіл кредитів, наданих фізичним та юридичним особам, за класами боржника відповідно до Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями, затв. постановою Правління Національного банку України від 30.06.2016 №351 (зі змінами) [3];
- 3) кредити, надані суб'єктам господарювання за видами економічної діяльності, що класифікуються за секціями [2].

Виходячи з цього, НБУ на своєму сайті регулярно розміщує ці показники у розрізі банків України, а також кожний банк зобов'язаний публікувати таку інформацію на своєму офіційному сайті.

Зокрема, інформація в таблиці «Оборотно-сальдовий баланс банку» формується за кожним окремим банком на підставі даних, що подаються банками до Національного банку України:

- у формі № 10 «Оборотно-сальдовий баланс банку» (файл 02) відповідно до Правил № 129 і (далі - Форма №10);
- у файлі А4 відповідно до Інструкції № 3732 [2].

В оборотно-сальдовому балансі відображається зведена інформація по банку (за філіями в межах та за межами України) за оборотами та вихідними залишками за балансовими рахунками, рахунками доходів і витрат та позабалансовими рахунками за звітний період, у тому числі з розрізом за ознакою належності до національної/ іноземної валюти [2].

На підставі даних оборотно-сальдового балансу банків, що публікується на сайті НБУ, зовнішні користувачі мають можливість проаналізувати наступні дані щодо кредитного портфеля банків:

- вхідні й вихідні залишки та обороти за всіма рахунками наданих кредитів;
- вхідні й вихідні залишки та обороти за рахунками доходів за наданими кредитами банків.

Внутрішня інформація банку, необхідна для аналізу кредитного портфеля включає: кредитну політику банку, стратегії банку, фінансову, статистичну та управлінську звітність, планову інформацію, ліміти щодо окремих видів кредитів, процентні ставки і тарифи за кредитними операціями, внутрішні ліміти ризиків, дані щодо класифікації активів за групами ризику та інші.

Внутрішнє інформаційне забезпечення аналізу кредитного портфеля банку являє собою джерела аналітичної інформації, необхідної для дослідження стану, динаміки, структури кредитного портфеля та прийняття управлінських рішень. До таких джерел інформації, в першу чергу, належать форми фінансової, статистичної та управлінської звітності банку, які відображають всі сфери діяльності банку, в тому числі за кредитним портфелем.

Інформаційною базою складання всіх форм звітності за кредитним портфелем є дані синтетичних та аналітичних рахунків фінансового обліку. Це інформація за рахунками розділів 20 «Кредити, що надані суб'єктам господарювання, які обліковуються за амортизованою собівартістю», 21 «Кредити, що надані органам державної влади та органам місцевого самоврядування, які обліковуються за амортизованою собівартістю», 22 «Кредити, що надані фізичним особам, які обліковуються за амортизованою собівартістю», 23 «Кредити, що надані суб'єктам господарювання, органам державної влади та органам місцевого самоврядування, які обліковуються за справедливою вартістю», 24 «Кредити, що надані фізичним особам, які обліковуються за справедливою вартістю», а також рахунків 6025 «Процентні доходи за кредитами в поточну діяльність, що надані суб'єктам господарювання», 6052 «Процентні доходи за кредитами в поточну діяльність, що надані фізичним особам», 7702 «Відрахування в резерви під заборгованість за наданими кредитами клієнтам».

До 2011 року банки в обов'язковому порядку складали річну фінансову звітність згідно Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затвердженої постановою Правління Національного банку України 24.10.2011 № 373 [4], та, за бажанням, – згідно вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі - МСФЗ), а починаючи з 2012 року, на виконання статті 12-1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [5], банки зобов'язані складати фінансову звітність відповідно до МСФЗ.

Виходячи з цього на сьогодні банки у річній фінансовій звітності розкривають наступну інформацію, яку можна використовувати для аналізу кредитного портфеля. У «Звіті про фінансовий стан» банки наводять дані про залишки кредитів та заборгованості банків та клієнтів за мінусом резервів. У примітках до річної фінансової звітності ці дані деталізуються за різними ознаками.

На сьогоднішній день НБУ не висуває чітких вимог щодо складу приміток до річної фінансової звітності банків, тому склад приміток та рівень деталізації інформації про кредитний портфель в кожному окремому банку відрізняється. У табл. 1 проведено порівняльний аналіз приміток до річної фінансової звітності за 2017 рік відносно кредитів у ПАТ «Креді Агріколь Банк» (що відноситься до іноземної банківської групи) та АТ «Ощадбанк» (що є державним банком).

Як слідує з табл. 1, на сьогодні перелік та структура приміток до річної фінансової звітності банків суттєво відрізняється, що ускладнює аналіз та співставлення інформації за кредитним портфелем в різних банках.

Ще одним важливим джерелом інформації для аналізу кредитного портфеля банку є проміжна фінансова звітність. Інформація про кредити банку наводиться у Проміжному скороченому звіті про фінансовий стан (Балансі) та Пояснювальних примітках до проміжної скороченої фінансової звітності. При цьому перелік приміток до проміжної скороченої фінансової звітності дуже близький з примітками до річного фінансового звіту, а, отже, також відрізняється в залежності від банку. Це дає можливість співставити відповідні річні та квартальні дані за кредитами в межах одного банку, але ускладнює порівняння аналогічних даних між банками.

Важливою для аналізу кредитного портфеля банку є статистична звітність, складання якої з 01.01.2019 р. регулюється Правилами організації статистичної звітності, що подається до Національного банку України, затв. Постановою Правління Національного банку України від 13.11.2018 № 120 [8]. При цьому, слід зазначити, що до 01.01.2019 р. НБУ наводив деталізований перелік форм статистичної звітності з переліком показників, які повинні розкриватися в кожній формі, нові правила визначають тільки перелік показників, які повинні розкриватись у статистичній звітності.

Стосовно управлінської звітності, то її перелік та наповнення розробляються кожним банком самостійно і публічному висвітленню не підлягають, тому проаналізувати їх сторонньому досліднику неможливо.

Порівняльний аналіз інформації, що розкривається у примітках до річної фінансової звітності відносно кредитів у ПАТ «Креді Агріколь Банк» та ПАТ «Ощадбанк»

ПАТ «Креді Агріколь Банк»		АТ «Ощадбанк»	
Назва примітки	Види інформації	Назва примітки	Види інформації
Примітка 7 «Кредити та заборгованість банків»	1. Кредити та заборгованість банків 2. Аналіз кредитної якості кредитів та заборгованості банків	Примітка 5. Чистий процентний дохід до формування резерву на покриття збитків від знецінення активів, за якими нараховуються проценти	Проценти за кредитами, наданими клієнтам
Примітка 8 «Кредити та заборгованість клієнтів»	1. Кредити та заборгованість клієнтів 2. Аналіз зміни резервів під заборгованість за кредитами 3. Структура кредитів за видами економічної діяльності 4. Інформація про кредити в розрізі видів забезпечення 5. Аналіз кредитної якості кредитів 6. Вплив вартості застави на якість кредиту	Примітка 6. Резерви на покриття збитків від знецінення активів, за якими нараховуються проценти, інші резерви	Дані про резерви, що створені під кредити, надані банкам, юридичним особам, фізичним особам
		Примітка 14 «Кошти в банках»	Кредити, надані банкам
		Примітка 16. Кредити, надані клієнтам	Кредити за: <ul style="list-style-type: none"> • видами клієнтів; • видами забезпечення; • секторами економіки; • цільовим призначенням.
Примітка 19. «Процентні доходи та витрати»	Процентні доходи за кредитами та заборгованістю клієнтів	Примітка 30. Операції з пов'язаними сторонами	Кредити, надані провідному управлінському персоналу банку та іншим пов'язаним сторонам, до вирахування резерву на покриття збитків від знецінення та резерв на покриття збитків від їх знецінення

Продовження табл.1

Примітка 20 «Комісійні доходи та витрати»	Комісійні доходи від кредитного обслуговування клієнтів	Примітка 31.Справедлива вартість	Інформація про способи визначення справедливої вартості коштів в банках, кредитів, наданих фізичним та юридичним особам та їх справедливую вартість
Примітка 31 «Подання фінансових інструментів за категоріями»	Фінансові активи за категоріями оцінки	Примітка 35. Політика управління ризиками	Якість кредитів, наданих клієнтам, коштів в банках. Вартість забезпечення, що приймається банком. Класифікація за кредитними рейтингами міжнародних рейтингових агентств непрострочених та не знецінених фінансових активів банку. Дані для аналізу розривів ліквідності, процентного ризику, валютного ризику, географічної концентрації за кредитними операціями банку
Примітка 32 «Операції з пов'язаними сторонами»	Залишки за операціями з пов'язаними сторонами		

*Складено автором за [6;7]

Висновки. Інформаційне забезпечення, необхідне для аналізу кредитного портфеля банків, включає як зовнішні, так і внутрішні джерела інформації. Серед зовнішніх джерел інформації провідне місце займає офіційний сайт НБУ, який оприлюднює значний обсяг інформації про кредитну діяльність банків. Значною перевагою цього джерела інформації є те, що НБУ постійно розширює перелік інформації про кредитні портфелі банків та поглиблює її зміст. Це, з одного боку, підвищує рівень прозорості діяльності як окремих банків, так і банківської системи в цілому, а з другого – збільшує інформаційне забезпечення аналізу кредитного портфеля банку.

Серед внутрішніх джерел інформації про кредитний портфель банків, яка може використовуватись і зовнішніми користувачами, провідне місце займає фінансова звітність. Як показали результати дослідження, форми

річної та проміжної скороченої фінансової звітності банків містять широке коло показників про кредитний портфель. Проте основним недоліком фінансової звітності банків України є те, що через відсутність стандартизованих вимог до переліку та змістовного наповнення її приміток, на сьогоднішній день важко, а іноді й неможливо, співставити деталізовану інформацію про кредитний портфель між різними банками. Все це потребує знаходження способів певної уніфікації представленої інформації банками хоча б за ключовими характеристиками.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123409
2. Про встановлення переліку інформації, що підлягає обов'язковому опублікуванню банками України: Постанова Правління НБУ від 15.02.2018 №11 // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://bank.gov.ua/document/download?docId=64531765>.
3. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: Постанова Правління НБУ від 30.06.2016 №351 (зі змінами) // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16>
4. Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України: Інструкція, затв. Постановою Правління НБУ 24.10.2011 №373. // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11>.
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 №996–XIV. // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
6. Проміжна фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2017 року ПАТ «Креді Агріколь Банк» // Офіційний сайт ПАТ «Креді Агріколь Банк». URL: <https://credit-agricole.ua/storage/files/cab-financial-statements-9m-2018-ukr.pdf>
7. Окрема фінансова звітність та звіт незалежного аудитора за рік, що закінчився 31 грудня 2017 року АТ «Ощадбанк» // Офіційний сайт АТ «Ощадбанк». URL: https://www.oschadbank.ua/upload/iblock/e9f/SSBU_17fsu_Separate_UKR_26.04_protected.pdf
8. Правила організації статистичної звітності, що подається до Національного банку України, затв. Постановою Правління НБУ від 13.11.2018 №120 // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0120500-18>

УДК 658.8:622.3

Єрмакова О. О., sbgtwork@gmail.com

Науковий керівник: Юдіна Н. В.,

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ БРЕНДУ НА РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ

Анотація

У даній статті визначено, що в умовах переходу ринку природного газу до нецінової конкуренції ефективним маркетинговим інструментом для нафтогазових підприємств стає побудова бренду. На основі виокремлення характерних особливостей брендів (наявність марки, високого впізнання серед представників цільової аудиторії, чіткого позиціонування, нематеріальності, позитивної і довгої історії роботи на ринку, комплексу міцних та унікальних асоціацій, економічної ефективності у довготривалому періоді) та їх адаптації до ринку природного газу у статті було надано перелік практичних рекомендацій, щодо побудови бренду нафтогазовими підприємствами. Зокрема, було виокремлено важливість для нафтогазових підприємств провадження інноваційної діяльності та проведення event-заходів на виставках.

Annotation

In the context of the oil gas market transition to the non-price competition, brand equity developing turns into an effective marketing tool for oil and gas companies. On the basis of highlighting of brand features (the trade mark existence, the high level of recalling among the target audience, the clearly defined positioning strategy, immateriality, the positive long-term market history, the complex of strong and unique associations, the long-term economy efficiency) and their adaptation to the oil gas market the practical brand equity developing recommendations were proposed to the oil and gas companies. In particularly, the innovative activity developing and the participation with different events in the exhibitions were highlighted in the article.

Ключові слова: бренд-менеджмент, бренд, нафтогазовий ринок, газ

Вступ. Споживання газу в Україні у 2018 році склало 28,5 млрд м³, що лише на 0,4 % більше, ніж у 2017 року [1]. З цього обсягу в Україні було видобуто 15,5 млрд м³ (при цьому зростання вітчизняного видобутку склало лише 0,3%), і з 2019 року Україна планує зберегти новий тренд зменшення імпорту природного газу з країн Європи [2].

Зокрема, вже у січні 2019 цей показник було знижено у 2,4 рази порівняно із попереднім місяцем. У 2018 році скорочення складало 24,6 %, порівняно із 2017 роком. Найбільшими європейськими постачальниками природного газу в Україну протягом 2017-2018 рр вважалися Словачія, Венгрія та Польща.

В умовах жорсткої конкуренції у газовому ринку компанії-виробники змушені оптимізувати процеси виробництва, знижувати собівартість, покращувати якісні характеристики, відшуковувати інноваційні рішення для існуючих потреб споживачів.

Через економічні кризи, що надалі ставатимуть все частіше [3], попит споживачів стає нестабільним. Це примушує підприємства розширювати свій асортимент, способи просування, збуту, т.ін. [4]. В умовах високої зрілості товарних ринків, на яких панує споживач, частих криз, через загострення конкуренції на глобальних промислових ринках все більше зусиль підприємства-виробники мають також перерозподіляти у бік побудови і просування власних брендів з метою завоювання промислових споживачів не тільки на ціновому, але й також і на емоційному рівнях, формування кола постійних і лояльних клієнтів. Чітко спланована стратегія бренд-менеджменту відкриває можливість підприємствам ставати незалежними від економічних криз завдяки тому, що споживачі є прихильними не до товарних категорій, а до конкретних брендів [5]. Наприклад, автомобільна корпорація Tesla під час економічної кризи розширила свій асортимент товарів також за допомогою побутових електротоварів. Випуск цих товарів під відомим брендом Tesla відкрило цим новим товарам можливість швидко вийти на ринок. Компанія Amazon, відома у світі як інтернет-магазин, розширила свою збутову мережу також традиційними магазинами, які також дуже швидко здобули популярність завдяки відомому бренду.

Таким чином, бренд стає одним з важливих інструментів бізнесу компаній також і нафтогазового комплексу, підвищення їх конкурентоспроможності та збільшення частки не тільки на вітчизняному, але й на глобальному ринках. Це відкриє можливість таким підприємствам у майбутньому розширювати асортимент своїх товарів і послуг у залежності від потреб їх споживачів і коливань у глобальному маркетинговому середовищі. У зв'язку з цим дослідження і наукове обґрунтування маркетингових проектів з просування брендів промислових компаній нафтогазового ринку на промислових ринках має велике практичне значення.

Постановка задачі. Багато аспектів побудови та створення брендів і їх просування в концепції маркетингу глибоко розглянуті в працях провідних зарубіжних і українських дослідників маркетингу: Д. Шульца, Б. Барнса, Ж.Ж. Ламбена, Л.В. Балабанової, К.В. Савельєвої, О.М. Голубкової, Є.В. Ромата, С.О. Солнцева, Л.М. Шульгіної, О.В. Зозульова, Н.Л. Писаренко, А.О. Длигача, І.В. Перезової, А.П. Єгоршина, Т.І.

Лук'янець, Дж. О'Шонессі, Т.О. Примає, А.М. Сумець та інших. У наукових працях брендінг розглядається як важливий напрямок управлінської діяльності. При цьому питання особливостей комунікаційної політики брендів природного газу у науковій літературі освітлений недостатньо. Саме цим обумовлена необхідність дослідження особливостей бренд-менеджменту на ринку природного газу.

Методологія. Методологічною базою є теорія бренд-менеджменту, маркетингу; загальнонаукові методи, зокрема, системного аналізу і аналогій.

Результати дослідження. Світ є високо залежним від природного газу, як третього за величиною споживання з основних джерел енергії. Його використання, за прогнозами експертів, буде збільшуватися як на споживчих, так і промислових світових ринках, але найбільше зростання (у 2,4 рази до 2013р) очікується у промисловому виробництві електроенергії, адже більше чверті енергії у світі виготовляється саме з природного газу. Природний газ використовується як паливо для електростанцій, побутове паливо, як сировина для промисловості тощо. Газ придатний до транспортування як через газотранспортну систему, так й у скрапленому стані в спеціальних цистернах.

Найбільшими світовими власниками запасів природного газу є Іран (34 трлн м³ запасів), Росія (32,6 трлн м³), Катар (24,5 трлн м³), Туркменістан (17,5 трлн м³), США (9,8 трлн м³ запасів), Саудівська Аравія (8,2 трлн м³ запасів), Об'єднані Арабські Емірати (6,1 трлн м³), Венесуела (5,6 трлн м³ запасів), Нігерія (5,1 трлн м³ запасів), Алжир (4,5 трлн м³ запасів), Китай (850 млрд м³), Норвегія (765 млрд м³ запасів), Канада (151 млрд м³). При цьому рейтинг видобувачів природного газу відрізняється від попереднього рейтингу власників, і його очолює США. Так, незважаючи на те, що природний газ відноситься до вичерпних ресурсів, з одного боку, вважається, що досі відкрито та освоєно не всі родовища, а з іншого, - відбувається бурхливий розвиток інноваційних технологій.

Наразі вчені зі Сполучених Штатів Америки працюють над газом, що матиме значно менший шкідливий вплив на планету [6]. Пілотна електростанція, розташована неподалік від Г'юстона, у центрі американської нафтопереробної промисловості, випробовує технологію, здатну втілити ідею природного газу в реальність. Компанія «Net Power», що працює з проектом потужністю 50 мегават, вважає, що вона може виробляти електроенергію так само дешево, як і стандартні установки для виробництва природного газу, але при цьому збирати весь викид вуглецю, що відбувається у процесі виробництва.

В Україні проблемами посилення енергетичної незалежності України шляхом нарощування мінерало-сировинної бази природного газу та створенням інноваційних технологій так само активно цікавляться як

вчені, так і практики [7-9]. Їх розробки є стратегічно важливими для українських брендів нафтогазового ринку, оскільки це формує ціннісні характеристики газу, що можуть бути покладені в основу конкурентоспроможності вітчизняних виробництв. Так, до вітчизняних компаній слід віднести два державних підприємства «Укрнафта» та «Укргазвидобування», а також велику кількість приватних компаній. При цьому в українському газовому ринку зацікавлені закордонні компанії. В умовах загострених факторів маркетингового середовища, ціна перестає бути головним визначальним фактором при прийнятті управлінських рішень щодо купівлі газу. При такій загостреній конкуренції в Україні саме бренд визначатиме позицію промислової компанії на нафтогазовому ринку.

У розумінні бренду закладений перехід від сприйняття товарної сутності природного газу з його традиційними властивостями до психологічної складової сутності конкретної марки. Бренди формують свою унікальну цінність для певних груп споживачів у їх свідомості та відрізняються не тільки візуальними атрибутами, цінами і назвами компаній, але, перш за все, системою ціннісних установок, які покликані стати своєрідними сигналами споживачам для прийняття управлінських рішень щодо співпраці з конкретними компаніями нафтогазового ринку. Саме тому надалі виокремимо основні характерні особливості поняття «бренд» на нафтогазовому ринку.

По-перше, характерною і обов'язковою рисою бренду є наявність марки. Наприклад, Американська асоціація маркетингу узагалі поняття бренд ототожнює із поняттям «торгова марка», під якою розуміються «зареєстровані в установленому порядку образотворчі, словесні, об'ємні, звукові позначення та/або їх комбінації, що використовують їх власники для ідентифікації своїх товарів» [10]. Однак, як було сказано раніше, марка – це лише обов'язкова, але недостатня складова бренду. Далеко не кожна марка нафтогазової компанії є брендом, але кожен бренд є маркою. У сучасному світі під брендом розуміється більш широке і багатозначне поняття, яке передбачає наявність у нього ще шести характерних складових, що розглядатимуться нижче [11].

По-друге, для побудови бренду на нафтогазовому ринку важливо, щоб марка нафтогазової компанії забезпечувала високе впізнання своїх атрибутів серед як мінімум 70% цільової аудиторії споживачів цього ринку. Завдання високої обізнаності (впізнання та пригадування) полягає в послідовній побудові позиціонування бренду конкретного постачальника природного газу в свідомості споживачів, його індивідуальності та особливостей співпраці. Налагодженню ефективної комунікації бренду і споживача, в результаті формування впізнання бренду сприятимуть атрибути бренду. Властивості продукту, що включають, наприклад:

- якість і довіру до застосованої газотранспортної системи чи цистернам,
- складовим якості власне самого газу,
- також сумлінне документальне оформлення процесу постачання у відповідності з діючим законодавством,
- надійність постачальника,
- репутація постачальника і досвід роботи на ринку,
- інші об'єктивні характеристики продукту,
- інноваційність пропонованих чи використаних технологій (наприклад, технологіям скраплення),
- ціну газу
- т. ін.

є значимими атрибутами при виборі постачальника природного газу. Газ, як багатошаровий товар і складова свого бренду, об'єднує не тільки функціональні властивості самого газу, але і характеристики, здатні створювати емоційне сприйняття продукту споживачем.

Наприклад, побудова високого впізнання бренду на ринку може ґрунтуватися на проривній альтернативній технології використання газу. Так, компанія Net Power - це співпраця між компанією з розвитку технологій 8 Rivers Capital, Exelon Generation та енергетичною будівельною компанією CB & I [6]. Компанія перебуває в процесі введення в експлуатацію заводу у США та почала своє початкове тестування. Вона має намір випустити результати оцінок перших робіт у найближчій час. На електростанції потужністю 50 МВт викидається двоокис вуглецю, який виділяється при спалюванні природного газу під високим тиском та температурою, з використанням отриманого надкритичного CO₂ як "робочої рідини", яка скеровується у спеціально побудовану турбіну та розкручує її, отримуючи електроенергію. Значна частина вуглекислого газу при переробці може постійно захоплюватися; інша частина може бути захоплена в меншій мірі.

Ключова частина зниження витрат залежить від продажу цього вуглекислого газу. Сьогодні основне його використання полягає в тому, щоб допомогти видобувати нафту з нафтових свердловин. Це обмежений ринок. Однак Net Power сподівається на збільшення попиту на вуглекислий газ у виробництві цементу та у виготовленні пластмас, а також інших матеріалів на основі вуглецю. Технологія Net Power не дозволить вирішити всі проблеми з природним газом, особливо зі сторони видобутку. З усіх технологій чистої енергетики, що розвиваються, Net Power є однією з найвдаліших. Це може обіцяти планеті більше, ніж незначний прогрес у скороченні викидів вуглецю. Проект в перспективі дозволить отримувати «чисту» електроенергію за розумною ціною і, що не менш важливо, там, де це потрібно. Подібні електростанції можна зводити у будь-якій точці світу (а за необхідності і розбирати) без серйозних витрат. Тому попит на подібну альтернативну

технологію видобутку електроенергії також може бути і в Україні, у тому числі і серед нафтогазових компаній, які таким чином можуть суттєво розширити асортимент своїх послуг. Таким чином, для виходу компанії Net Power на український ринок і побудови бренду слід чітко сформулювати атрибути свого бренду, що мають бути покладені в основу асоціацій із брендом Net Power.

По-третє, бренд нафтогазової компанії повинен чітко відрізнитися від усіх інших компаній на ринку. І, враховуючи, що конкуренція на цьому ринку переросла стадію цінової боротьби, все актуальні стає нецінова диференціація і позиціонування нафтогазових компаній у свідомості споживачів.

Таким чином, по-четверте, бренд повинен викликати сильні і унікальні асоціації у свідомості споживачів, що пов'язані з його цінністю для споживачів. Це досягається за допомогою атрибутів бренду. Наприклад, однією із можливих асоціацій, що може бути використана українськими брендами виробників природного газу, це вітчизняне виробництво і гнучка адаптовність українських компаній до менталітету і стилю роботи вітчизняних компаній-споживачів. Цінність бренду являє собою основний мотив, що впливає на систему особистих цінностей компанії-споживача, і вимірюється рівнем довіри споживача до бренду. Цінності бренду представляють собою значимий атрибут і створюють додану вартість, що у свою чергу буде виводити нафтогазовий ринок з виключно цінової конкуренції. Індивідуальність характеризує ступінь відособленості бренду від конкурентів; чим яскравіше виражена індивідуальність бренду через його цінності, тим більше він представляється бажаним для споживача.

Наприклад, бренди компаній 8 Rivers Capital; Exelon Generation та CB&I, що планують пропонувати на українському ринку безвуглецевий природний газ, будуть асоціюватися із унікальними проривними технологіями [6]. Поява цієї технології планується від трьох до п'яти років. Якщо це відбудеться, це означатиме, що у світі з'явиться спосіб видобутку енергії з органічного палива за розумною ціною. Такі заводи можуть піддаватися підвищенню і зниженню попиту, уникаючи високих капітальних витрат на ядерну енергію та обходячи нестабільну пропозицію, яку загалом забезпечують відновлювані джерела енергії. Інноваційність цієї технології може також розглядатися як цінність для потенційних споживачів, особливо, якщо такі технології дозволятимуть споживачам економити чи ефективніше виконувати законодавчі норми. Такий продукт буде сприйматися як більш якісний, порівняно з існуючими аналогами. Так, електростанція ефективно та дешево обмежуватиме викид вуглецю до нуля, спалюючи природний газ, уникаючи викидів парникових газів. 32% електроенергії в США виробляється природним газом, що становить близько 30% викидів вуглецю у енергетичному секторі.

По-п'яте, дуже важливою характеристикою бренду на нафтогазовому ринку є наявність тривалої історії його роботи на ринку. Це гарантуватиме споживачам упевненість у майбутній співпраці.

По-шосте, бренд включає в себе об'єктивний продукт, з іншого боку, бренд створює навколо нього певне емоційне поле, яке є нематеріальною складовою бренда. І саме емоційне поле бренду із часом починає ставати більш цінним для споживача, ніж об'єктивні характеристики товару (природного газу) [7]. Тому бренд апелює до персоналізованих цінностей індивідів, що входять у закупівельний центр, постійно розвиваючись і збільшуючи свою емоційну цінність у свідомості споживачів. Тому стратегія бренд-менеджменту має включати різні види інтегрованих маркетингових комунікацій для розвитку і управління брендом (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, event-маркетинг, прямий продаж, т. ін.). Бренд не може не виправдовувати очікування споживача, даючи завідомо неправдиві обіцянки, викликаючи емоційну реакцію на об'єктивні якості товару.

Одним із найбільш ефективних комунікаційних інструментів, що використовуються в просуванні брендів на промисловому ринку, стає event-маркетинг. Event-маркетинг відкриває можливість емоційно демонструвати повний комплекс цінностей бренду його споживачам та іншим зацікавленим цільовим аудиторіям. Його основна перевага полягає в тому, що він має ненав'язливих характер, здатний надати користь, інтерес, навіть розваги, що позитивно сприйматимуться. Завдяки event-маркетингу бренд здатний закріпитися на емоційному рівні сприйняття споживача, сформувати сприятливе ставлення до продукту і створити додаткову цінність.

Наприклад, для вітчизняних брендів нафтогазового ринку виставки можна розглядати у якості найкращих майданчиків для проведення різноманітних event-заходів завдяки скупченню на них максимальної кількості представників їх цільової аудиторії. У середньому, за оцінкою багатьох експертів, витрати на виставкову діяльність великих підприємств в Україні приблизно оцінюється у 30-35% від усього бюджету на маркетингові комунікації, що підтверджує їх ефективність. Зокрема, серед виставок, які можуть зацікавити бренди нафтогазового ринку можна назвати такі щорічні виставки, що проходять в Україні, як «Нафтогазекспо», «Нафта і Газ», «Нафта. Газ. Сервіс», ін. Зокрема, можна зазначити наступні цілі участі брендів у виставкових заходах, у тому числі й дистанційно:

- демонстрація продукції, послуг, інноваційних технологій зацікавленим особам (потенційним клієнтам, ЗМІ, інвесторам);

- зменшення впливу розміру підприємства на прийняття рішення про співпрацю з ним споживачами, оскільки завдяки тому, що різні за розміром підприємства представлені у єдиному виставковому просторі

на однакових засадах, всі вони мають рівноцінний старт для створення вражень;

- налагодження системи комунікацій з потенційними споживачами та іншими зацікавленими особами;

- проведення маркетингових досліджень актуальної ситуації на ринку, дослідження конкурентів, інноваційних технологій, т.ін.;

- прискорення формування стосунків між брендами та споживачами за рахунок персонального контакту із власниками брендів нафтогазового комплексу;

- економія часу і допомога при порівнянні комерційних умов і пропозицій різних компаній нафтогазового ринку, а також інших складових їх брендів.

Проте, поряд із основними елементами та етапами комунікаційного процесу бренду із споживачами також слід враховувати перешкоди, які існують на шляху правильного сприйняття інформації. До них відносять: недосконалість використовуваного кодування, індивідуальне сприйняття та можливість різної інтерпретації одних і тих самих даних, інформаційне перевантаження існуючої системи комунікацій, труднощі в отриманні зворотного зв'язку тощо. Через вплив всіх цих чинників первинний зміст повідомлення втрачається, що може негативно позначитися на діяльності підприємства. Для того, щоб зменшити вплив чи уникнути перешкод у комунікаційному процесі під час проведення виставкових event-заходів слід демонструвати відкритість, відповідальність та відвертість у особистій розмові з покупцем; створювати ефективну комунікаційну систему, здатну забезпечити зворотній зв'язок; спростити схему обміну інформацією як на одному ієрархічному рівні так і на підприємстві загалом; координувати інформаційні потоки, які виходять від підприємства до споживача.

Разом з тим, можна відзначити, що незважаючи на прискорене зростання електронних засобів і систем комунікацій, а також враховуючи зниження ефективності традиційних рекламних засобів, традиційні виставки продовжують пропонувати ефективні схеми, які гарантуватимуть брендам нафтогазового комплексу розвиток також і на глобальних ринках. Це пов'язано з тим, що подібні заходи активно залучають представників інших країн, які можуть бути, наприклад, мотивовані до інвестицій в український нафтогазовий ринок, пошуку і придбання інноваційних технологій, т.ін. Так, виставкові майданчики забезпечують багатосторонній обмін інформацією та безпосереднє перетинання попиту і пропозиції на місці експозиції. Головною конкурентною перевагою для підприємства при цьому є встановлення системи зворотного зв'язку та безперешкодне поширення ділової інформації,

По-сьоме, бренд повинен бути ефективним не тільки з психологічної точки зору, але й також і економічної. Це повинно означати, що в

довгостроковій перспективі зусилля, інвестовані у формування нематеріальної складової нафтогазового бренду має повертись у вигляді фінансового результату. Це вимагатиме від таких компаній налагодження системи оцінювання ефективності бренд-менеджменту, що так само являтиметься свого роду інвестиціями у побудову бренду.

Висновки. У статті проаналізовано особливості побудови брендів на ринку природного газу. Було виокремлено, що нафтогазовим підприємствам слід сконцентрувати увагу на семі напрямках управління. Зокрема, на нецінових складових торгових марок природного газу, забезпеченні високого впізнання марки конкретного нафтогазового підприємства серед представників цільових аудиторій, його неціновій диференціації і розроблені чіткої стратегії позиціонування марки газу порівняно із рештою конкурентів, формулюванні сильних, унікальних і позитивних асоціацій в свідомості споживачів, формуванні і просуванні тривалої історії роботи на спеціалізованому ринку природного газу, що створюватиме відповідний нематеріальний ореол бренду нафтогазового підприємства і тим самим забезпечуватиме додану цінність, а також бути ефективним з економічної точки зору в довгостроковому періоді часу. Подібні дії відкривають вітчизняним нафтогазовим підприємствам виходити з цінової конкуренції на рівень ціннісних характеристик, що матиме високе практичне значення. До напрямку подальших досліджень слід віднести спостереження за розвитком українських нафтогазових брендів, а також вивчення їх психологічної і економічної ефективності в довгостроковому періоді.

Література:

1. В Україні у 2018 році зросло споживання газу Слово і діло. 04.01.2019. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/01/04/novyna/ekonomika/ukrayini-2018-roczzi-zroslo-spozhyvannya-hazu> (дата звернення: 04.01.2019).
2. Україна різко знизила імпорт газу Слово и діло, 03.01.2019. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2019/01/03/novyna/ekonomika/ukrayina-rizko-znyzyla-import-hazu> (дата звернення: 04.01.2019).
3. Юдіна Н.В. Визначення циклічних залежностей в економіці України на основі аналізу окремих макроекономічних показників. Економічний Вісник НТУУ «КПІ». 2016, №13. URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80084/75643>. (дата звернення: 25.12.2018).
4. Юдіна Н.В. Антикризисные маркетинговые инструменты инновационного развития предприятий. Маркетинг финансов. 2014. № 1. С. 54–61.
5. Юдіна Н. В. Багатовимірність бренду в умовах режимів із загостреннями. Цивілізація. Прогрес. Нові виміри : зб. матеріалів міждисциплін. наук.-практ. конф., Київ, 15 червня 2018 р. / [уклад. Л. І.

Юдіна]. Київ, 2018. URL : <http://futurolog.com.ua/publish/10/Zbirnyk.pdf#page=96> (дата звернення: 25.12.2018).

6. NET Power and Oxy Low Carbon Ventures Announce Investment Agreement to Advance Innovative Low-Carbon Technology - Durham, NC and Houston, TX (November 8, 2018) - <http://www.mcdermott-investors.com/news/press-release-details/2018/NET-Power-and-Oxy-Low-Carbon-Ventures-Announce-Investment-Agreement-to-Advance-Innovative-Low-Carbon-Technology-/default.aspx> (дата звернення: 25.12.2018).

7. Пілка М. С. Економічні важелі зростання власного видобутку вуглеводнів в Україні. Маркетинг і контролінг: сучасні виклики підприємництва : збірник матеріалів міждисциплінарної науково-практичної конференції, Київ, Івано-Франківськ, 30 листопада 2017 р. URL : <http://futurolog.com.ua/publish/7/Zbirnyk.pdf#page=38> (дата звернення: 20.12.2018).

8. Перезозова І. В. Даляк Н. А., Литвинська К. О. Фактори формування конкурентних переваг підприємств нафтогазового комплексу. Маркетинг і контролінг: сучасні виклики підприємництва : збірник матеріалів міждисциплінарної науково-практичної конференції, Київ, Івано-Франківськ, 30 листопада 2017 р. URL : <http://futurolog.com.ua/publish/7/Zbirnyk.pdf#page=36> (дата звернення: 20.12.2018).

9. Лебега О. В. Сланцевий газ, як стратегічний ресурс для економіки України. Маркетинг і контролінг: сучасні виклики підприємництва : збірник матеріалів міждисциплінарної науково-практичної конференції, Київ, Івано-Франківськ, 30 листопада 2017 р. URL : <http://futurolog.com.ua/publish/7/Zbirnyk.pdf#page=42> (дата звернення: 20.12.2018).

10. Ромат Е. В. Реклама : краткий курс / Е. В. Ромат. – 2-е изд. - СПб.: Питер, 2006 . – 208 с.

11. Юдина Н. В. Особенности мозговой деятельности человека как основа футурологических преобразований в маркетинге. Бренд-менеджмент. – 2014. - №3(76). – С. 164-175.

УДК 339.33:339.56.055

Копил К.О. kopylksyu@gmail.com

Науковий керівник Цимбаленко Я.Ю.

керівник роботи к.н. з державного управління, доцент

Національній технічній університеті України «КПІ» ім. І. Сікорського

ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Анотація

У статті досліджена сфера харчової промисловості на міжнародному ринку. На прикладі великих розвинутих країн проаналізовані великі галузі харчової промисловості та на прикладі «Nestle» проведено опис компанії, її конкурентів та місце на ринку харчової промисловості.

Abstract

The article investigates the sphere of food industry on the international market. In the case of large developed countries, large sectors of the food industry have been analyzed and, for example, «Nestle» has described the company, its rivals and the place in the food industry.

Ключові слова: світовий ринок, харчова промисловість світу, сільське господарство, податкова політика, податкове навантаження.

Вступ. У всьому світі харчова промисловість вважається потенціальною галуззю для зростання та соціально-економічного впливу. Це не тільки призводить до отримання доходу, але також допомагає зменшити витрати, збільшити додану вартість та змога заробляти на іноземній валюті, підвищивши конкурентоспроможність виробництва. На сучасному світовому ринку якість та безпека харчових продуктів стали конкурентними перевагами для підприємств, що виробляють продукти харчування та надають послуги.

Широко визнається, що сектор харчової промисловості є найбільш придатним сектором для створення робочих місць для сільських малозабезпечених людей, а отже, знижує навантаження на сільськогосподарський сектор для створення засобів до існування. Це пов'язано з їхнім знайомством з сільськогосподарським сектором, що полегшить їх підготовку та розміщення на харчових підприємствах. Мультиплікативний ефект від інвестування в харчову промисловість на виробництво робочих місць також вище, ніж у будь-якому іншому секторі. Тому для загального прогресу економіки важливо, щоб фермери та відсталі спільноти, що працюють в сільськогосподарських підрозділах сільського господарства, розглядались на вершині процесу зростання. Швидке і стійке скорочення бідності потребує економічного зростання, яке є всеохоплюючим, і тим, яке дозволяє людям робити внесок та отримувати користь від нього.

Постановка проблеми:

- вивчити сучасний стан харчової промисловості суспільства;
- визначити ключові проблеми її формування;
- проаналізувати ступінь конкурентоспроможності сфери.

У сьогоднішньому періоді фінансового формування, в обставинах формування економіки, компанії харчової промисловості у власній роботі головному інтерес приділяють в задоволеність потреб жителів в значній високоякісних продуктивним товарам, аж ніяк не тільки з метою цього, для того щоб залишитися в торзі, однак і досягти значного ступеня продуктивності. У взаємозв'язку з даними, цілий значимого роль знаходять труднощі результативного функціонування харчової промисловості, а крім того встановлення її хитрих цінностей формування і прийняття результативних висновків згідно проблемам регулювання даного формування. З метою постанови інформації труднощів, слід дізнатися світової біржа харчової промисловості, його сфери та держави, які працюють в цій промисловості. У зразку великої компанії продемонструвати її звершення і формування в харчовій промисловості. (автор Кудирко О.М.) [4].

Методологія. У статті використано низку методів дослідження, такі як метод спостереження, метод аналізу, графічний метод, організаційно-економічний метод, метод порівняння.

Дослідження науковців, щодо цього питання зосередженні в рамках наукових здобутків таких вчених, як М. Сичевський [6], Е. Шелудько [7].

Результати дослідження. Харчова промисловість вважається однією з широких сфер в народному господарстві. Її головна мета - це задоволеність потреб спільноти в харчових продуктах високої якості. Вирішення даного завдання виконується з підтримкою високої продуктивності виготовлення, форсування НТП, збільшення продуктивності роботи, а крім того підвищення вартості на сировинні матеріали, підвищення швидкості вираження грошових коштів, в достатній кількості роботи і виготовлення. Присутність численного виготовлення продуктів важлива роль належить науково-технічного процесу.

Сама харчова галузь повинна бути підкріплена необхідним оснащенням, високоякісною технікою та технологією виробництва, що дасть змогу удосконалити продукт, який виготовляється. Необхідно звернути увагу на розширення асортименту та покращення якості сировини.

Найбільший за своїми оборотами являється агропромисловий комплекс. У цивілізованих державах важливу роль представляють великі індустріальні або торгово-промислові підприємства. Серед 100 найбільших промислових корпорацій в Європі у 11 з них представлена харчова діяльність. Дві з яких – нідерландсько-англійська «Unilever» і швейцарська «Nestlé» – вони включаються в першу десятку

європейських ТНК, а по загальній сумі зарубіжних інвестицій «Nestlé» входить у першу десятку ТНК усього світу.

В харчовій промисловості виділяють найбільші галузі: кондитерська, консервна, м'ясопереробна, борошномельна, макаронна, масло і сироварні, рибна, цукрова, виноробна, спиртова, тютюнова, пивоварна і інші. Серед них можна виділити найбільші країни, які спеціалізуються на цих галузях (табл.1):

Таблиця 1

Найбільші країни-виробники за галуззю

№	Назва країн	Галузь харчової промисловості
1	Франція, США, Великобританія	Кондитерська
2	США, Великобританія, Італія	Консервна
3	США, Канада, Японія	Борошномельна
4	США, Італія, Німеччина	Масло
5	США, Франція, Німеччина, Швейцарія	Сироварна
6	Китай, Перу, Чилі, Японія	Рибна
7	Франція, США, Німеччина	Цукрова
8	Італія Франція, Іспанія	Виноробна
9	США, Росія, Бразилія	Спиртова
10	США, Китай, Німеччина	Пивоварна

За таблицею 1, можна побачити, країни, які спеціалізуються на виробництвах з різних галузей, тому знайти їх конкурентів неможливо. Так, Франція відома своїми кондитерськими шедеврами, Швейцарія – сирами, Італія – маслом різних сортів, азіатські країни – рибною промисловістю, а Іспанія та Італія – винами.

Харчова промисловість, з одного боку, безпосередньо пов'язана з аграрним господарством (надання сировиною), з іншої залежить у власному формуванні з серйозною індустрією, що гарантує її нинішньої технікою, бензином, електрикою, тарою, хімікатами і т.п. З цієї причини, Державні проекти, націлені на підтримку вітчизняному виробнику не зможуть бути результативними, в разі якщо не буде передбачено сукупність виробництва провіанту в харчовій промисловості.

Продукти, які виготовляє галузь харчової промисловості, вважається досить різними. Тут і продукти харчування першої потреби (хліб, крупи, консерви і т.д.) і допоміжні блага (наприклад лікєро-горілчані та тютюнові продукти). З цієї причини податкова стратегія і податкова служба зобов'язані бути належними, зокрема, те що стосується податку на додану вартість, в Україні складають на будь-яку продукцію 20%. Для того, щоб побачити різницю між країнами Європи, наведені дані ставки податку на додану вартість, де ця ставка нижча від базової (Таблиця 2).

Таблиця 2

Ставка податку на продукти в країнах Європи

№	Назва країни	Базова (звичайна ставка) податку, %	Ставка податку на продукти харчування, %
1	Франція	18,6	5,5
2	Великобританія	17,5	0
3	Німеччина	15	7
4	Австрія	20	10
5	Італія	19	9

За даними таблиці 2, в Австрії присутня найбільша ставка податку складає 20%, в той час, як податок на продукти харчування вдвічі менший – 10%. У Франції, Великобританії, Німеччині та Італії не набагато менше податок. У Великобританії податок на продукти харчування складає 0%.

У харчовій і смакової індустрії сформувалися сильні державні компанії та інтернаціональні компанії в області виготовлення різної продукту, наприклад, абсолютно всім популярні «Нестле», «Кока-Кола», «Юнілівер» та інші. Будь-яка володіє сотенними компаніями в різних державах світу. Вони здійснюють контроль майже на всіх, без винятку, ринками з аналогічною продукцією.

Відповідно до 2018 року FORBES Global 2000 «Nestlé» продовжує своє панування у верхній частині харчової промисловості; домінує у цій галузі завдяки понад 90 мільярдів доларів і 8,6 мільярдів доларів у прибутку, зафіксованому за 12 місяців, що закінчилися 7 квітня 2017 року. У листопаді «Nestlé» рекламувала «новаторське» дослідження, яке має здатність скоротити цукор у своєму шоколаді на 40%, не жертвуючи смаком.

Швейцарська компанія «Nestlé» була оцінена, як найбільша в світі компанія, що швидко рухається, з погляду доходів у розмірі 90,8 мільярдів доларів США в 2017 році. Nestlé завжди була однією з найбільших світових компаній у сфері харчових продуктів та напоїв. Тепер вона налічує понад 328 тис. Співробітників і понад 2000 брендів - від глобальних ікон до місцевих фаворитів, які представляють 191 країну по всьому світу. Асортимент продукції величезний і варіюється від напоїв, таких як порошкоподібні та рідкі напої або вода (Nestlé Waters), продукти харчування для дітей та здоров'я (Nestlé Nutrition) та солодощі та закуски (сектор кондитерських виробів Nestlé).

У рейтингу представлені провідні компанії FMCG по всьому світу в 2017 році, виходячи з сформованих чистих продажів. У тому ж році компанія Unilever стала четвертою за розміром компанією FMCG у світі з чистими продажами близько 60,53 млрд. Доларів США (Рис.1)

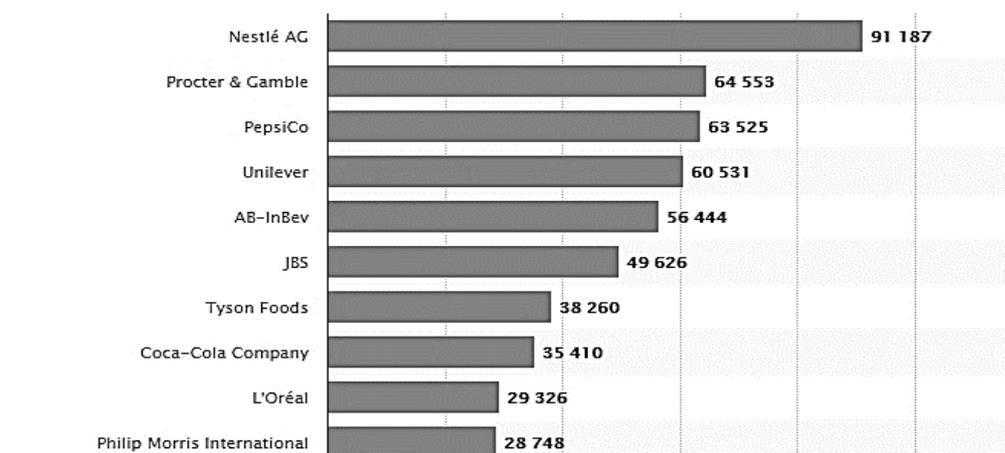


Рис. 1. Топ-50 компаній FMCG по всьому світу в 2017 році, засновані на чистих продажах (у мільйонах доларів США)

Найпопулярніші компанії FMCG

Споживчі товари – товари, призначені для повсякденного приватного споживання. Вони також класифікуються як швидкозмінювані споживчі товари (FMCG) та повільні споживчі товари (SMCG).

FMCG - це товари з тривалістю життя менше року. Популярні категорії включають продукти харчування та напої, засоби особистої гігієни та предмети домашнього вжитку, одяг та одяг, тютюн, а також домашні тварини та продукти харчування. Ці категорії купуються досить часто з постійними витратами. На відміну від SMCG, ці продукти, як правило, продаються у великій кількості, але мають низьку вартість. FMCG також відома як споживча упакована продукція (CPG).

Навколишнє середовище FMCG є високо конкурентними, оскільки компанії FMCG завжди полюють на наступний чудовий продукт або нововведення, щоб задовольнити потреби споживачів. Їх мільйонів доларових брендів можна знайти у багатьох побутових кладовищах. Щоб зберегти споживачів як постійних покупців, компанії CPG намагаються розвивати лояльність та довіру до своїх брендів. Аріель, Джиллетт, Памперс і Пантейн вважаються серед найвідоміших марок P & G.

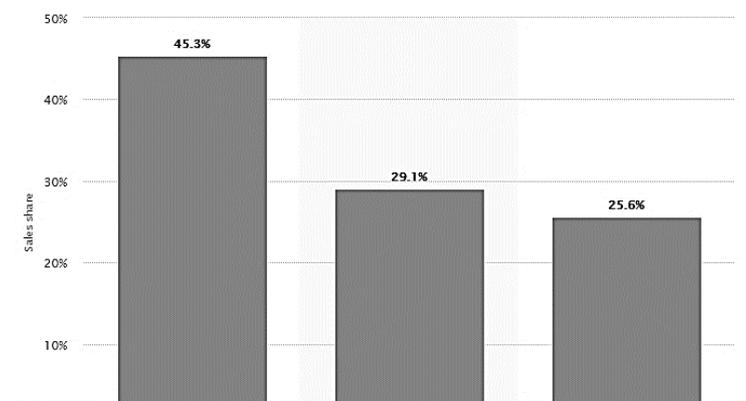


Рис.2. Глобальна частка продажу Nestlé Group у 2017 році за регіонами

Ця статистика показує розподіл продажів Nestlé в 2017 році, поділена на регіон. У цьому році Америка становила приблизно 45,3 відсотка загального обсягу продажу Nestlé. Компанія «Nestlé» – компанія, що базується у Швейцарії, багатонаціональна компанія з виробництва товарів народного споживання. Зона Європи, Близького Сходу та Північної Африки (EMENA) становила 29,1 відсотки, а зона Азії, Океанії та Африки на південь від Сахари (AOA) – 25,6 відсотків.

Швейцарська компанія Nestlé SA є найбільшим виробником товарів широкого вжитку в усьому світі. Всесвітньо діюча фірма, штаб-квартира якої розташована у м. Ввей, Швейцарія, присутня в більш ніж 86 країнах світу і налічує близько 335 тисяч чоловік у всьому світі. «Nestlé» розробила першу молочну суміш.

Сьогодні інноваційний продуктовий асортимент величезний та охоплює, серед іншого, напої, такі як кава або вода, продукти для новонароджених та малюків, кондитерські вироби та морозиво. Більшість людей знають гіганта продовольства Nestlé через свої мільярдні бренди, такі як Nescafé, Kitkat та бренд Purina для тваринництва, щоб назвати декілька. За даними компанії, вона прагне стати найкращою компанією «Харчування, здоров'я та оздоровлення» протягом найближчих років. Nestlé добре розташована на своїх операційних ринках. На підставі останнього річного звіту, найбільша частка продажів відбулася в Північній та Південній Америці. Найбільші міжнародні конкуренти у світі - Unilever, PepsiCo, Mars Incorporated і Mondelez.

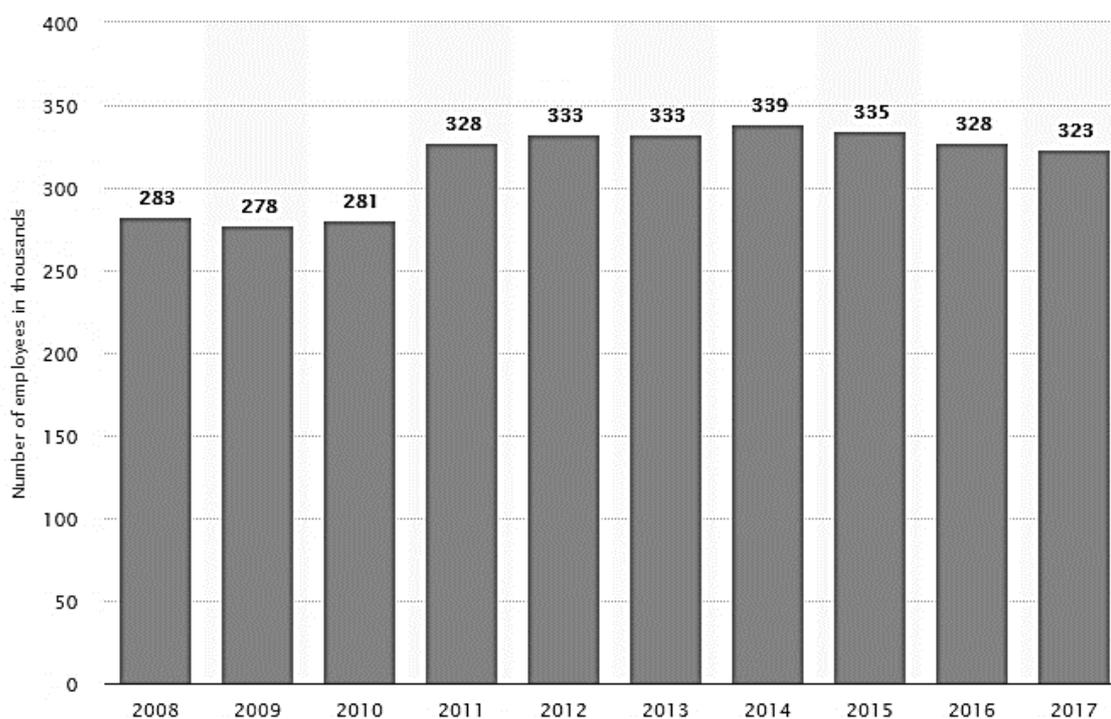


Рис.3. Загальна кількість співробітників компанії Nestlé в усьому світі з 2008 по 2017 рік (тис.чол.)

Ця статистика відображає загальну кількість співробітників компанії «Nestlé» у світі з 2008 по 2017 рік. У 2017 році в компанії «Nestlé» працювало близько 323 000 людей у всьому світі. Компанія «Nestlé» є багатонаціональною компанією з виробництва товарів народного споживання, штаб-квартирою якої є Ввей, Швейцарія.

Висновки. Харчова промисловість є комплексом, глобальний колект ив різноманітних підприємств, що забезпечує більшу частину споживаної їжі населенням світу. Тільки вихідні фермери, ті, хто вижив на тому, що вони ростуть, та мисливців-збирачів можна вважати поза рамками сучасної харчової промисловості.

Є складною мережею фермерів і різноманітних підприємств, які разом поставляють більшу частину споживаної їжі населення світу. Незважаючи на відсутність формального визначення цього терміну, харчова промисловість охоплює всі аспекти виробництва та продажу продуктів харчування.

Харчова промисловість включає в себе:

- сільське господарство;
- маркетинг (просування нових продуктів харчування);
- оптовий та продовольчий розподіл (логістика, транспорт, склад);
- бакалія, фермерські ринки, державні ринки та інша роздрібна торгівля;
- регулювання (місцеві, регіональні, національні і міжнародні норми і правила виробництва, продажу продуктів харчування);
- дослідження та розробки (харчова технологія), фінансові послуги (кредит, страхування).

Однією з найрозвинутіших компаній світу з харчової промисловості на сьогоднішній день є «Nestlé». Компанія, яка посідає панівне 64 місце у світі за своїми розмірами та якістю продукції, яку вона виготовляє. Вона включає більше 2000 торгових марок, починаючи від глобальних ікон до місцевих фаворитів, і знаходиться в 191 країнах світу. Широкий асортимент продукції від Nestle відповідає потребам усіх вікових груп. Будь це, діти, з продуктами дитячого харчування або дорослими з кавою, чаєм, сніданками, замороженими продуктами та закусками, щоб назвати декілька. Nestle також пропонує їжу для ваших домашніх тварин.

Література:

1. Global 2000 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.forbes.com/global2000/#6353dcf7335d>
2. Офіційний сайт «Nestlé» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nestle.com>
3. «Nestlé» Good Food, Good Life [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.nestle.com/asset-library/documents/library/documents/annual_reports/2017-annual-review-en.pdf

4. Кудирко О. М. Сучасний стан інноваційної діяльності у підприємствах харчової промисловості України / О. М. Кудирко // Економіка АПК, 2004. – С. 103–104.

5. Дейнеко Л.В. Інноваційний розвиток і стан матеріально-технічної бази в харчовій промисловості / Л.В. Дейнеко, Е.І. Шелудько // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: матеріали IV Міжнар. Бізнес-форуму (Київ, 24 березня 2011 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2011.

6. Сичевський М.П. Удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку харчової промисловості України / М.П. Сичевський / НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України / С.І. Дорогунцов (ред.). — К. : Науковий світ, 2004.

7. Шелудько Е.І. Розвиток інноваційних процесів в харчовій промисловості як умова сталого економічного зростання / Е.І. Шелудько // Науковий вісник.

8. Національного університету біоресурсів і природокористування України / редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) та ін.. – К.: ВЦ НУБіП України. 2012. – Вип. 169. – Ч.1. – Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес».

9. Структура агропромислового комплексу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://stud.com.ua/6905/ekonomika/struktura_agropromislovogo_kompleksu

УДК 336.743

Красюк А.С. anastasiakrasiuk@gmail.com
Науковий керівник: Дунська А.Р.,
канд. економ. наук, доцент
Національний технічний університет України
«КПІ імені Ігоря Сікорського»

СТАБІЛІЗАЦІЯ ВАЛЮТНОГО КУРСУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Анотація

Стаття присвячена проблемі стабілізації національної валюти яка є одним із важливих факторів економічного розвитку кожної країни, що впливає на внутрішні операції та показники зовнішньої торгівлі. Ретельно оглянутий обмінний курс за період 1996-2018 років, визначено фактори, що мають вплив на обмінний курс і на те, як його зміни впливають на макроекономічну ситуацію, описано переваги та недоліки методів, що регулюють обмінний курс.

Annotation

The article is devoted to the problem of stabilization of the national currency, which is one of the important factors of the economic development of each country, which affects domestic operations and indicators of foreign trade. A thoroughly reviewed exchange rate for the period 1996-2018, identified factors that have an impact on the exchange rate and how its changes influence the macroeconomic situation are determined, describes the advantages and disadvantages of the methods governing the exchange rate.

Ключові слова: валютне регулювання, обмінний курс, девальвація, інтервенція, валютні обмеження, облікова ставка.

Вступ. Сьогодні в Україні все гострішою стає проблема пов'язана з валютним регулюванням, а валютний ринок в нашій країні характеризують знецінення гривні, зменшення її стійкості та постійні коливання курсу валют. На формування курсу національної валюти мають вплив низка економічних, політико-правових, психологічних та політик-правових чинників. Вагомих успіхів у вирішенні основного завдання Національного банку України, а саме забезпечення стабільності національної валюти, можливо досягти шляхом дослідження цих факторів та вчасного реагування на їх позитивні та негативні тенденції.

В умовах нестабільного економічного середовища, коли дуже важко спрогнозувати валютний курс, суб'єкти господарської діяльності змушені обмежувати свою діяльність, через це зменшується виробництво та відбувається відток капіталу за кордон, в результаті чого маємо

зменшення обсягів ВВП. Тому стабілізація та зміцнення курсу національної валюти є необхідним фактором економічного розвитку нашої держави.

Вплив валютного курсу на економічний розвиток в державі був висвітлений у працях багатьох українських вчених, зокрема: Батракова Т. І. [10], Лучкоська С. І. [6], Шпенюк О. [5], Юрчишин В. [2] та інших.

Постановка задачі. Головною метою представленої роботи є огляд методів стабілізації валютного курсу та визначення дієвості цих методів в українських реаліях, зумовлених умовами нестабільної економічної ситуації в Україні.

Методологія. У статті використовувалися такі наукові методи: статистичний, економічний, порівняльного та структурного аналізу. Розробка та обґрунтування теоретико-методичних та прикладних основ дослідження ґрунтуються на значному обсязі інформаційно-аналітичного матеріалу, що надає можливість сформулювати комплексний підхід до визначення методів стабілізації валютного курсу та визначення їх дієвості.

Результати дослідження. Відповідно до статті 99 Конституції України, основною функцією центрального банку держави – Національного банку України є забезпечення стабільності грошової одиниці [1]. Тобто виключно на Національний Банк України покладається відповідальність за регулювання та контроль валютних процесів в державі. Основним об'єктом регулювання Національного банку є валютний курс. Номінальний валютний (обмінний) курс – відносна ціна двох валют, яка визначає, скільки номінальних грошових одиниць однієї країни можна придбати за номінальну грошову одиницю іншої країни [2, с. 12-13]. Здійснюється валютна політика за допомогою зниження вартості вітчизняної валюти, тобто девальвації чи підвищення вартості національної валюти – ревальвації.

На рис. 1 наведено зміну валютного курсу гривні до долара США за період 1996-2018 роки.

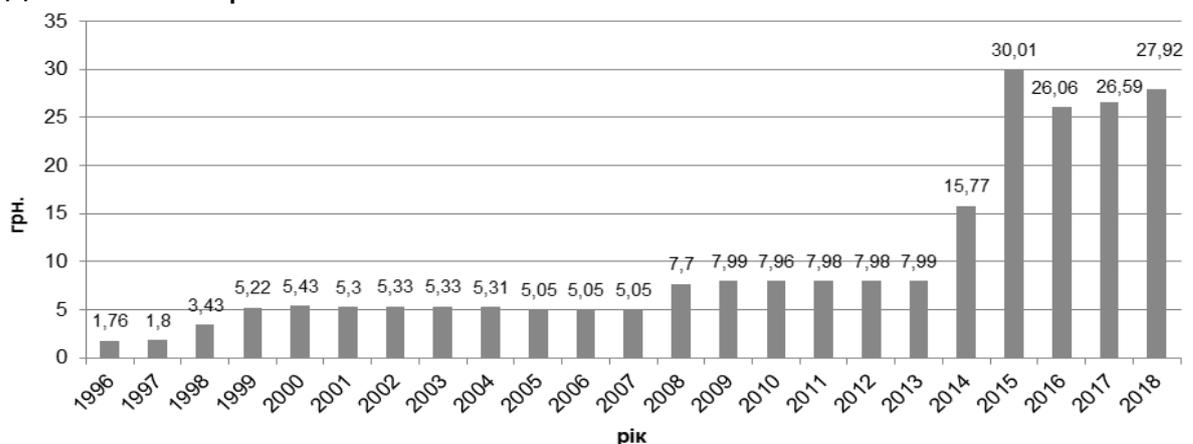


Рис. 1. Офіційний обмінний курс USD/UAH у 1996-2018 рр., грн. за дол. США (складено автором на основі джерела [3])

Історичний аналіз існування гривні (з 1996 р.) надає можливість зробити висновок, що в основному можна охарактеризувати її постійним знеціненням, хоча спостерігаються й стабільні проміжки. В 1996 році при введенні української гривні в обіг, її курс до долара США складав лише 1,761 грн. за 1 доллар [3]. В 1998 році спостерігалась девальвація гривні в розмірі 84%, причиною цього було зростання державного боргу України. Впродовж 1999-2007 рр. курс долара не виходив за межі 5,05-5,43 грн. за доллар. Проте у квітні 2008 р. відбулася ревальвація гривні, чому передувало прийняте рішення НБУ щодо вільного коливання валютного курсу. Курс національної валюти у цей проміжок часу становив 4,85 грн [3]. Кінець 2008 – початок 2009 рр. пов'язаний зі світовою валютною кризою, курс долара в цей період досяг позначки у 13 грн. Після цього гривня ревальвувала і становила 8 грн. за доллар, який тримався до 2014 р., у якому відбулася девальвація показника в 15,77 грн. за доллар США. Падіння курсу гривні було спричинено декількома факторами, зокрема дуже нестабільна політична ситуація в країні, а також низька інформованість населення щодо стану валютної системи Національним Банком України, що спричинило паніку серед населення.

Після подій 2014 року спостерігається постійна девальвація гривні. У 2015 році були зафіксовані найвищі її темпи, а вже у 2016 році національна валюта знизилась до рівня 27,19 грн. за доллар. З 5 березня 2016 р. набула чинності Постанова Правління НБУ № 140 «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України», в якій було збільшено ліміти на видачу готівкових коштів у національній валюті, видачу в іноземній валюті через каси та банкомати, а також продаж готівкової іноземної валюти або банківських металів [4].

У 2017 році курс долара становив 26,59 грн., а станом на 10.11.2018 року курс національної валюти складає 27,92 грн. за доллар США [3]. Скачки долара у жовтні-листопаді 2018 року пов'язують з сезонністю гривні, оскільки Україна – аграрна країна. Коли аграрний сектор закупає валюту – виникає попит, а відтак – ріст курсу. Відповідно, після того, як аграрії зароблять гроші та продадуть зароблену валюту – створять пропозицію і курс знизиться. В бюджеті на 2019 рік закладено курс долара на рівні 29,4 грн. Експерти прогнозують подальшу девальвацію гривні, спричинену в першу чергу майбутніми погашеннями зовнішнього державного боргу, у той же час рівень інфляції зросте без чергового траншу від Міжнародного валютного фонду.

Ретроспективний аналіз валютного курсу гривні надає можливість виокремити чинники, які впливають на його зміну:

- постійне збільшення державного боргу, низький темп зростання ВВП;

- недостатній рівень золотовалютних резервів;
- від'ємний платіжний баланс;
- недовіра до банківської системи України суб'єктів ринку, що спричинює девальваційні очікування; спекулятивні дії на валютному ринку;
- низький обсяг іноземних інвестицій;
- політична нестабільність;
- збройний конфлікт на сході України.

У табл. 1 систематизовано методи, за допомогою яких можна регулювати курс валюти.

Таблиця 1

Методи регулювання валютного курсу

Методи валютного регулювання	Наслідки застосування методу
Девальвація	<ol style="list-style-type: none"> 1. в результаті девальвації держаної грошової одиниці виникає подорожчання імпорту, і в результаті в імпортозалежних країнах відбудеться зростання рівня інфляції; 2. здешевлює вітчизняні товари на зовнішніх ринках, тому може очікуватись зростання сукупного попиту на ці товари; 3. є причиною інфляцій та інвестиційних втрати в структурі реального ВВП; 4. нарощування імпорту, а також відтік капіталів призводить до підвищення попиту на іноземну валюту, що у свою чергу сприяє зменшенню її обсягів у країні; 5. девальвація може спричинити нові зовнішньоторговельні дефіцити і девальваційні ризики у випадку відсутності структурних реформувань і/або зміни зовнішньоторговельної структури.
Ревальвація	підвищення курсу державної валюти, що призводить до збільшення імпорту продукції.
Інтервенція (впливання додаткових коштів в економіку)	<ol style="list-style-type: none"> 1. використання власних золотовалютних резервів (додатковий спосіб вливань грошових коштів для погашення дефіциту платіжного балансу та стабілізації валютного курсу); 2. продаж цінних паперів, розміщених в іноземній валюті.
Валютні обмеження	система нормативних правил, що регламентують обмін валюти своєї країни на іноземну
Корекції облікових ставок Нацбанку	<ol style="list-style-type: none"> 1. підвищення облікових ставок, що спричинює підвищення курсу валюти і, навпаки; 2. застосовується за рахунок використання боргових зобов'язань.

Систематизовано автором на основі джерела [5]

Постійні коливання валютного курсу перш за все здійснюють значний вплив на платіжний баланс країни, який є одним з базових макроекономічних показників. При девальвації гривні,

зовнішньоторговельний баланс може покращуватись, тобто при зниженні вартості сировини відбувається за умови інвестиційного притоку у сфери виробництва. Однак можливі і негативні наслідки при впровадженні такого заходу, тому необхідно проводити ґрунтовний аналіз ситуації на ринку [2].

Відсутність структурних реформ й експорт державою напівсировинних товарів і товарів з низькою доданою вартістю (металургії, аграрної та хімічної галузей), які є неконкурентними і залежать від зовнішньої кон'юнктури за допомогою девальваційного методу є важливим бар'єром покращення зовнішньоторговельного сальдо.

Інтервенція є ще одним методом за допомогою якого можливо стабілізувати валютний курс, він полягає в тому, що держава купує або продає необхідну кількість відповідної валюти. Валютна інтервенція – це тимчасовий захід через можливе вичерпання валютних резервів, в результаті чого може відбутися дестабілізація національної валюти, зростання недовіри кредиторів чи інші наслідки. До певної межі можливе також обмеження зовнішньоекономічних операцій, після чого ці заходи вже стають бар'єром для участі країни в міжнародному поділі праці [5]. Тому робимо висновок, що від валютної інтервенції виникає лише короткочасний ефект, до того ж вона вимагає вагомих валютних затрат.

Наступним розглянемо такий інструмент валютного регулювання як валютне обмеження. Валютним обмеженням називають систему систему нормативних правил, на меті яких стоїть обмеження операцій з іноземною та національною валютою, золотом та іншими валютними коштами на ринку [4]. Валютні обмеження можна швидко встановлювати і так само швидко відмінити, все залежить від ситуації на ринку валюти.

Загалом науковці виділяють такі види валютних обмежень: заборона вільної купівлі-продажу іноземної валюти; обмеження прав фізичних осіб володіти та розпоряджатися іноземною валютою; особливі умови переказів та платежів за кордон та отримання зовнішніх позик; вивезення капіталу [6, с. 164-168].

Зазвичай валютні обмеження використовуються з метою стабілізації курсу валюти в таких випадках: брак іноземної валюти в країні; великий зовнішній борг; низькі показники платіжного балансу. Очікуваними результатами є призупинення спаду, а також вагомих коливань обмінного курсу національної валюти й забезпечення умов для наступного регулювання. 23 серпня 2017 року Нацбанк України скасував обмеження на видачу валюти з банківських рахунків, що діяли з вересня 2016 року, причиною була стабілізацію валютного ринку та відчутне покращення ліквідності банківської системи в іноземній валюті [7].

Ще одним інструментом регулювання курсу валют є облікова ставка. Облікова ставка чи ставка рефінансування – це процент, під який Нацбанк має можливість видавати кредити комерційним банкам. Зниження його показника робить кредитні ресурси доступнішими. Результатом цього є спрямування в економіку більшої кількості кредитів, що у свою чергу сприяє збільшенню кількості вироблених товарів та послуг, отже, набуватиме стабільності валютний курс НБУ. Розглянемо на прикладі: коли показник облікової ставки НБУ дорівнює 12,5%, валютний курс коливався в межах від 25,9 до 26,4 грн. за долар США (рис. 2). Відповідно, при зростанні ставки до 18% річних курс досягає позначки 27, 2 грн. за долар США. Порівняння рівня відсоткової ставки у різних країнах світу дає змогу зробити висновок, що валюта є найстабільнішою у країнах з найнижчими процентними ставками. Наприклад у Швейцарії і Японії показник відсоткової ставки від’ємний і становить -0,75% та -0,10%, відповідно, у Великій Британії 0,25%, у Канаді 1,75% [9].

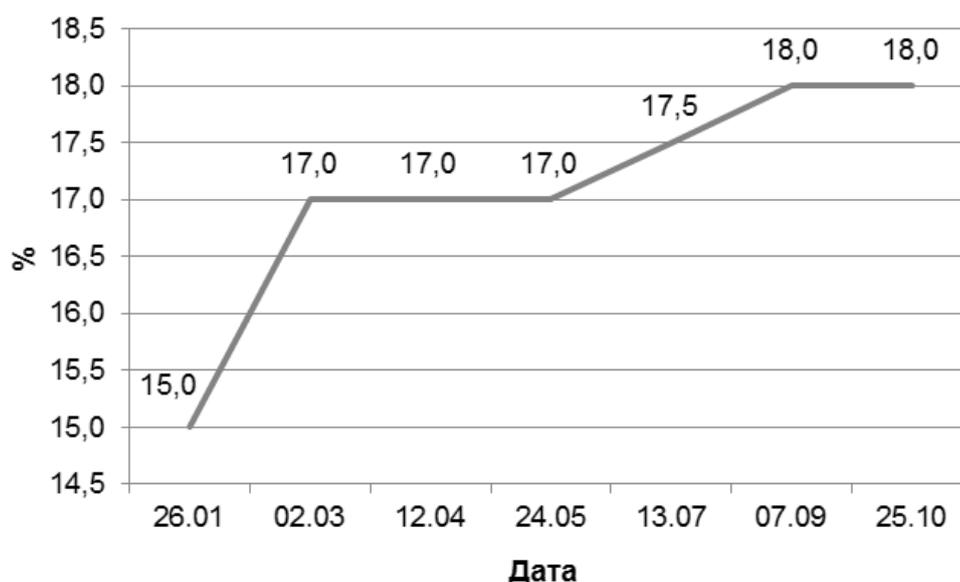


Рис.2. Зміна облікової ставки НБУ протягом 2018 року (складено автором на основі джерела [8])

Доведено, що валютний курс має значний вплив на макроекономічний розвиток та стан зовнішньоекономічної діяльності держав, а девальвація чи ревальвація курсу мають як позитивні, так і негативні результати. Зниження курсу національної валюти дає змогу: експортерам реалізовувати продукцію за нижчими від світових цінами, за таких умов відбуватиметься збільшення експорту та зменшення імпорту, тому що ціни на імпортні товари підвищаться, збільшиться обсяг вітчизняного виробництва, що у свою чергу призведе до покращення економічної ситуації в країні та підвищення добробуту

населення загалом, виражений в іноземній валюті державний борг також зменшиться.

Підвищення курсу національної валюти навпаки призведе до зменшення обсягів експорту товарів через підвищення цін на національні товари та до збільшення обсягів імпортованих товарів з метою їх подальшого перепродажу за вищими цінами, що призведе до занепаду та застою розвитку вітчизняних підприємств-виробників, також збільшиться сума державного боргу, яка виражена в іноземній валюті.

Слід відмітити, що при зміні курсу валюти на 1%, імпортовані ціни змінюються на 0,8%, а експортні – на 0,1-0,6% залежно від країни [10, с. 16-19]. Можна зробити висновок, що за рівних умов зменшення курсу національної валюти погіршуються «умови торгівлі» і навпаки, поліпшуються за його підвищення. Всі ці фактори і визначають вплив валютного курсу на торговий баланс країни.

Збільшення рівня інфляції, зміни співвідношення експортних та імпортованих цін, ризиків в міжнародній торгівлі й інвестиціях та ймовірності виникнення дестабілізуючих дій спекулянтів, конкурентоспроможності та прибутку підприємств, нестабільність міжнародних економічних відносин, все це є наслідками коливання курсу національної валюти.

Стабілізація валютного курсу вимагає проведення наступних заходів:

- збалансування державного бюджету за допомогою зниження бюджетних витрат та застосування програмно-цільового методу;
- створення в Україні сприятливого середовища для інвесторів;
- зменшення рівня залежності від кредиторів;
- обґрунтована та цілеспрямована політика НБУ із сформованою стабільною та досконалою нормативно-правовою базою;
- спрямування виробництва на товари з високою доданою вартістю;
- стабілізація політичної ситуації в країні.

Висновки. Валютний курс займає вагомим місце у розвитку стабільної економіки кожної держави. За роки існування гривні її офіційний обмінний курс постійно змінювався в залежності від зовнішніх чи внутрішніх державних факторів.

Здійснене дослідження надає можливість зробити висновок, що в умовах нестабільної політичної та економічної ситуації в країні для регулювання валютного курсу Національний Банк та уряд України мають запровадити наступні дії, а саме:

- встановити для маржі валютних операцій граничні розміри (різниці між курсом продажу та покупки валюти);
- знизити облікову ставку;

– збільшити кількість операцій із валютними деривативами та строковими контрактами;

– здійснювати контроль за виконанням резидентами зобов'язань своєчасних розрахунків в іноземній валюті за експортними контрактами.

Слід відмітити, що стан економічного розвитку нашої держави багато в чому залежить саме від дій Національного Банку України, тому для того щоб забезпечити економічне зростання нашої держави, всі рішення НБУ мають прийматися висококваліфікованими експертами із застосуванням високоякісного стратегічного планування.

Література:

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>

2. Юрчишин В. Сучасна валютна політика та особливості її реалізації в Україні / В. Юрчишин / Київ: Заповіт. – 2016. – 120 с.

3. Офіційний сайт Міністерства Фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/currency/nbu/>.

4. Постанова Правління Національного банку України «Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному тавалютному ринках України» від 03.03.2016 № 140 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0140500-16>

5. Шпенюк О. Регулювання обмінного курсу гривні в умовах фінансової нестабільності / О. Шпенюк / Світ фінансів. – № 1. – 2016.

6. Лучковська С.І. Фінансово-правові аспекти розмежування змісту валютних обмежень та валютного контролю / С.І. Лучковська // Часопис Київського університету права: науково-теоретичний журнал. – 2014. – № 2. – С. 164-168, с. 166.

7. Нацбанк скасував обмеження на зняття валюти [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-41029464>

8. Офіційні показники облікова ставка Національного банку України [Електронний ресурс] – Режим <https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article>

9. Процентные ставки стран мира. Форекс Украина [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.forexua.com/ru/analytic/rates/>

10. Батракова Т.І. Причини виникнення девальвації гривні та шляхи її подолання / Т.І. Батракова, А.О. Синєокий // Молодий вчений. – № 1. – С. 16-19.

УДК 339.92

Лежень К.В. katja.lej@gmail.com

Науковий керівник: Моїсеєнко Т.Є.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

Анотація

У статті аналізується лідерство світових країн у 2012 та 2017 роках, щодо кількості ТНК. До бази дослідження увійшли 50 найбільш впливових світових ТНК, які ранжувалися за двома категоріями: країна-базування та галузь діяльності корпорацій. Проаналізувавши інформацію для виявлення впливу представлених країн на їх рейтингової позиції прораховано основні показники діяльності ТНК у певній вибраній країні і порівняно у 2012 та 2017 роки. Порівнявши рейтингові позиції та показники діяльності компаній виявлено, що зменшення чи збільшення кількості ТНК у певній країні за рейтингом 50, не є запорукою зростання економіки країни чи її світового рейтингу.

Abstract

In the article leadership of world countries is analyzed in 2012 and 2017, in relation to the amount of TNK, into consideration undertook 50 strongest world TNK and were situated after two categories: country-basing, and industry of activity of corporations. Analyzing information for the exposure of influence of the presented countries on their rating position basic performance of TNK indicators are counted in the certain chosen country and comparatively in 2012 and 2017. Comparing rating positions and performance of TNK indicators it was educed that reduction or increase of amount of TNK in certain countries rating 50 it's not mortgage of increase of economy of country or her world rating.

Ключові слова: глобалізація економіки, транснаціональні корпорації, транснаціоналізація.

Вступ. Питання глобалізації економіки стає актуальним починаючи з 1990-х років. Термін «глобалізація економіки» означає поступовий перехід світу у єдину глобальну економічну систему. Це обумовлено об'єктивними факторами розвитку, такими, як міжнародний розподіл праці, результати науково-технічного прогресу, створення та активна роль світового суспільства, економічна лібералізація, кооперація виробництва та маркетингу. Усі перераховані фактори є причинами й умовами для створення глобального ринку, що, у свою чергу, дозволяє

зруйнувати бар'єри та економічні рамки між країнами та компаніями, результатом і основною діючою одиницею глобалізації стали транснаціональні корпорації.

Явище транснаціоналізації полягає у тому, що певна частка виробництва, споживання, експорту, імпорту та прибутку країни залежить від рішень міжнародних центрів за межами даної країни. Є численна кількість спірних думок експертів по відношенню до позитивних та негативних сторін глобалізації, її існування на даному етапі розвитку економіки, на які варто врахувати при проведенні дослідження.

Дане питання у своїх роботах розглядали такі західні економісти, як М. Алле, І. Валлерстайн, М. Кастельс, Т. Левітт, П. Ратленд, Ф. Фукуяма, Д. Хелд, П. Друкер, Л. Туроу, М. Уотерс, тощо [1].

Вчені-економісти представники пост радянського простору, також розглядали це питання, до їх числа входять такі вчені, як Е. Акопова, Л. Андрєєва, Л. Бляхман, Е. Кочетов. Не можна не згадати наукові доробки Н. Абдулгамідо, що представляє у своїх роботах альтернативні підходи щодо оцінки глобалізації.

Постановка завдання. У ході дослідженні впливу діяльності Транснаціональних корпорацій на світову економіку, встановлено наступні цілі:

1. Проаналізувати рейтинг найбільших не фінансових ТНК світу, що ранжуються за кількістю активів на 2012 та 2017 роки, відібрати перші 50 компаній з найбільшою питомою вагою.

2. Розділити отриманні дані за двома видами категорій: за країнами походження та за галузями.

3. Дослідити кожен з категорій порівнюючи статистичні дані 2012 та 2017 років.

4. Зробити висновки, щодо лідерства країни за кількістю ТНК в даній вибірці, проаналізувавши динаміку інших країн за останні п'ять років.

5. Зробити висновки, щодо позитивних та негативних тенденцій серед галузей, що представлені в даній вибірці за останні п'ять років.

Методологія. Для досягнення поставлених цілей у роботі використано різноманітні методи дослідження, зокрема ранжування (країн за кількістю ТНК та кількість ТНК у певних галузях), порівняння (статистичну інформацію за 2012 рік порівнюється із інформацією за 2017 рік), графічний аналіз (показує відмінність у показниках у динаміці), вивчення та аналіз, моделювання, узагальнення, наукова індукція та дедукція.

Результати дослідження. Проаналізувавши рейтинг найбільших не фінансових ТНК світу, що ранжуються за кількістю активів на 2012 та 2017 роки, відібрано перші 50 компаній з найбільшою питомою вагою.

Отримані дані розподілені за двома основними категоріями: країнами походження ТНК та галузями діяльності (табл. 1).

**Ранжування ТНК за країнами походження у 2012 та 2017 роках
(складено автором на основі [2])**

2012		2017	
За країнами походження		За країнами походження	
Назва країни	Кількість ТНК	Назва країни	Кількість ТНК
США	11	США	11
Великобританія	9	Японія	7
Німеччина	7	Великобританія	6
Японія	4	Франція	5
Франція	4	Німеччина	5
Італія	3	Китай	3
Швейцарія	3	Швейцарія	3
Китай	3	Італія	2
Іспанія	2	Іспанія	2
Бельгія	1	Ірландія	2
Люксембург	1	Люксембург	1
Норвегія	1	Нідерланди	1
Австралія	1	Корея	1
-	-	Бельгія	1
Досліджено країн	$\sum = 50$	Досліджено країн	$\sum = 50$

Дані таблиці 1 дозволяють проаналізувати динаміку за останні 5 років, отже можна відмітити, що деякі країни зберегли свої позиції з точки зору кількості ТНК, що входять у рейтинг 50 найбільших корпорацій світу. Це такі країни, як США (11 компаній), Китай (3 компанії), Швейцарія (3 компанії), Іспанія (2 компанії), Бельгія та Люксембург по 1 компанії. Такі показники свідчать про те, що країни розвиваються і утримують свій рейтинг на світовій арені.

Можна спостерігати також збільшення провідних ТНК світу у таких двох країнах, як Японія (з 4 компаній у 2012 році до 7 компаній у 2017 році) та Франція (на 1 компанію більше ніж 5 років тому).

Здебільшого спостерігається зменшення кількості ТНК у групі країн, яку представляють Великобританія (з 9 компаній у 2012 році до 6 у 2017 році, що показує зменшення на 66,6%), Німеччина (втратила 2 компанії, що складає 28,6% від загальної кількості), Італія (втратила 1 компанію, що складає 33,3% від загальної кількості).

У 2012 році представлені такі компанії, як Норвегія та Австралія по одній ТНК у кожній, але станом на 2017 рік ці країни не представлені, на їх місце прийшли Нідерланди, Корея та Бельгія, що також станом на 2017 рік представлені однією ТНК з кожної країни.

Цю ж інформацію проілюструємо у графічному виді на рисунку 1.

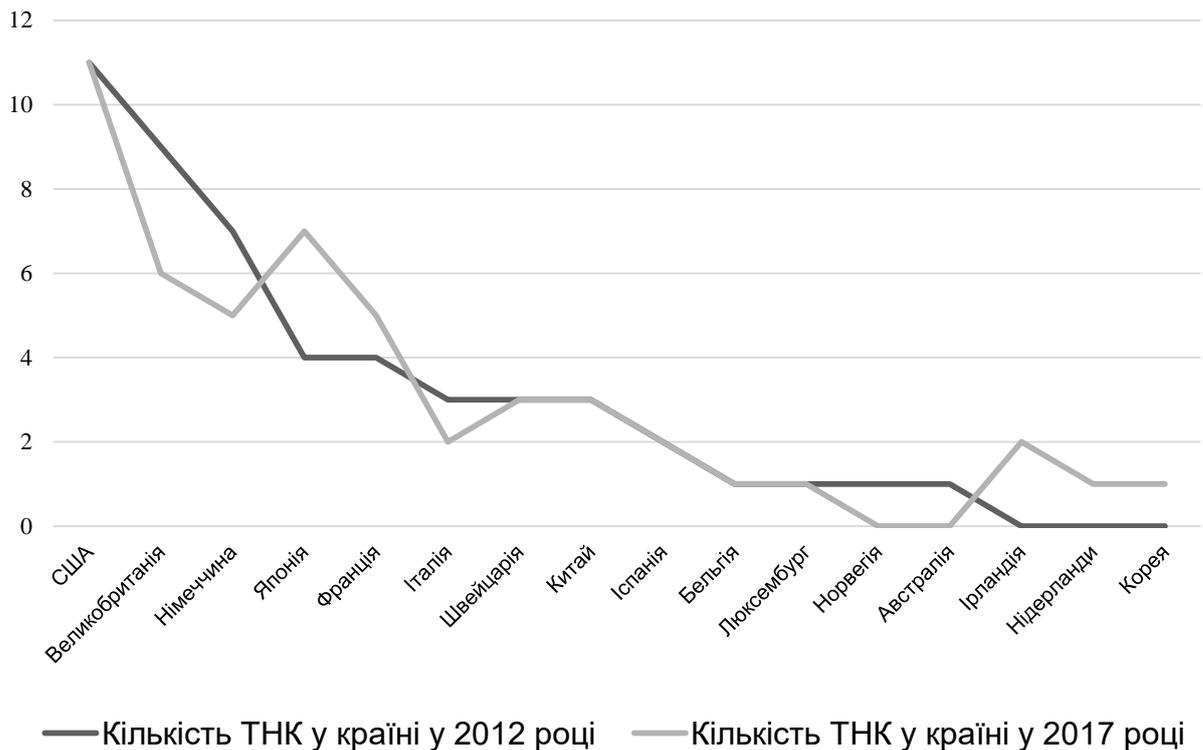


Рис.1. Ранжування ТНК за країнами походження у 2012 та 2017 роках

Розподіл найсильніших ТНК за країнами потрібен аби зробити висновки по лідерів даного ринку, і як видно з даних, США є незмінним лідером, але присутні і такі країни, що мають тенденцію до швидкого зростання, як, наприклад, Японія, що показує зростання за останні 5 років на 75%, якщо така тенденція зберігатиметься, то можливо прогнозувати зміну лідера через приблизно 7 років.

Аналізуючи ранжування ТНК за галузями, що надане у таблиці 2, можна зробити висновки щодо провідних галузей і зміни тенденцій у світі протягом останніх п'яти років.

З таблиці 2 видно, що у 2017 році кількість представлених галузей збільшилась на 5 пунктів з 12 до 17. З'явилися такі нові галузі, як «Комп'ютерне обладнання» (4 компанії), «Промислове та комерційне обладнання» (2 компанії), «Тютюнові вироби» (1 компанія), «Гумові та інші пластмасові вироби» (1 компанія), «Комунікаційне обладнання» (1 компанія), «Літакобудування» (1 компанія), «Транспортування та зберігання» (1 компанія).

Корпорації транснаціонального типу, що у 2012 році (рис. 2) були багатогалузевими (їх було 4 компанії) у 2017 році не входили до 50 найбільших компаній світу.

Ранжування ТНК за галузями у 2012 та 2017 роках
(складено автором на основі [3])

2012		2017	
Галузь	Кількість ТНК	Галузь	Кількість ТНК
Автомобілебудування	10	Автомобілебудування	8
Комунальні послуги	9	Телекомунікації	6
Нафтопереробні та суміжні галузі	8	Нафтопереробні та суміжні галузі	5
Фармацевтика	4	Фармацевтика	5
Багатогалузеві	4	Комп'ютерне обладнання	4
Видобуток корисних копалин та нафти	4	Комунальні послуги	4
Телекомунікації	3	Видобуток корисних копалин та нафти	3
Харчова промисловість	3	Харчова промисловість	3
Електричне та електронне обладнання	2	Промислове та комерційне обладнання	2
Метал та металеві вироби	1	Роздрібна торгівля	2
Оптова торгівля	1	Оптова торгівля	2
Роздрібна торгівля	1	Тютюнові вироби	1
-	-	Гумові та інші пластмасові вироби	1
-	-	Комунікаційне обладнання	1
-	-	Літакобудування	1
-	-	Транспортування і зберігання	1
-	-	Метал та металеві вироби	1
Досліджено країн	50	Досліджено країн	50

Щодо відсоткового перерозподілу між представленими галузями по кількості ТНК, що їх представляють, то зміни відбулися у всіх напрямках, окрім «Харчової промисловості» та «Метал та металеві вироби». У цих напрямках діяльності обсяг залучених ТНК не змінився за останні п'ять років і їх кількість складає 3 та 1 відповідно.

Збільшення на 100% відбулося за такими напрямками, як «Оптова торгівля», «Роздрібна торгівля» та «Телекомунікації», на ці напрями є значний попит і саме збільшення ТНК, що займаються цими напрямками у двічі, свідчить про значний розвиток цих сфер для людського життя за останні п'ять років. Також це відображає розвиток глобалізації економік держав та тісніші відносини між різними країнами та континентами.

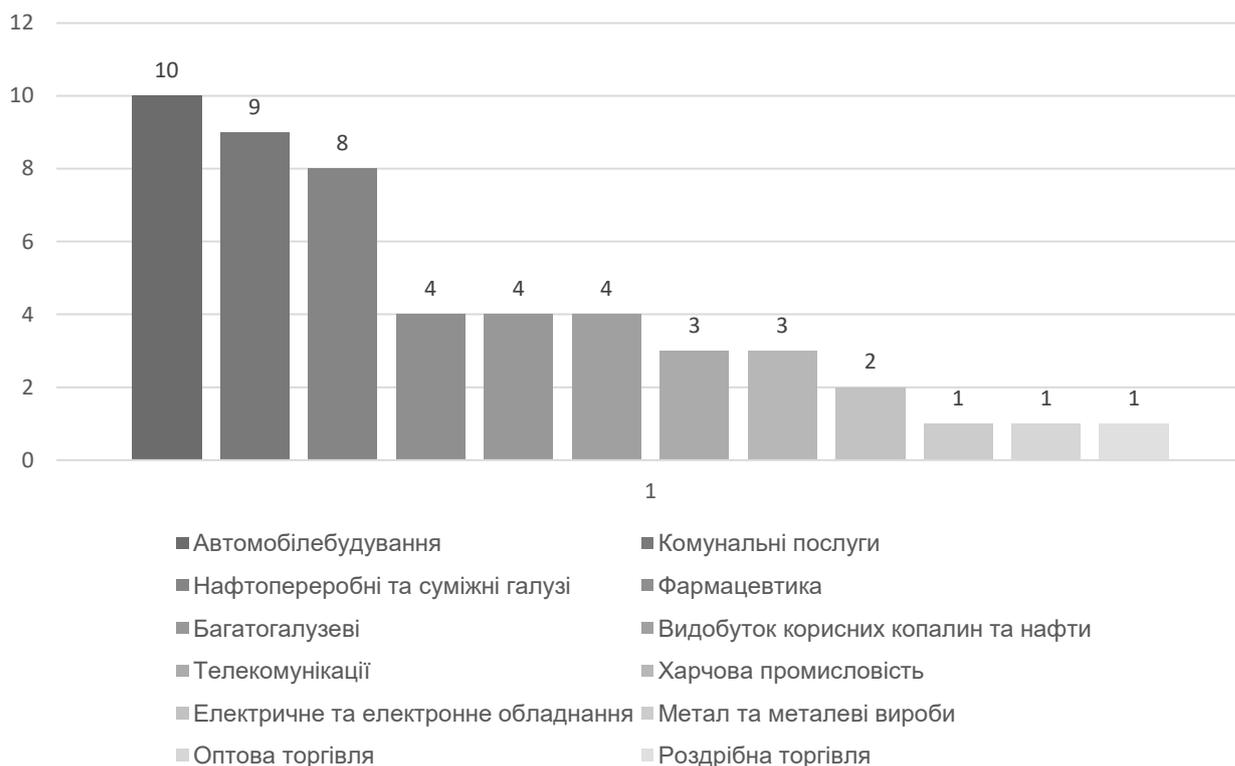


Рис.2. Напрями діяльності ТНК у 2012 році

Такі напрями, як «Автомобілебудування» – зменшилося на 20%, «Комунальні послуги» – зменшилися на 55,5%, «Нафтопереробні та суміжні галузі» – зменшилися на 37,5%, «Видобуток корисних копалин» – зменшився на 25%, «Фармацевтика» – збільшилася на 25%.

З рис.3 видно, що за останні п'ять років структура попиту змінилась в зв'язку зі зниженням рівня попиту. Людство по трохи відходить від споживання корисних копалин та нафти і переходить на інші носії енергії, такі припущення можна зробити проаналізувавши зміну кількості компаній, що функціонують у цих галузях, у бік скорочення кількості.

Проте, за останні п'ять років у ТОП-50 ТНК світу увійшло 4 корпорації, що займаються комп'ютерною технікою, 2 – виробництвом комерційного та промислового обладнання, 1 – комунікаційним обладнанням, це говорить про світову автоматизацію усіх сфер людського життя та перехід на новий інформаційний рівень суспільства.

Також з'явилася одна компанія тютюнових виробів, і гумових та інших пластмасових виробів. Така ситуація обумовлена негативним впливом діяльності людства, поширенню шкідливих звичок, таких як тютюнопаління та зростаючого рівня забруднення навколишнього середовища пластмасовими виробами.

Для виявлення впливу представлених країн на їх рейтингову позицію прорахуємо основні показники діяльності усіх ТНК (активи, прибуток і кількість працівників) у певній вибраній країні і порівняємо їх у 2012 році з 2017 роком. Розрахунки надані у таблиці 3.

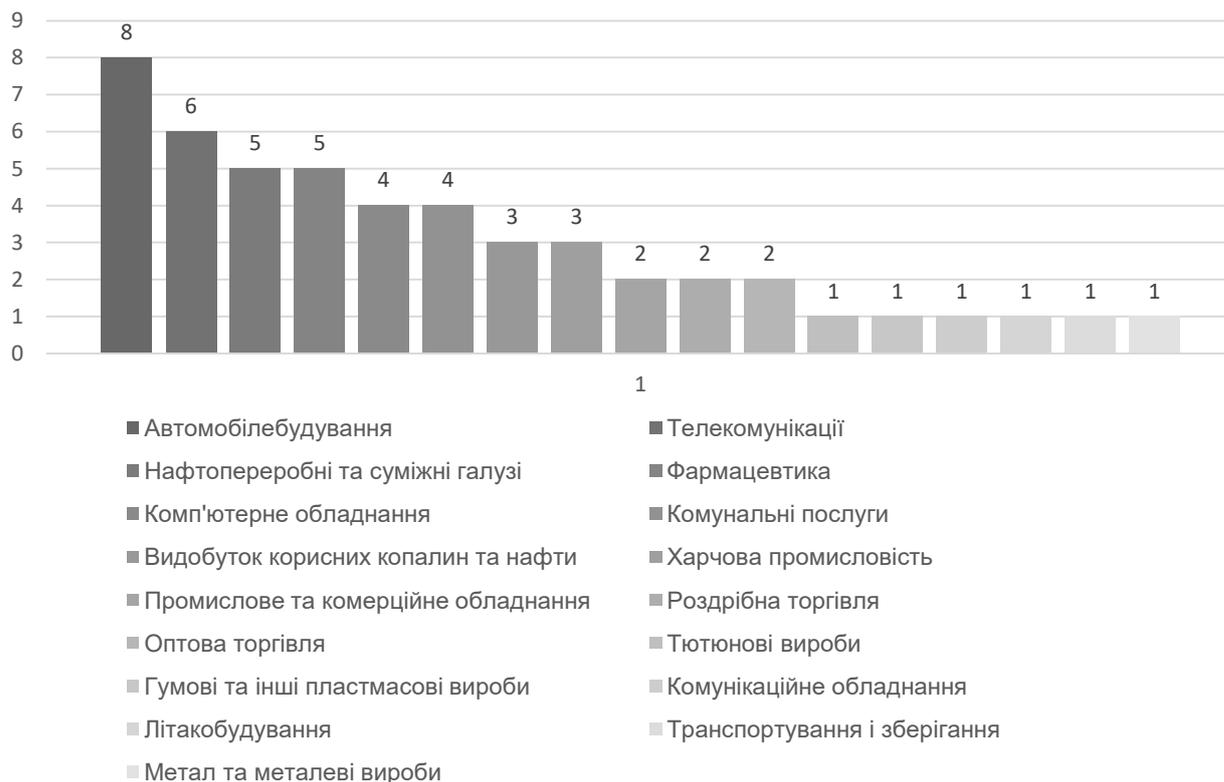


Рис.3. Напрями діяльності ТНК у 2017 році

Таблиця 3

Рейтинг країн за основними показниками ТНК (складено автором на основі [4])

Країна	2012			2017		
	Активи	Прибуток	Працівники осіб	Активи	Прибуток	Працівники осіб
	млн.дол.			млн.дол.		
1	2	3	4	5	6	7
США	2 571 813	2 014 269	4 188 695	2 598 396	1 276 023	1 634 100
Великобританія	1 257 050	1 112 066	675 235	1 265 029	777 733	646 380
Німеччина	1 383 029	904 655	1 658 065	1 375 156	732 704	1 655 894
Японія	810 689	744 145	741 015	1 583 966	812 804	1 188 709
Франція	962 004	497 382	583 160	1 015 959	408 030	641 786
Італія	520 908	380 564	366 376	324 501	157 365	96 436
Швейцарія	345 541	186 759	510 047	402 350	337 034	590 574
Китай	689 010	215 428	1 680 028	350 380	216 283	1 279 478
Іспанія	299 484	124 094	303 936	270 754	93 880	156 973
Бельгія	122 621	39 758	117 632	205 173	47 052	200 000
Люксембург	114 573	84 213	244 890	71 104	57 252	197 108
Ірландія	-	-	-	218 158	45 651	108 800
Нідерланди	-	-	-	86 876	26 494	47 173
Корея	-	-	-	282 814	211 859	308 745
Норвегія	140 511	121 327	23 028	-	-	-
Австралія	129 273	72 226	46 370	-	-	-

У таблиці 3 відображено динаміку зміни обсягів основних показників діяльності ТНК, що розташовані у вибраних країнах та входять до аналізованого рейтингу корпорацій. Дані наведено за 2012 та 2017 роки.

Для зручного аналізування отриманої інформації розподілимо країни на групи:

- країни з однаковою кількістю ТНК за останні п'ять років;
- країни зі збільшенням кількості ТНК;
- країни зі зменшенням кількості ТНК;

Розглянемо першу групу країн, що має однакову кількість показників, як у 2012, так і у 2017 році. США незважаючи на незмінну кількість ТНК – 11, мають прибуток у 2017 році, що складає тільки 63,34% від цифри, що була у 2012 році. Це показує на те, що ситуація є не сприятливою і має негативний вплив не тільки на прибутки ТНК, що розташовані у США, а і на кількість працівників, вона скоротилася на 60, 98% за останні п'ять років. ТНК в Іспанії також втратили прибуток за п'ять років на 24, 3%, а кількість працівників скоротилася на 48%. Люксембург продовжує тенденцію попередніх країн до негативних показників, прибутки скоротилися на 32%, а кількість працівників зменшилась на 19,5%, таким чином можна зробити висновок про несприятливий економічний клімат в країнах.

Китай, що також зберігає кількість ТНК не змінним, у прибутках має майже однакову цифру з різницею у +0,39% , а кількість працівників у порівнянні з 2012 роком знизилась на 23,84%. Застій з прибутком та зменшення робочої сили говорить про те, що ситуація стабільна, а це у свою чергу має як позитивні, так і негативні наслідки.

Швейцарія на відміну від попередніх країн, має тільки позитивні зрушення: прибуток збільшився на 80%, а кількість працюючих на 15,7%, що говорить про позитивний клімат в країні. Також схожі позитивні зрушення можна спостерігати у Бельгії прибуток збільшився на 18, 3%, кількість працівників також за останні п'ять років збільшилась на 19%. Ці країни розвиваються, але Швейцарія більшими темпами, ніж Бельгія.

Друга група країн представлена такими країнами, як Японія, яка мала збільшення на 3 компанії, але загальні прибутки 7 компаній більше прибутку 4 всього на 9,2%, але це можна зрозуміти, адже загальна кількість активів зросла на 95,3% та й кількість працюючих зросла на 60,4%.

До ТНК що знаходяться у Франції за п'ять років додалася одна компанія, але за показниками ситуація доволі посередня, адже всі показники зросли, але на не значну кількість одиниць, тому ситуація у цих ТНК значно гірша, ніж 5 років тому.

Друга група країн показала, що не зважаючи на додаткові ТНК, ситуація у цих країнах не досить сприятлива, адже показники якщо їх розділити на певну кількість ТНК будуть або дуже посередні, або якісь компанії знаходяться на стадії розквіту, а якісь занепадають.

Третя група країн представлена наступними країнами: Великобританія та Німеччина. Зазначені країни – це потужні країни, і не зважаючи, що їх компанії понизились у рейтингу і не входять до першої 50-тки країн, по показникам це видно, на прикладі прибутку він трішки скоротився, але хотілося б звернути увагу на кількість працівників, вона залишилася майже не змінною, це говорить про те, що компанії, які входять до рейтингу розвиваються і добре себе продають на світовому ринку.

Також до цієї групи належить Італія, але ситуація в неї гірша ніж у попередніх двох країн, прибутки зменшилися, кількість працівників і активів також піддалися цієї тенденції. Тому можна зробити висновки, що ситуація у цих ТНК посередня і не має такого розвитку, як у Великобританії чи Німеччині.

Висновки. Отже, аналізуючи представлену інформацію, можна зробити припущення, що зменшення чи збільшення кількості ТНК у певній країні за рейтингом 50-ти не запорука зростання економіки країни чи її світового рейтингу.

Можна спостерігати таку особливість, що країни, які мали за останні роки підвищення рейтингу своїх ТНК у світовому списку, за показниками поступаються тим країнам, чиї ТНК з цього списку вийшли. Таку ситуацію важко пояснити керуючись законами логіки, проте вона ілюструє реальну економічну ситуацію та соціальний стан у середині країн.

Література:

1. Лимонова Е.М. Транснаціональні корпорації: основні етапи розвитку та регулювання їхньої діяльності в умовах глобалізації/ Е.М. Лимонова, К.С. Архипова //Європейський вектор економічного розвитку. - №1 (16). – 2014
2. United nations conference on trade and development / World Investment Report / Transnational Corporations and Export Competitiveness [Електронний ресурс]. Washington 2018. – Режим доступу: http://archive.unctad.org/ru/docs/tdxiii_report_su.pdf
3. Number of parent corporations, by region and economy, latest available year, UNCTAD [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unctad.org/Sections/ditedir/docs/WIRIweb%20tab%2034.pdf>
4. Світова статистика діяльності ТНК [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2273>

УДК 334.758.2

Максимчук А.І., maks.nastya0606@gmail.com

Науковий керівник: Моїсеєнко Т.Є.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ШЛЯХИ ВЗАЄМОДІЇ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ЗІ СТАРТАПАМИ

Анотація

У даній статті розглядається взаємодія компаній транснаціонального типу із компаніями типу стартап, висвітлено основні напрями та шляхи їх комунікації. Головним завданням є виявлення причин їх взаємодії та пошук ефективних шляхів для взаємодії протилежних структур. В результаті аналізу автори роблять припущення про те, що транснаціональні корпорації є головними інвесторами стартапів і виводять закономірність, згідно якої - чим активніша взаємодія корпорації із стартапами, тим сильнішою є її позиція на ринку і ефективнішими є показники її діяльності.

Abstract

This article observes the cooperation between transnational companies and startup companies, describes the main areas and ways of their communication. The main task is to identify the reasons of their cooperation and to find effective ways of interaction between opposite structures. As a result of the analysis, the authors suggest that multinational corporations are the main investors of startups and deduce the regularity according to which - the more corporation interacts with startups, the better is its position in the market and the more effective is its performance indicators.

Ключові слова: інвестиції, інновації, стартапи, транснаціональні корпорації.

Вступ. Великі корпорації, навіть ті, що тривалий час успішно функціонують на ринку, часто стикаються з низкою проблем, коли питання стосується інновацій, адже їх інноваційна діяльність, у більшості випадків, не відповідає темпам розвитку, яких вимагає сучасний ринок. Причини такого явища пов'язані з типовим для корпорацій підходом до управління, що передбачає стандартизовані процеси, бюрократичний стиль управління, низький рівень прихильності до ризикових проектів, а також незначні прояви творчості. Стартапи, навпаки, характеризуються значним потенціалом для швидкого зростання, гнучкістю, здатністю постійно ризикувати та генерувати нові ідеї. Таким чином, пошук шляхів взаємодії корпоративних та стартап структур є важливим та, не повною

мірою, висвітленим у науковій літературі питанням. Віднайдення успішної формули взаємодії таких контрастних структур сприятиме активному розвитку інноваційної діяльності, оскільки вони здатні доповнювати та удосконалювати одне одного.

Постановка задачі. Основною задачею статті є виявлення шляхів взаємодії корпоративних структур зі стартапами, з'ясування причин для їх кооперації у процесі здійснення комерційно-виробничої діяльності.

Методологія. Методологічною основою дослідження стали логічний та системний підходи до аналізу економічних явищ і процесів у національному і глобальному середовищі.

Обробка даних для даної статті передбачала використання наступних методів аналізу даних: методи статистичного якісного і кількісного порівняння, аналітичний, графічний, табличний методи.

Результати дослідження. Взаємодія корпорацій зі стартапами є перспективним напрямом для швидкого пошуку інновацій та відповідності ринковим темпам, оскільки в обмін на інновації, корпорації можуть запропонувати стартапам інвестиції, робочу силу, мережу клієнтів, що для молодих компаній є пріоритетними та цінними ресурсами.

Іцхак Адізес, відомий експерт у сфері бізнесу, запропонував наступний підхід до візуалізації життєвого циклу корпорації та чітко визначив момент, коли закінчуються інновації компанії і вона починає взаємодіяти із стартапами. На рис. 1 схематично зображено життєвий цикл корпорації за Іцхаком Адізесом [1].

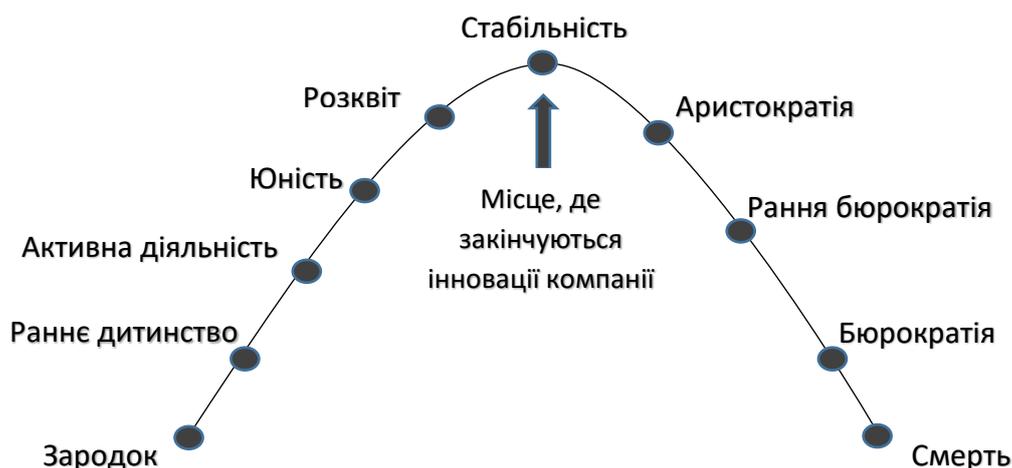


Рис. 1. Життєвий цикл корпорації за Іцхаком Адізесом

Рис.1 ілюструє, що саме на зрілих стадіях розвитку (Стабільність — Рання бюрократія), корпорації починають відчувати потребу в інноваціях, і саме тому, починають активно взаємодіяти із своїми перспективними конкурентами – стартапами, фінансуючи чи поглинаючи їх. Яскравим

прикладом поглинання можна вважати угоду Facebook — What'sApp та Instagram.

Сьогодні, більшість корпорацій обирають шлях кооперації із стартапами. За існуючими даними, 262 компанії з 500 найбільших публічних компаній світу (дані базуються на 500 найбільших публічних компаніях світу за рейтингом Forbes Global 2000) у тій чи іншій мірі співпрацюють із стартапами, що у відсотковому відображенні складає понад 50 % [2].

Крім того, спостерігається стійкий зв'язок між рангом корпорації та інтенсивністю її взаємодії із стартапами. Звернемо увагу, що перші 100 компаній з рейтингу Forbes Global 500 працюють зі стартапами удвічі інтенсивніше, ніж 100 останніх корпорацій з цього списку [2].

Відмітимо, що 68% компаній серед 100 кращих, за рейтингом Forbes Global 500, у тій чи іншій мірі взаємодіє із стартапами, в свою чергу, серед останніх 100 корпорацій із списку, зі стартапами взаємодіють лише 32 % (табл.1) [2].

Таблиця 1

Взаємодія найбільших корпорацій із стартапами [2]

Місце в рейтингу	Кількість компаній, які взаємодіють із стартапами, %	Приклад корпорації, що інтенсивно взаємодіють із стартапами	Рейтингова позиція корпорації	Дохід корпорації, млрд дол.
001 - 100	68	Apple	8	247,50
101 - 200	57	Unilever	103	60,60
201 - 300	56	Coca-Cola	209	33,70
301 - 400	49	PayPal	337	13,80
401 - 500	32	LG Electronics	411	57,50

Можна прослідкувати наступну закономірність: чим тісніше корпорація взаємодіє із стартапами, тим ефективнішими є показники її діяльності, і тим чіткіша її лідируюча позиція серед інших транснаціональних корпорацій.

Поширеним каналом співпраці корпорацій із стартапами є корпоративний венчурний капітал (у 62,6% випадків ТНК взаємодіють із стартапами саме завдяки ньому). Слідом за корпоративним венчурним капіталом ідуть стартап-змагання (у 29,0% випадків), а також створення акселераторів та інкубаторів (24,4% випадків). Існують також такі канали, як бізнес-підтримка, технічна підтримка, різноманітні стартап-програми, коворкінг (рис.2) [2; 3].

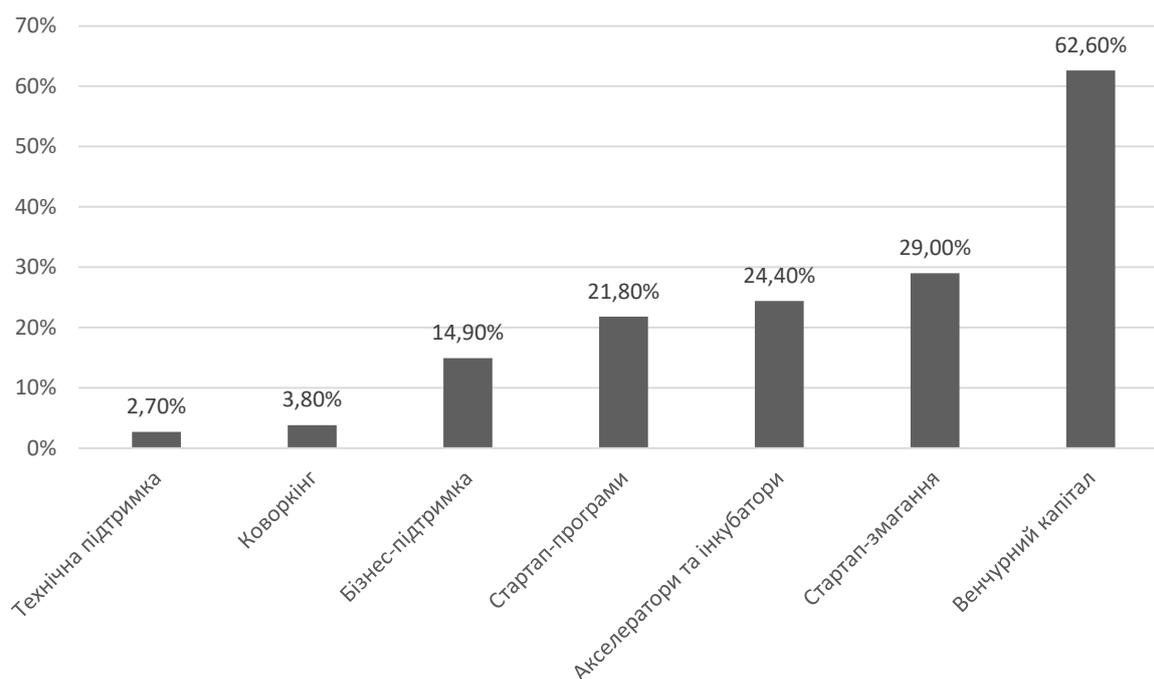


Рис. 2. Основні канали взаємодії ТНК та стартапів

Корпорації зазвичай здійснюють стратегічне фінансування стартапів. Для прикладу інвестиції корпорації Toyota в Uber або корпорації Apple у Didi Kuaidi, що складає понад 1 млрд дол.

Для фінансування стартапів, як вже і зазначалось, більшість корпорацій використовують корпоративний венчурний капітал. Для цього корпорації створюють спеціалізовані венчурні фонди, які спеціально спрямовані на інвестування в стартапи. Такі провідні корпорації, як Intel, Google, Comcast, Time Warner, GM, Toyota, Microsoft, Samsung та багато інших створили власні венчурні фонди і щороку, за рахунок коштів цих фондів, фінансують все більше нових стартапів. В таблиці 2 наведено корпоративні венчурні фонди, які здійснили найбільше інвестицій у стартапи протягом 2015-2018 років.

Таблиця 2

Найбільш активні корпоративні венчурні фонди за 2015-2018 роки [4]

Рік	Місце у світовому рейтингу	Назва корпоративного венчурного фонду	Місце у світовому рейтингу	Назва корпоративного венчурного фонду
1	2	3	4	5
2018	1	Google Ventures	6	Microsoft Ventures
	2	Intel Capital	7	Bloomberg Beta
	3	Salesforce Ventures	7	Legend Capital
	4	GE Ventures	9	Samsung Ventures
	5	Qualcomm Ventures	10	Cisco Investments

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5
2017	1	Google Ventures	6	Legend Capital
	2	Intel Capital	7	Microsoft Ventures
	3	Salesforce Ventures	7	K Cube Ventures
	3	Qualcomm Ventures	7	Fosun RZ Capital
	5	GE Ventures	10	Samsung Ventures
2016	1	Intel Capital	6	Cisco Investments
	1	Google Ventures	6	GE Ventures
	3	Salesforce Ventures	8	Bloomberg Beta
	4	Comcast Ventures	9	Samsung Ventures
	5	Qualcomm Ventures	10	Microsoft Ventures
2015	1	Intel Capital	6	Samsung Ventures
	2	Google Ventures	7	Comcast Ventures
	3	Qualcomm Ventures	8	Bloomberg Beta
	4	Salesforce Ventures	9	Cisco Investments
	5	GE Ventures	10	Novartis Venture Funds

З таблиці 2 видно, що найактивніше стартапи фінансуються венчурними фондами таких корпорацій, як Google, Intel та Salesforce. Це пояснюється тим, що усі ці корпорації працюють у сфері IT-технологій, програмного забезпечення, що в свою чергу, вимагає від них постійного пошуку інноваційних рішень та впровадження розробок.

Корпоративний венчурний фонд компанії Intel створено 1991 року, з того фонд здійснив інвестування у понад 10 млрд дол США в кілька сотень компаній. Тенденція щодо створення власних венчурних фондів підтримується практично усіма представниками цифрової індустрії. Щорічно такі корпорації, як Google або Facebook фінансують або купують чергові стартапи та інтегрують їх у свій бізнес.

Однак, власні венчурні фонди є не лише у корпоративних гігантів цифрової індустрії, а й у більшості представників традиційної індустрії, зокрема у Volvo, Shell, BASF, Siemens та багатьох інших транснаціональних корпорацій.

За даними американської венчурної асоціації NVCA, частка корпоративних гравців на венчурному ринку щороку збільшується.

Часто використовуваним каналом взаємодії ТНК та стартапів також є акселератори та інкубатори. Третина всіх акселераторів світу на тому чи іншому рівні фінансується корпораціями. Однак, фінансування здійснюється не лише за рахунок коштів корпоративного венчурного фонду. Часто використовують і такий шлях взаємодії, як різноманітні корпоративні програми.

2017 рік став визначальним для корпоративного венчурного капіталу, оскільки обсяг зазначеного капіталу склав 37,4 млрд доларів США. Це максимально зафіксована сума грошей, інвестованих корпоративною венчурною індустрією в стартапи. В цілому, корпоративні

венчурні компанії брали участь у 44% всіх венчурних угод на 2017 рік (згідно доповіді Pitchbook та NVCA) [4].

Для наочного уявлення про взаємодію стартапів та ТНК, розглянемо найбільш відомі приклади інвестицій транснаціональних корпорацій у стартапи. Розглянемо приклад придбання нової компанії LinkedIn впевненим і досвідченим учасником ринку високих технологій Microsoft, вартість угоди склала 26,2 млрд доларів США. Іншим прикладом виступає угода щодо придбання месенджера WhatsApp соціальною мережею Facebook за 19 млрд доларів США. Зауважимо, що німецька компанія SAP, теж відзначилась інвестувавши понад 2 млрд доларів США в 120 стартапів і далі активно продовжує їх фінансувати.

У таблиці 3 наведено перелік крупних придбань корпораціями стартапів у 2017 році.

Таблиця 3

Крупні придбання стартапів корпораціями у 2017 році [5]

Придбаний стартап	Сектор діяльності	Корпорація, що придбала	Ціна угоди, млн дол
AppDynamics	ІТ-технології	Cisco	3700,00
Chewy	Інтернет-магазин з продажу товарів для домашніх тварин	PetSmart	3350,00
Moat	Розробки в сфері ефективності інтернет-реклами	Oracle	850,00
Musical.ly	Соціальна мережа для створення відео та обміну фотографіями	Beijing Bytedance Technology Co	800,00
Shipt	Сервіс з доставки продуктів	Target	550,00
NuTonomy	Розробка безпілотного транспорту	Delphi	450,00
Trello	ІТ-технології	Atlassian	425,00
Shazam	Додаток для ідентифікації музичних композицій	Apple	400,00
WePay	Сервіс онлайн-платежів	JP Morgan Chase&Co	400,00

Загалом, кожна десята глобальна корпорація зі списку Fortune 2000 одночасно працює відразу з 50 стартапами. Однак, це верхня межа: в середньому велика корпорація розробляє від п'яти до 25 проектів на рік.

Розглянемо детальніше співпрацю із стартапами корпорації Google, як одного з найбільших світових інвесторів у стартап проекти. За час свого існування Google придбала більше стартапів, ніж будь-яка інша технологічна компанія. Так, за даними CrunchBase, за період з 2001 по 2018 роки, корпорація придбала та профінансувала близько 222 компаній. Для порівняння, Apple з 1988 року придбала 82 стартапи, а Microsoft з 1987 року – близько 185 стартапів [6].

Три чверті поглинених проектів базувалися в США, на другому місці за кількістю – стартапи Канади, потім – Великобританії, Німеччини та Ізраїлю. Є в списку придбань і заснований в Україні стартап – компанія Viewdle. Так у 2012 році, Motorola Mobility, будучи вже в складі Google, придбала українську компанію Viewdle за 30-45 млн. дол. США. Дана компанія займається розробкою технологій розпізнавання осіб та різноманітних об'єктів мобільними пристроями. Viewdle є експертом у галузі комп'ютерного зору.

Всього на покупку стартапів Google витратила близько 29,2 млрд дол США (без урахування молодих маловідомих компаній, сума угод за якими зазвичай не розголошується).

Google купує стартапи для таких основних цілей: запуску нових проектів і підтримки вже існуючих. При цьому компанія, як вже раніше зазначалося, займається ще й інвестиціями в молоді проекти: GV (раніше – Google Ventures) вклав мільярди доларів в близько 50 стартапів. На рис. 3 зображено кількість стартапів, придбаних компанією Google за 2001-2018 роки [6].

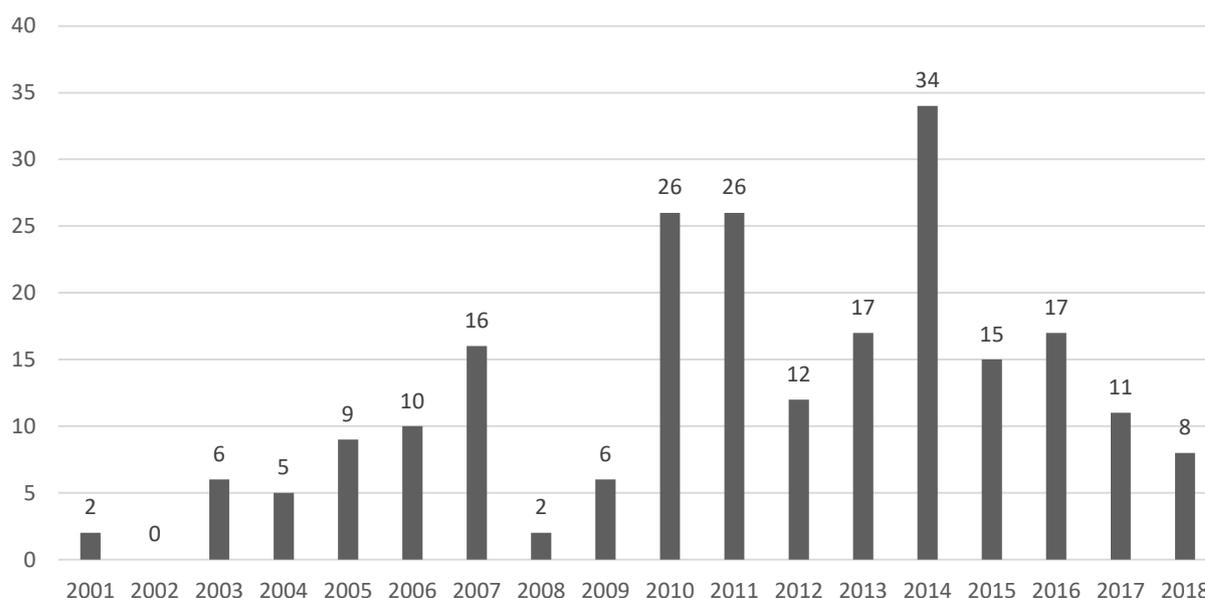


Рис. 3. Взаємодія корпорації Google із стартапами

З рисунку 3 видно, що рівень активності корпорації Google у поглині найвищий у 2010, 2011 і 2014 роках. У 2010 році компанія уклала 26 угод, більшість з яких полягали у розвитку програмного продукту Google Plus. Декілька стартапів Google придбала також заради диверсифікації проектів, зокрема – Like.com за 100 млн дол США з метою початку роботи в e-commerce. У 2011 році компанія Google також здійснила 26 покупок, не менше п'яти з яких спрямовані на підтримку рекомендаційних сервісів компанії. Придбання таких стартапів, як SayNow і PittPatt допомогло Google запуснути нові проекти по голосовому управлінню та

розпізнаванню осіб. У 2014 році укладено 34 угоди, і більшість стартапів придбані з метою диверсифікації [7].

Тенденція до взаємодії корпорацій із стартапами стрімко поширюється по всьому світі, зокрема, добре простежується на прикладі Німеччини та Індії. Німецькі корпорації (Bayer, Merck, Deutsche Telekom, Evonik і Metro), згідно з доповіддю Reuters, в даний час активно інвестують в стартапи для розвитку цифрової експертизи [8].

Сума подібних інвестицій в Німеччині в 2017 році склала 2,38 млрд дол США, що все ж значно менше у порівнянні із США. Німецькі стартапи привернули до себе увагу промислових гігантів, включаючи POSpulse, Dinnery, Bauerntuete і KptnCook.

Традиційні індійські сервісні ІТ-компанії також взаємодіють із стартапами для пошуку нових ідей. Корпорація Infosys, наприклад, створила фонд в розмірі 500 млн дол США для інвестицій у сфері автоматизації та штучного інтелекту і, нещодавно, придбала молодшу компанію по автоматизації Panaya за 200 млн дол США. Корпорація Wipro також відкрила корпоративний венчурний фонд на 100 млн дол США у Кремнієвій долині.

Охарактеризуємо і тенденції, що характерні Україні. На сьогоднішній день стартап-екосистема в країні розвивається швидкими темпами. На ринку є підприємці, готові працювати, та інвестори, спроможні вкладати кошти. Однак для українського ринку характерна типова проблема всіх екосистем, що розвиваються – відсутність регулярної практики виходів стартапів на ринок, їх продаж корпораціям. Поодинокі випадки зафіксовані, проте порівняно з розвиненими екосистемами США та країн Західної Європи, їх все ще не значна кількість.

Висновки. Проаналізувавши матеріал з проблемного питання, можна зробити висновки про те, що корпорації є головними інвесторами стартапів, адже розвиток корпорацій та їх успіх безпосередньо залежить від інноваційної діяльності стартап-компаній. Виявлено закономірність, згідно якої, чим більше корпорація взаємодіє із стартапами, тим кращою є її позиція на ринку і тим ефективнішими є показники її діяльності.

Крім того, фінансування стартапів корпораціями здійснюється через низку шляхів, найголовнішим з яких є корпоративний венчурний капітал. Більшість світових транснаціональних корпорацій вже створили або потсупово створюють корпоративні венчурні фонди і щороку, за рахунок коштів цих фондів, фінансують нові стартапи.

Таким чином, стартапи, по своїй суті, функціонують саме за рахунок взаємодії з інвесторами і корпораціями. Через кілька років, при успішному розвитку, стартап-компанія частіше за все поглинається корпорацією, що, в свою чергу, надає їй нову цінність. Самостійний вихід стартапу на IPO явище досить рідке і лише на розвинених ринках, саме тому, розглядати інвестиції в стартапи у відриві від корпорацій складно.

Література:

1. Еволюція життєвого циклу компанії по Іцхаку Адізесу. URL: <http://moyaosvita.com.ua/menedzhment/evolyuciya-zhittyevogo-/ciklu-kompani%D1%97-po-icxak-adizes/>
2. Global 2000: the world's largest public companies. URL: <https://www.forbes.com/global2000/#128796d5335d>
500 Corporations. Як найбільші світові корпорації взаємодіють із стартапами. URL: http://cdn2.hubspot.net/hubfs/698640/500CORPORATIONS_-_How_do_the_Worlds_Biggest_Companies_Deal_with_the_Startup_Revolution_-_Feb_2016.pdf
4. The 2017 Global CVC. URL: <https://www.cbinsights.com/research/report/corporate-venture-capital-trends-2017/>
5. Крупні придбання корпораціями стартапів у 2017 році. URL: <https://delo.ua/business/krupnejshie-pokupki-tehnologicheskikh-startapov/-v-2017-godu-337865/>
6. Crunchbase – платформа для пошуку інформації про приватні та публічні компанії. URL: <https://www.crunchbase.com>
7. List of mergers and acquisitions by Alphabet. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_mergers_and_acquisitions_by_Alphabet
8. Reuters. News agency. URL: <https://de.reuters.com>

УДК 339.7:338.001.36

Новікова А.П. novikovaalucya@gmail.com

Науковий керівник: Скоробогатова Н.Є.

канд. економ. наук, доцент

ORCID ID: 0000-0002-2741-7629

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ФОРМУВАННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМІВ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНСЬКИХ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ

Анотація

У статті досліджується вплив високотехнологічного виробництва на національну економіку країни. Визначено тенденції стрімкого розвитку інноваційних технологій у світовому просторі. Виявлено тенденцію до розміщення іноземними компаніями підрозділів на території України, що пояснюється поєднанням високої якості кадрів при низькому рівні витрат на оплату праці. Проаналізовано основні проекти міжнародного співробітництва у сфері високих технологій за участі України. Запропоновано поетапну схему процесу активізації МНТС на прикладі інформаційних технологій. Зроблено прогноз ВВП на душу населення з врахуванням реалізації запропонованих заходів щодо активізації пріоритетних напрямів міжнародного співробітництва українських високотехнологічних підприємств.

Annotation

The influence of high-tech production on the national economy of the country was investigated. The trends of the rapid development of innovative technologies in the global space were identified. The tendency to locate foreign companies divisions in Ukraine was identified. This is due to the combination of high quality labor personnel with a low level of labor costs. The main projects of international cooperation in the field of high technologies with the participation of Ukraine were analyzed. A step-by-step scheme for the process of MNTS activation was proposed. For an example, information technologies were selected. The forecast of GDP per capita, taking into account the proposed measures to enhance the priority areas of international cooperation of Ukrainian high-tech enterprises was made.

Ключові слова: міжнародне співробітництво, високотехнологічні компанії, багатofакторна регресійна модель, сталий розвиток.

Вступ. Двигуном прогресу багатьох держав світу здебільшого виступає їх співпраця, взаємодопомога, обмін досвідом тощо. Саме міжнародне співробітництво, що виникає між країнами в процесі такої співпраці, як правило, передбачає подальший розвиток країн-учасників.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності держави має ґрунтуватися на забезпеченні національних інтересів та зростанні національного багатства у майбутньому. Водночас, формуючи напрями міжнародного співробітництва, слід враховувати специфіку та можливості галузей. На мікрорівні, безумовно, визначальними є інтереси власників підприємств, які мають корелювати з національними пріоритетами держави. Лише у такому взаємозв'язку можливий розвиток національної економіки. В умовах обмеженості та високої вартості ресурсів з метою забезпечення сталого розвитку суспільства великі сподівання покладаються на активізацію інноваційної діяльності, поширення діяльності високотехнологічних підприємств, які мають високу частку доданої вартості, спільну реалізацію глобальних проектів за міжнародної участі. Для України вирішення даної проблеми є вкрай актуальним питанням, що дозволить підняти рівень міжнародної конкурентоспроможності національної економіки та забезпечить зростання рівня добробуту.

Проблематиці організації та оцінці ефективності міжнародного співробітництва присвячена багато праць вітчизняних та закордонних науковців, серед яких С.В. Войтко, В.Г. Герасимчук, І.І. Дахно, К. А. Задумкин, В.В. Козик, С.М. Макуха, М. З. Мальський, М. М. Мацяк, Л.А. Панкова, К.А. Семенов, І. А. Спиридонов, Ч. Сівей та інші. Водночас потребують поглиблення питання визначення пріоритетних напрямів міжнародного співробітництва українських високотехнологічних компаній, які на сьогодні мають значний потенціал.

Постановка задачі. Метою дослідження є надання обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку міжнародного співробітництва українських високотехнологічних підприємств з врахуванням наявного потенціалу та сучасних світових тенденцій. Для досягнення поставленої мети було вирішено наступні завдання:

- оцінка впливу високотехнологічного виробництва на розвиток національно економіки України та інших країн світу;
- ідентифікація пріоритетних напрямів міжнародного співробітництва українських високотехнологічних підприємств та надання пропозицій щодо активізації МНТС;
- побудова прогнозної моделі визначення ВВП України на душу населення з врахуванням реалізації запропонованих заходів.

Методологія. Для досягнення мети та вирішення поставлених завдань в роботі були застосовані загальнонаукові та специфічні методи дослідження, зокрема, критичний аналіз, методи аналізу та синтезу – для оцінювання впливу високотехнологічного виробництва на рівень розвитку країни та визначення пріоритетних напрямів МНТС у сфері високих технологій, економіко-математичні методи – для багатокритеріальної регресійної моделі розвитку ВВП України на душу населення. Результати дослідження, висновки та пропозиції обґрунтовано шляхом комплексного підходу.

Результати дослідження. Варто зазначити, що різні науковці також вважають, що розвиток високотехнологічних підприємств, та інформаційних технологій зокрема, безумовно сприяє розвитку економіки країни в цілому. Так, Н.П. Іващенко стверджує, що «розвиток економіки та суспільства збільшує необхідність в інформації» [15]. А. О. Павлов в своїй роботі зазначив: «Економічне зростання, що залежить від ряду факторів, підлягає всебічному впливу інформаційних технологій» [10]. Науковці, що зацікавлені у підвищенні конкурентоспроможності національної економіки, як один стверджують, що подальше економічне зростання будь-якої країни практично неможливе без розвитку високотехнологічних підприємств, без втручання у сферу ІТ та подальшого її розвитку. Результати попередніх досліджень авторів [8] підтверджують тезу про визначальну роль ІТ-сфери в останні роки. Розвиток інформаційних технологій напряму пов'язаний з міжнародним науково-технічним співробітництвом в різних країнах. Інформаційно-комунікаційні технології впливають на розвиток за допомогою декількох механізмів. По-перше, інвестиції в ІКТ як в засоби виробництва призводять до «поглиблення» капіталу, а відповідно, до підвищення продуктивності праці (табл. 1).

Таблиця 1

Внесок різних факторів у зростання ВВП країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) в середньому за 2009-2015 рр.*

Країна	Зростання ВВП, %	Багатофакторна продуктивність, %	Внесок ІКТ
Італія	-0,3	0,3	0,1
Японія	1,5	1,3	0,1
Португалія	-0,9	0,1	0,1
Німеччина	2,0	1,1	0,1
Данія	1,3	1,0	0,2
Франція	1,1	0,5	0,2
Австрія	1,2	0,4	0,2
Бельгія	1,3	0,2	0,2
Швейцарія	1,7	0,4	0,3
Нідерланди	0,9	0,4	0,2
Іспанія	0,9	0,05	0,2
Фінляндія	0,5	0,5	0,1
Великобританія	2,0	0,5	0,1
США	2,2	0,6	0,2
Швеція	2,7	1,1	0,2
Канада	2,3	0,7	0,1
Нова Зеландія	2,4	0,1	0,5
Австралія	2,7	0,5	0,2
Корея	3,5	1,8	0,1
Ірландія	2,0	1,4	0,2

*складено та систематизовано авторами на основі [9, с. 53]

Найбільший приріст внеску ІКТ в зростання ВВП за період з 2009 по 2015 роки був відзначений в Швейцарії та Новій Зеландії. Стосовно України варто відзначити той факт, що в період 2017 р. було створено 110 тис. нових робочих місць, що на 70% більше, ніж в 2016 році. Серед ІТ-вакансій слід виділити найбільшу ІТ-корпорацію в Україні – EPAM, яка пропонує близько 400 вакансій на рік. За обсягами експорту в Україні індустрія розробки програмного забезпечення згенерувала 3,2 млрд. дол. у 2016 році, через що зайняла третє місце серед інших індустрій. У 2016 р. пов'язані з ІТ податкові відрахування склали 13,2 млрд. дол. (3,2% ВВП) [8].

По-друге, все більше застосування ІТ дозволяє фірмам підвищувати ефективність, а значить, і багатофакторну продуктивність (див. табл. 1). Технічний прогрес, особливо в частині ІТ, різко підвищує продуктивність праці і капіталу і створює на підприємстві особливе середовище, котре стимулює зростання продуктивності. Стратегічне значення ІТ полягає в тому, що вони змінюють спосіб функціонування компаній, впливаючи на сам процес, за допомогою якого компанії виробляють продукт. Більш того, вони перетворюють сам продукт, тобто ту сукупність фізичних товарів, послуг і інформації, яку компанії надають своїм покупцям і постачальникам. Інформаційні технології проникають в кожен ланцюжок створення вартості, перетворюючи спосіб виконання видів діяльності і природу зв'язків між ними. Вони також впливають на конкурентний розмах і на те, яким чином продукція задовольняє потреби покупців. Ці основні ефекти служать поясненням того факту, що інформаційні технології отримали стратегічне значення і відрізняються від інших застосовуваних в діловому світі технологій [12].

Зростання використання ІКТ призводить до посилення мережевих ефектів, таких як зниження транзакційних витрат, і прискорення інновацій [11], що, в свою чергу, підвищує загальну ефективність економіки.

Українська сфера інформаційних технологій щорічно розвивається, як вже було досліджено раніше в роботі [8]. Щодо науково-технічної діяльності варто зазначити, що тенденція є спадаючою, щорічно в Україні зменшується кількість виконавців та витрати на наукові та науково-технічні роботи, а також все менша кількість наукових та науково-технічних робіт виконується. Схожою є ситуація в МНТС, адже тенденція всіх досліджених показників є спадаючою. В останні роки науково-технічною діяльністю здебільшого займаються ІТ-компанії, котрі орієнтовані саме на створення та розвиток новітніх технологій та новацій. Розглядаючи український ринок ІТ-підприємств, варто відзначити наполегливість та працьовитість великих, а іноді й не дуже, ІТ-компаній.

Проте, не зважаючи на відносну новизну сфери інформаційних технологій в Україні, багато успішних вітчизняних та іноземних ІТ-компаній ведуть свою діяльність на її території. Основними причинами

розміщення транснаціональних корпорацій на території України варто визнати вільний ринок інформаційних технологій, котрий ще не заповнений, а також дешева та кваліфікована робоча сила, котра є головним ресурсом для успішної діяльності ІТ-компаній.

Важливим завданням для України є визначення своєї конкурентної переваги в порівнянні з іншими країнами. Вітчизняна наука ще володіє досить потужним потенціалом, здатним забезпечити інтеграцію України у світову інноваційну систему, зробити співпрацю з партнерами взаємовигідною. Фахівці оцінюють, що з приблизно 50 макротехнологій виробництва наукомісткої продукції Україна може мати свою частку ринку у 10-12 макротехнологіях [9]. Значний потенціал має Україна у сфері ІКТ, оскільки у нас готують освічених та висококонкурентних програмістів, які працюють на світові фірми та організації, наприклад, Microsoft. На сьогодні Україна посідає четверте місце у світі після США, Індії та Росії за кількістю сертифікованих програмістів [6].

Україна бере участь у низці напрямів міжнародної науково-технічної співпраці. Науково-технологічне співробітництво між Україною та країнами Євросоюзу здійснювалося шляхом кооперації в Сьомій рамковій програмі (FP7) [5]. Україна задіяна в багатьох європейських наукових проектах. За результатами конкурсів Сьомої рамкової програми ЄС (FP7) Україна входила у десятку найбільш успішних країн, які не є членами ЄС чи асоційованими країнами, що беруть участь в програмі, та посідала шосту позицію за кількістю поданих та підтриманих проектів, і сьому позицію – за бюджетним внеском ЄС [7]. Наукові установи та вищі навчальні заклади України взяли участь у 126 проектах Сьомої рамкової програми з обсягом фінансування Європейської Комісії у сумі близько 26,5 млн. євро [1].

Таким чином, Україна плідно співпрацює з країнами високого науково-технічного розвитку в галузях, де вітчизняна наука здатна отримувати результати світового рівня, з метою реалізації українського наукового потенціалу у світовій системі поділу праці в сфері науки. Конкретний результат має забезпечити реалізація проривних наукових проектів, спрямованих на створення принципово нових технологій і зразків сучасних продуктів, що створюють основу інтенсивного розвитку високотехнологічних (і пов'язаних з ними) секторів. Україна має знайти власне місце в міжнародному розподілі наукової праці, володіючи двома перевагами – кваліфікованою та недорогою робочою силою і високим науковим потенціалом [7].

Враховуючи той факт, що сучасне міжнародне науково-технічне співробітництво здебільшого базується на розробці та обміні новітніми технологіями, варто дослідити становище сфери інформаційних технологій в Україні та виділити її міжнародне значення, аби мати можливість надалі визначити проблеми, з якими стикається український

ринок ІТ та сформувані пріоритетні напрями подальшого розвитку України в даній сфері.

Зважаючи на те, що ринок інформаційних технологій складається з трьох основних елементів: готове програмне забезпечення (Software), апаратне забезпечення (Hardware) та послуги, можемо виокремити частку кожного з них в окремих країнах світу за 2016 рік (рис. 2). З рис. 2 видно, що з аналізованих країн найбільш розвинутий ринок ІТ має Великобританія, адже в останні роки найбільш затребуваними в ІТ-сфері є послуги. Таким чином, можна відмітити, що Китай та Україна мають протилежну ситуацію, оскільки дані країни орієнтовані на створення апаратного забезпечення. Незважаючи на це, зауважимо, що ринок інформаційних технологій в Китаї значно перевищує український за обсягами і складає 225 млрд. дол. (проти 1,76 млрд. дол. в Україні) [4].

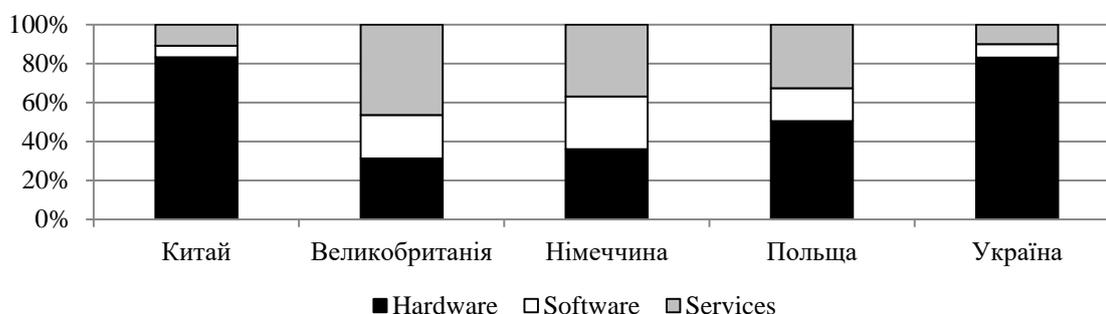


Рис. 2. Обсяг ІТ-ринку в Україні та інших країнах світу за 2016 рік [4]

Динаміку індексу готовності до мережі можна побачити на рис. 3 та 4, де основні складові даного індексу порівнюються з середніми показниками групи країн, до якої входить Україна.



Рис. 3. Індекс готовності до мережі України за 2012 р. [3]

Даний індекс було обрано для дослідження оскільки він включає в себе всі сфери суспільного життя країни, від економічних та політичних до інноваційних та цифрових. Такий розріз дозволить з'ясувати що саме заважає та сприяє стабільному розвитку ІТ.



Рис. 4. Індекс готовності до мережі України за 2016 р. [1]

Порівнявши рис. 3 та 4, можемо зробити висновок стосовно найвагоміших напрямів при формуванні індексу готовності до мережі в Україні, з них: доступність до мережі, навички володіння нею та інфраструктура та цифровий контент. В цілому Україна знаходиться трохи вище середніх показників групи, але в динаміці за п'ять років ситуація практично не змінилася.

Таким чином, поєднуючи вищезазначені факти щодо стрімкого розвитку високотехнологічної сфери, зокрема, сфери інформаційних технологій, та несуттєвого міжнародного науково-технічного співробітництва в Україні, можемо відзначити, що наразі доволі раціональним кроком для України може стати активізація міжнародного науково-технічного співробітництва за допомогою втручання сфери інформаційних технологій. За результатами дослідження було розроблено поетапну схему процесу активізації міжнародного науково-технічного співробітництва у сфері інформаційних технологій (рис. 5):

Перший етап включає в себе визначення державою існуючих проблем у сфері інформаційних технологій та формування на їх основі національних інтересів країни, котрі можуть бути досягнуті в процесі міжнародного співробітництва.

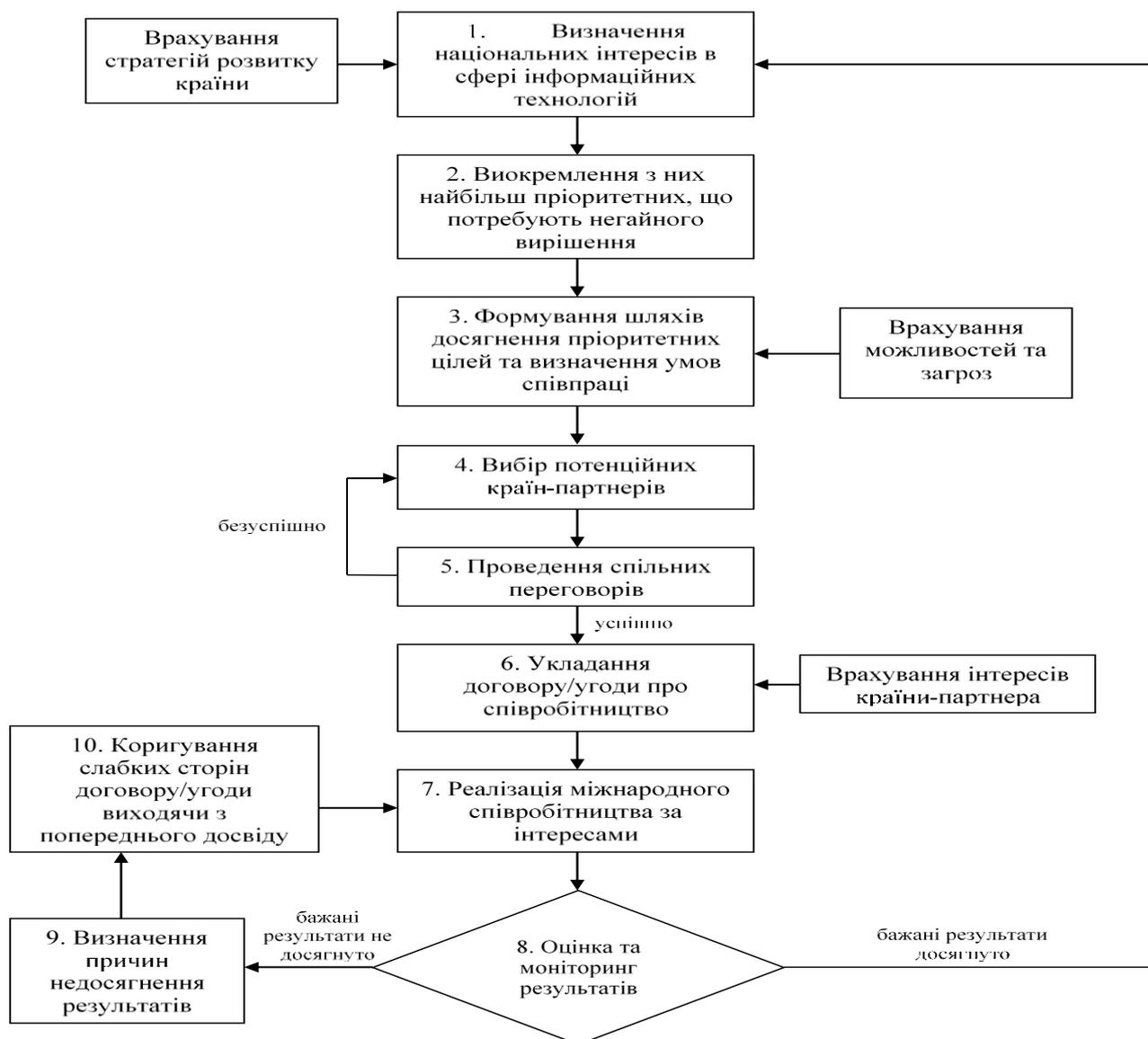


Рис. 5. Етапи процесу активізації міжнародного науково-технічного співробітництва у сфері інформаційних технологій*

*розроблено авторами

При визначенні основних національних інтересів на певному етапі розвитку країни, обов'язковим є врахування стратегій її розвитку, котрі також можуть зачіпати актуальні проблеми, що виносяться до національних інтересів, або навпаки суперечити їм.

На другому етапі, виділені національні інтереси розглядаються більш детально та з них виокремлюються ті, котрі на даному етапі розвитку країни є найбільш пріоритетними та несуть найбільшу кількість вигод країні.

Третій етап характерний тим, що після вибору пріоритетних напрямів для подальшого співробітництва починається формування шляхів досягнення зазначених інтересів. По-перше, на даному етапі мають враховуватися всі можливості країни та загрози, котрі можуть бути

спричиненні в процесі реалізації поставлених цілей. По-друге, визначаються умови на яких країна буде готова співпрацювати з іншими країнами, не втрачаючи при цьому потенційних вигод. Також, варто підкреслити, що виконавцями даного етапу стають різні державні установи, котрі відповідають в країні за ту сферу, яка була визначена пріоритетним національним інтересом.

Четвертий етап обираються потенційні країни-партнери, котрі вірогідно можуть допомогти державі досягти поставлених цілей. На п'ятому етапі проводяться спільні переговори з обраною на четвертому етапі країною та виходячи з результатів таких переговорів, при безуспішних переговорах необхідно повернутися знову до четвертого етапу, та повторити процедури, а при успішно проведених переговорах починається шостий етап, на якому укладається договір/угода про співробітництво та обов'язково враховуються інтереси країни-партнера.

На сьомому етапі за відсутності зовнішніх негативних чинників відбувається реалізація самого співробітництва та відповідно кожна країна отримує свої вигоди від такого співробітництва. Після цього проводиться моніторинг та оцінка проведених робіт і при досягненні бажаних результатів, країна може повертатися до першого етапу і визначати нові пріоритетні напрями розвитку. Однак, якщо бажані результати не було досягнуто, необхідним стає дев'ятий етап, де визначаються причини недосягнення результатів та переглядається договір/угода на слабкі його сторони. Після цього має проводитися коригування слабких сторін договору/угоди та зазначення нових умов співробітництва, що мають призвести до бажаного результату. Даний етап завершується повторним переходом до сьомого етапу і цикл повторюється.

Варто відмітити, що проведення міжнародного науково-технічного співробітництва з високо розвинутими країнами є більш вірогідним для держав за умов наявності стабільного розвитку економіки та кожної окремої сфери зокрема, що підтверджується п'ятим етапом процесу активізації МНТС, адже потенційна країна-партнер може відмовити у співпраці державі, котра буде нездатна запропонувати щось взамін. Тобто економічні можливості країни грають важливу роль при визначенні її позиції на міжнародній арені. Виходячи з цього, варто зазначити, що стратегічно важливим для країни є прогнозування її окремих показників, котрі можуть стати в подальшому важливим кроком до стабільного розвитку всієї економіки.

З метою прогнозування розвитку економіки України та впливу на неї високотехнологічного виробництва, та ІТ-сфери зокрема, було здійснено багатофакторний регресійний аналіз. Варто підкреслити, що складність розрахунків та узагальнення інформації призводять до необхідності широкого використання обчислювальної техніки. Рівняння лінійної множинної регресії для прогнозування ВВП на душу населення:

$$Y = -235,97 + 0,27 \cdot x_1 + 6,24 \cdot x_2 + 1,48 \cdot x_3 + 6,81 \cdot x_4, \quad (1)$$

де x_1 – обсяг експорту ІКТ, млн дол.;

x_2 – виробництво послуг, млрд дол.;

x_3 – витрати на науку, млн дол.;

x_4 – торговельний оборот, млрд дол.

Динаміка ВВП на душу населення та прогностні значення на наступні п'ять років за багатофакторною регресійною моделлю наведена на рис. 6.

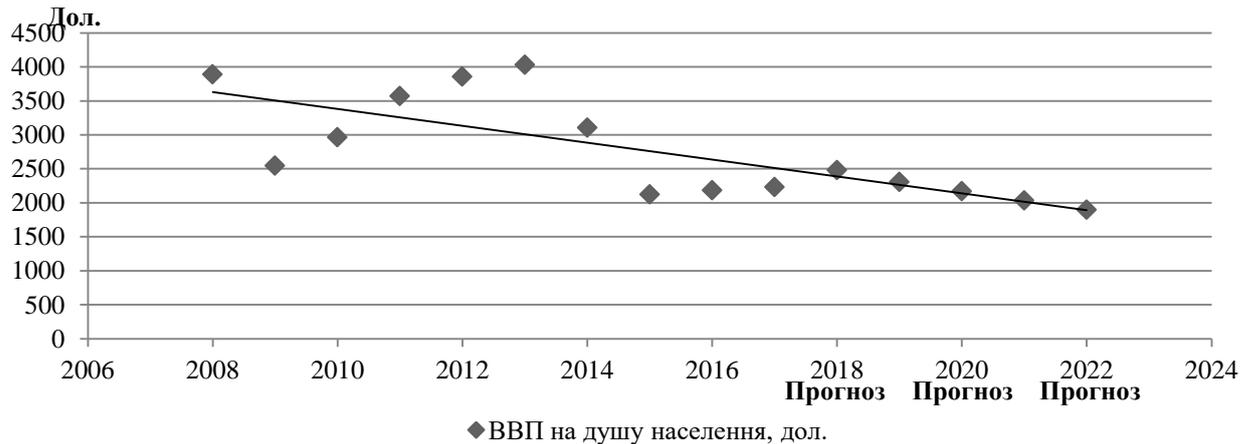


Рис. 6. Динаміка ВВП на душу населення в Україні 2006-2022 рр.

**розроблено авторами*

Таким чином, проведений аналіз показав, що показник ВВП на душу населення в Україні у 2018 році має суттєво зрости порівняно з останніми трьома роками. Схожий прогноз також надає міжнародне рейтингове агентство Moody's, яке прогнозує ВВП на душу населення в Україні на рівні 2 тис. дол., що є найнижчим показником серед країн СНД [13]. Однак, така тенденція не простежується в наступні 4 роки. За багатофакторним регресійним прогнозом даний показник буде стабільно зменшуватися через негативний вплив аналізованих показників, які в останні роки зменшуються, що є суттєво негативним показником України як для її економічного розвитку, так і для потенційного міжнародного співробітництва.

З метою підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку вважаємо доцільним реалізувати наступні пріоритетні напрямки міжнародного науково-технічного співробітництва для українських високотехнологічних компаній, виходячи з національних інтересів держави:

1. Розробка програм міжнародного співробітництва із залучення іноземних спеціалістів та викладачів в сфері інформаційних технологій, котрі зможуть забезпечити якісну технічну освіту та підготовку ІТ-фахівців, які в подальшому зможуть стати достатньо конкурентоспроможними для міжнародного ринку інформаційних технологій.

2. Створення потужних наукових центрів та інноваційних парків, на яких будуть проводитися НДДКР, а також будуть використовуватися новітні технології та техніка, котрі дозволять вкладати значно менші кошти у НДДКР. Наукові центри та технопарки також дадуть змогу реалізовувати велику кількість стартапів, котрі доволі часто залишаються без належної уваги.

3. Підтримка та розширення міжвузівських зв'язків у сфері інформаційних та інших технологій на основі НДДКР та освітніх центрів (як пріоритет – міжнародних) задля можливості максимальної інтеграції в єдиний освітній простір у сфері високих технологій.

4. Організація спільних малих та середніх підприємств у сфері високих технологій, які будуть здатні швидко реагувати на зміни ринку та споживчого попиту.

5. Розширення ринку ІТ-послуг, яке може бути досягнуто за рахунок підвищення рівня кваліфікації ІТ-спеціалістів, котрі зможуть вести гідну конкурентну боротьбу з іноземними спеціалістами у сфері інформаційних технологій.

Таким чином, можна відзначити, що Україна вже стоїть на шляху до виходу на міжнародний ринок інформаційних технологій як конкурентоспроможна країна. Однак, вона досі потребує вдосконалення існуючих механізмів міжнародної співпраці українських ІТ-компаній, тому актуальним завданням для країни залишається визначення власних пріоритетних цілей, котрі забезпечать її перехід від теоретичного осмислення до практичного застосування.

Висновки. Аналіз статистичних та аналітичних даних продемонстрував, що діяльність високотехнологічних підприємств робить вагомий внесок у розвиток кожної країни, що позначається на її макроекономічних показниках. Дослідження стану української економіки констатує її нестабільність, що дає високі можливості для реалізації потенціалу високотехнологічних підприємств (зокрема, сфера ІТ) на вітчизняному та світовому ринку.

Новизною роботи є розроблений поетапний процес активізації міжнародного науково-технічного співробітництва у сфері інформаційних технологій, котрий включає в себе 10 основних етапів та розроблена багатокритеріальна регресійна модель для побудови прогнозу ВВП на душу населення з врахуванням реалізації запропонованих заходів активізації міжнародного співробітництва у сфері високих технологій.

Перспектива подальших досліджень полягає у розробці заходів щодо підвищення ефективності діяльності високотехнологічних компаній України з врахуванням технологій, покладених в основу четвертої промислової революції Індустрія 4.0.

Література:

1. Horizon 2020. URL: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/>.
2. The Global Information Technology Report 2016//World Economic Forum. URL: http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf.
3. The Global Information Technology Report 2012 // World Economic Forum. 2012. URL: http://www3.weforum.org/docs/Global_IT_Report_2012.pdf 142.
4. Атлас «ІТ-індустрія в Україні». 2017. URL: <http://businessviews.com.ua/ru/the-infographics-report-it-industry-of-ukraine-2017/>
5. Европейский Союз отмечает ухудшение демократии и прав человека в Украине. 2011. URL: <http://europa.com/ukraine/eurointegration/1835-evrokomissiya-otmechaet-ukhudshenie-demokratii-i-prav-chelovekav-ukraine>.
6. Кваша Т. К. Форсайтні дослідження в Україні // Актуальні проблеми науково-технологічної та інноваційної політики у контексті формування загальноєвропейського наукового простору: досвід та перспективи: матеріали міжнар. симпоз. К.: Фенікс. 2010. С. 236-238.
7. Лозовий В. С. Сучасні тенденції у науково-технічній сфері і міжнародні інтеграційні пріоритети національної науково-технічної стратегії України. // Освіта, наука і культура на Поділлі. 2015. Т.22. С. 204-215.
8. Новікова А.П., Скоробогатова Н.Є. Аналіз розвитку світового та українського ринку ІТ-послуг // Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 3. С. 52 – 56.
9. OECD Compendium of Productivity Indicators 2017. Paris: OECD Publishing. 2017. 123 с.
10. Павлов А.А. Информационные технологии как фактор современного экономического роста: дис. кандидата эконом. наук : 08.00.01 / Павлов Андрей Алексеевич. М. 2010. 166 с.
11. Плотников В.А. Управление национальной инновационной системой России // Известия СПбУЭФ. 2010. № 3. С. 42–53.
12. Пресняков, Е.В. Влияние информационно-коммуникационных технологий на мировую экономику // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2011. № 1. С. 132-134.
13. Світовий ринок ІТ: місце України на ньому. 2017. URL: <https://mind.ua/publications/20178608-svitovij-rinok-it-misce-ukrayini-na-nomu>.
14. Семиноженко В. Про стан і перспективи розвитку науково-технологічного потенціалу України. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/December2009/12.htm>.
15. Экономика фирмы / Арзамов А. С., Ахмадеев П. Ф., Белолипецкий В. Г. и др. ; под. ред. Н. П. Иващенко. М.: ИНФРА-М. 2006. 527 с.

УДК 331.101.3

Парфенюк А. В. nastiaparfenyuk@gmail.com

Науковий керівник Моїсєнко Т. Є.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ

Анотація

У статті розглянуто сутність і роль системи мотивації в ефективній діяльності підприємства, виділені проблеми, які негативно впливають на мотивацію трудової діяльності працівників, і розроблені нові напрямки по створенню ефективної системи мотивації. Особлива увага приділяється досвіду сучасних відомих компаній в області ефективної мотивації. На прикладі компанії «1+1 media» проаналізовано сучасний стан системи мотивації персоналу, розглянуто сучасні підходи до управління мотивацією персоналу та складові корпоративної системи мотивації, матеріальні та нематеріальні мотиватори, проблеми кадрового ресурсу, причини плинності молодих кадрів, описані недоліки мотиваційної системи компанії, розроблені пропозиції щодо підвищення ефективності організації системи мотивації, обґрунтована структура програми мотивації, спрогнозовані ефекти від реалізації запропонованих заходів.

Abstract

The article examines the essence and the role of the system of motivation in the effective activity of the enterprise, highlighted the problems that negatively influence the motivation of employees' work activities, and developed new directions for creating an effective system of motivation. Particular attention is paid to the experience of modern well-known companies in the field of effective motivation. The example of "1 + 1 media" company analyzed the current state of the system of motivation of personnel, considered modern approaches to the management of personnel motivation and the components of the corporate motivation system, material and non-material motivators, problems of personnel resources, causes of fluidity of young people, the disadvantages of the company's motivation system are described, proposals for improving the efficiency of organization of the system of motivation, the motivation structure, the motivation oзовани effect of the proposed measures.

Ключові слова: *система мотивації, матеріальна винагорода, оплата праці, персонал компанії, ефективність.*

Вступ. Мистецтво керівництва організацій своєчасно помічати і визначати фактори, що впливають на трудову активність персоналу

організації, в сучасних умовах є важливим інструментом управління, так як активізує приховані резерви зростання продуктивності праці. Основним фактором, що впливає на підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності економічних суб'єктів, а також підвищення їх конкурентних переваг, є ефективне управління персоналом організації, де особливе місце займає мотивація працівників. Система мотивації персоналу включає комплекс методів і заходів, серед яких матеріальне стимулювання (рівень заробітної плати, змінні виплати), кар'єрне і особисте зростання, стимулювання зацікавленості у роботі та її результатах, формування лояльності до компанії, духу співробітництва і корпоративних цінностей.

Проблеми мотивації персоналу в організації розглядаються багатьма авторами, зокрема, В. Синіцкой, В. Співаком, О. Амоша, А. Колота, О. Бабчинською і іншими. Основна увага в публікаціях приділяється в більшою мірою питанням матеріального і нематеріального стимулювання праці співробітників, проте, недостатньо розглянутими залишаються питання розробки самої системи мотивації та її економічна ефективність.

Постановка задачі. Метою статті є дослідження шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства, а саме системи мотивації персоналу, аналізу її впливу на ефективність.

Методологія. У процесі обробки інформації та даних використані наступні методи дослідження: аналіз наукової літератури, метод системного та порівняльного аналізу, статистичного дослідження.

Результати дослідження. У наш час підприємства прагнуть максимально ефективно використовувати потенціал працівників з метою підвищення ефективності діяльності організації в цілому. Це може бути реалізовано тоді, коли персонал підприємства буде зацікавлений в результатах своєї праці. У ролі дієвого інструменту в активізації трудової діяльності персоналу може виступати система мотивації, яка існує практично на кожному підприємстві.

В економічній літературі поняття «мотивація персоналу» трактується неоднозначно, що дозволяє зробити висновок про складність і багатоплановість даного процесу. У це поняття включаються такі види спонукань як потреби, прагнення, мотиви, інтереси, схильності. Поняття мотивації з точки зору економіки полягає в тому, що працівник за результати своєї праці отримує певні матеріальні блага для задоволення своїх потреб [5]. Однак, в загальному розумінні мотивацію необхідно розглядати як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають працівника до виконання певних дій, спрямованих і орієнтованих на досягнення індивідуальних цілей працівника і стратегічних цілей підприємства. Практичне втілення системи мотивації працівників відбувається завдяки використанню методів: адміністративних, економічних, морально-психологічних, соціальних,

організаційних, правових і ін. На сучасному етапі економічна мотивація працівників підприємства продовжує грати головну роль серед основних засобів мотивації [6].

Розглянемо основні напрями матеріальної мотивації працівників, їх ефективність та взаємозалежність зі специфікою діяльності підприємства. За основу візьмемо аналіз системи мотивації в багатопрофільній групі компаній «1+1 media».

Першою складовою матеріальної мотивації працівників є заробітна плата (основна та додаткова). Основна заробітна плата може бути відрядною (за обсяг виконаної роботи), погодинною та окладною [1]. Забезпечення діяльності сучасних компаній вимагає роботи працівників з різною кваліфікацією, спеціалізацією та складністю виконуваних завдань. Саме тому сучасні компанії намагаються диверсифікувати оплату праці своїх працівників залежно від характеру виконуваної роботи. «1+1 media» використовує усі три вищезгадані види оплати праці. Основний персонал (службовці, технічний та обслуговуючий персонал) працює на умовах погодинної оплати праці і за нормованим робочим графіком, оскільки виконуваними ними завдання «вписуються» у стандартний восьмигодинний робочий день. Творчий персонал, менеджмент та інші працівники зі специфічним робочим графіком та характером виконуваних завдань отримують відрядну заробітну плату. Це дає змогу компанії ефективно оцінити вклад кожного працівника в результати праці. Позитивний ефект від мотивації заробітною платою досягається тоді, коли її рівень є вищим, ніж середньоринковий. Це в свою чергу сприяє підвищенню лояльності до компанії, залучення кращих спеціалістів, а в результаті проявляється у високій якості результатів праці.

Практика менеджменту сучасних компаній часто застосовує систему преміювання, як елемент мотивації. Використання премій та надбавок дозволяє індивідуально мотивувати працівників. Для компанії мотивування високим рівнем зарплатні, наявністю премій та надбавок повинно повністю відповідати фінансовим можливостям, тільки тоді це чинить позитивний ефект на загальні показники діяльності компанії. Відтак зменшується плинність, зростає продуктивність та лояльність працівників.

Наступний вид матеріального стимулювання працівників – є система бонусів. Під бонусами розуміють одиничні виплати з прибутків організації (річні, піврічні, новорічні виплати; бонуси, пов'язані, зі стажем роботи і розміром одержуваної зарплати, за заслуги, вислугу років, цільові бонуси і т. д.). Саме такі виплати дають змогу усім працівникам відділів, підрозділів і компанії в цілому відчути пряму залежність від ефективності їх діяльності та рівня винагороди. Важливо щоб розмір бонусів пропорційно відповідав рівню фінансових показників, яких досягла компанія за звітний період. В «1+1 media» бонусні виплати є поширеною практикою. Зазвичай це неперіодичні виплати для різних

підрозділів, які прив'язані до успішного завершення проекту, випуску нового телевізійного продукту, досягнення індивідуальних, фінансових цілей тощо. Бонусні програми є окремими для менеджерів, які керують процесом, та для виробничого персоналу, які є безпосередніми реалізаторами. Для компанії такі бонусні програми мають значний позитивний вплив на діяльність, оскільки працівники зацікавлені в появі нових проектів, в якісному виконанні існуючих проектів, в зростанні власних рейтингів та ринкової вартості компанії в цілому. Особливі бонуси за вислугу років та стаж роботи додатково мотивують найвідданіших працівників працювати та ділитися власним досвідом [2. с. 29].

Поширеним способом матеріального мотивування працівників також є участь у акціонерному капіталі компанії. Так мотивують найбільш відданих та цінних для компанії працівників. Наявність у працівника акцій компанії виводить їх лояльність на інший рівень, а інших мотивує досягти ще кращих індивідуальних результатів, щоб увійти до складу акціонерів. Працівники, які регулярно отримують дивіденди з прибутку компанії, як ніхто відчують залежність праці та винагороди. Така практика матеріального мотивування переводить працівників у розряд бізнес партнерів.

В компанії «1+1 media» 7 % акцій компанії знаходиться під контролем працівників. Ці акції розподілені між топ-менеджментом, а саме між людьми, дві третіх з яких починали на стартових позиціях звичайних редакторів, лінійних менеджерів та технічного персоналу. Це в свою чергу демонструє значну ймовірність кожного працівника за рахунок успішної роботи, стати частиною привілейованого прошарку компанії.

В багатьох компаніях ефективний вплив чинить наявність додаткових виплат – особливо в тих, де основним профілем діяльності є торгівля. До них відносять подарунки від організації, часткова оплата ділових витрат, повна компенсація особистих витрат (наприклад, на обід з важливим партнером), компенсація відряджень. Наявність таких пільг на пряму залежить від успішності та обсягу збуту продукції. Наприклад, в «1+1 media» повністю компенсуються всі виробничі затрати на відрядження працівників, а відсоток від укладення важливої угоди розподіляється між менеджерами, які доклали зусиль до цієї угоди.

Поширеним способом матеріального стимулювання працівників можна вважати і оплату транспортних витрат чи обслуговування власним транспортом. Це реалізується за допомогою виділення коштів на оплату транспортних затрат чи на придбання транспорту. Також компанії можуть надавати власний транспорт з водієм. Для компанії це вигідно тим, що працівники мають вищу мобільність і здатні швидше та комфортніше виконувати свої посадові обов'язки. Якщо працівники обслуговуються транспортом з водієм, а особливо якщо є певні строки

перебування водія у відрядженні, це прискорює роботу працівників та зменшує час виробничої відсутності на робочому місці.

Компанії безпосередньо зацікавлені у підвищенні кваліфікації свого персоналу, оскільки чим вона вища, тим якісніше працівники виконують свою роботу. З метою забезпечення професійного росту існують стипендіальні програми та програми стажування. Їх суть полягає у виділенні коштів на освіту, спеціалізовані курси та програми обміну. В результаті працівник вмотивований підвищувати власний трудовий потенціал, для того, щоб отримувати вищу зарплатню та рухатись по «кар'єрних сходах». «1+1 media» має власний відділ навчання, який регулярно перевіряє необхідність оновлення професійних знань персоналу. Відділ укладає партнерські договори з професійними школами, займається пошуком курсів, а також регулярно бере участь у програмах обміну професійним досвідом з закордонними партнерами. Кваліфікований персонал дає змогу постійно вдосконалювати власний продукт та підвищувати конкурентоспроможність компанії.

На рис. 1. проілюстровано тенденцію збільшення розміру витрат на мотивування персоналу за останні п'ять років. До цих сум включені витрати на виплату заробітної плати, надбавки, доплати та компенсації [3].

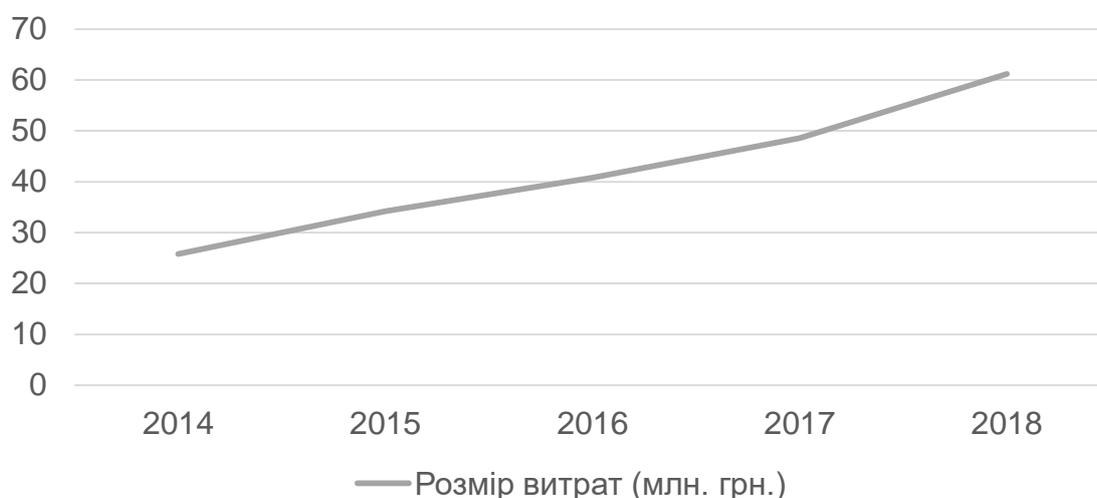


Рис. 1. Середньомісячні витрати на мотивування працівників в «1+1 media» (млн. грн.)

Важливий вплив на ефективність роботи персоналу здійснює умовно-матеріальне стимулювання. Зазвичай до нього відносять:

- організація харчування на підприємстві;
- продаж товарів, що випускаються організацією за пільговими цінами;
- програми медичного обслуговування (організація медичного страхування життя та здоров'я працівників та їх сімей).

Зазначені заходи покращують умови праці, підвищують лояльність працівників, а також формують позитивний імідж компанії на ринку праці. В результаті компанія залучає кращих працівників, зменшує плинність персоналу, підвищує якість його роботи та створює потужний кадровий резерв [2. с. 29].

Значний ефект на продуктивність та якість праці чинить нематеріальне стимулювання. Компанії найчастіше використовують:

1. Стимулювання вільним часом – регулювання часу зайнятості шляхом надання працівникові додаткових вихідних за активну і творчу роботу, додаткової відпустки; шляхом організації гнучкого графіка роботи; шляхом скорочення тривалості робочого дня за рахунок високої продуктивності праці. «1+1 media» надає чотири додаткових дні відпустки всім працівникам за понаднормову, монотонну та важку працю. Кожен працівник, якісно та вчасно виконавши роботу та прозвітувавши керівникові, може покинути власне робоче місце та організувати власний гнучкий робочий графік. В результаті компанія отримує значне прискорення виконання планів, при цьому не втрачаючи якості роботи, оскільки кожен працівник хоче мати більше вільного часу для власних потреб.

2. Організаційне стимулювання – регулює поведінку працівника на основі зміни почуття його задоволеності роботою і допускає наявність творчих елементів у процесі організації і в самому характері його праці; можливість участі в управлінні; просування по службі в межах однієї і тієї ж посади; творчі відрядження.

3. Стимулювання, на основі суспільного визнання – вручення символічних нагород, власна дошка «визнання» і т. д.. Публічне визнання значно підвищує бажання людини працювати краще. Таке стимулювання компанії реалізують за допомогою розміщення фото та історій працівників на корпоративних сайтах, друкованих періодичних виданнях та власних інформаційних ресурсах [4, с. 105]. В «1+1 media» таке стимулювання покладено на проект «Люди Ідей». В його рамках кожного місяця виходить корпоративне видання з шістьма історіями про успіхи працівників. Його розміщують на власному сайті, на рекламних площах довколо офісу та навіть у метро.

Таким чином, ефективне поєднання вищеописаних методів мотивування персоналу, підсилене контролем за показниками продуктивності і якості праці, дає змогу досягати максимальної ефективності роботи персоналу, росту лояльності колективу, формує корпоративну культуру та імідж компанії, та попри витрати на мотивування збільшує прибутковість та покращує інші фінансові показники. У міжнародних компаніях системи мотивації мають аналогічну організаційну структуру і відрізняються залежно від їх специфіки діяльності та країни, в якій безпосередньо перебувають працівники.

Кожна теорія повинна отримувати підтвердження практикою. «1+1

media» використовує всі з вище перелічених способів мотивування працівників. Як показали внутрішньокорпоративні дослідження, найбільший вплив на ефективність роботи компанії чинить зменшення загальної плинності персоналу та ріст лояльності працівників, що в результаті впливає на загальну якість роботи.

В результаті співставлення витрат на матеріальну мотивацію, зростання кількості заходів нематеріального стимулювання з показником прибутковості компанії, який за період з 2014 по 2018 зріс на 15 %, можемо зробити висновок про значну ефективність існуючої системи мотивації. В майбутньому (до 2020 року) компанія планує скоротити плинність персоналу до 6 %, підвищити лояльність персоналу до 80% при цьому збільшивши витрати на матеріальне мотивування персоналу лише на 5%.

Висновки. В результаті проведеного дослідження впливу мотивування працівників на ефективність роботи компанії можна зробити наступні висновки. Основний ефект на якість роботи персоналу та фінансові показники підприємства досі чинить правильне матеріальне стимулювання. Проте, на прикладі розглянутого нами підприємства можна проглянути тенденцію «перетікання» основної ролі впливу на роботу персоналу до заходів нематеріального стимулювання.

- Для правильного мотивування персоналу достатньо:
- застосовувати ясні та справедливі правила регулювання діяльності підлеглих;
- оплачувати працю вище від середньоринкових показників для окремих категорій персоналу;
- забезпечувати гарантії стабільної праці, медичного страхування, одержання пенсій;
- надавати можливості підвищення професійного рівня для забезпечення стабільності в роботі;
- розробити просту і надійну систему соціального страхування;
- формувати міцну корпоративну культуру та злагоджений колектив.

Дослідження практичного застосування вищенаведених методів мотивації дозволили зробити висновки про те, що компанії необхідно:

- по-перше, пропонувати підлеглим більш змістовну, цікаву, відповідальну роботу та делегувати підлеглим частину своїх повноважень і відповідальності;
- по-друге, високо оцінювати виявлену ініціативу, творче ставлення до справи; та використовувати різноманітні форми визнання заслуг підлеглих,
- по-третє, залучати підлеглих до формування цілей, розроблення рішень, прислухатися до їх точок зору.

Можна також зробити висновок про те, що компанії вдасться досягти поставлених цілей та прогнозів, оскільки чітко проглядається залежність дій та результатів.

Література:

1. Колот А. М. Мотиваційний менеджмент : підручник / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. – Київ : КНЕУ, 2014. – 479 с.
2. Звіт з КСВ групи компаній «1+1 media» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://media.1plus1.ua/storage/KSV_zv
3. Звіт про фінансові результати ТОВ «ТРК «Студія 1+1» за 2017 р.
4. Квіта Г. М. Методика оцінки ризику вибору системи мотивації персоналу / Г. М. Квіта // Економіка і управління. – 2013. – № 4. – С. 100–106
5. Федорова А. С. Ефективна взаємодія у колективі як важлива складова формування корпоративної культури підприємства / А. С. Федорова // Економіка АПК. – 2015. – № 11. – С.118–125.
6. Яренко А. В. Обґрунтування моделі управління мотивацією персоналу в кібернетичних системах / А. В. Яренко // Актуальні Проблеми Економіки. – 2016. – № 12. – С. 449–457.

УДК 123.456:789

Піхур О.О e-mail:ololpikhur@ukr.net

Науковий керівник Голюк В.Я

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВО - ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ПЛИТКИ ТА САНТЕХНІКИ

Анотація

Стаття присвячена особливостям торгово – посередницької діяльності на споживчому ринку плитки та сантехніки в Україні. Думки викладенні автором щодо особливості реалізації продукції шляхом торгово посередницької діяльності.

Annotation

The article is devoted to peculiarities of trade and intermediary activity on the consumer market of tile and plumbing in Ukraine. The views expressed by the author concerning the peculiarities of the sale of products through trade intermediation.

Ключові слова: *торгово – посередницька діяльність, споживання товару, реалізація товару, плитка, сантехніка.*

Вступ. Торгово - посередницька діяльність в обігу товарів – це виконання підприємствами, організаціями чи фізичними особами спеціальних функцій для сприяння та налагодження комерційних взаємовідносин між виробниками та споживачів на товарному ринку [1].

Перш за все торгово – посередницька діяльність спрямована на задоволення потреб споживача, та надання послуг організаціям які прагнуть розширити свій ринок збуту та отримати нових клієнтів.

Посередницька діяльність має свій ряд особливостей: представляючи виробничі підприємства, експортерів, клієнтів, посередники виконують за їх дорученням як фізичні так і юридичні дії; посередники не тільки укладають угоди а й часто їх фінансують, надають послугу та беруть на себе ризики; посередники здійснюють угоди відстоюючи інтереси замовника; угоди укладаються на договірній основі [1]. Державний класифікатор України виділяє що торгове посередництво є особливим та індивідуальним видом діяльності на ринку товарів та послуг у сфері обігу, яка має виражений підприємницький характер.

Постановка задачі. Аналіз та виявлення особливостей ведення торгово-посередницької діяльності, на ринку плитки та сантехніки в Україні. Запропонування заходів які підвищать рівень торгового-посередництва, та спонукають до розвитку.

Методологія. Системний підхід до аналізу ринку плитки та сантехніки в Україні, виявлення слабких та сильних сторін виробників та посередників.

Результати дослідження. У сучасному світі торговельно - посередництво є обов'язковим елементом ринку. Фірми користуються послугами посередників для максимально кваліфікованого забезпечення, зручності придбання плитки та сантехніки за такими факторами як:

- час, місця, форми і власності;
- зменшення витрат на реалізацію продукції або здійснення матеріально – технічного забезпечення;
- зменшення постачальна – збутових операцій;
- зближення з споживачами чи постачальниками продукції – транспортними, експедиторськими, складськими та іншими суб'єктами сфери товарного обігу [1].

У багатьох джерелах сутність торговельно - посередницької діяльності рівноцінні із поняттям продажу товарів і наголошують, що це ініціативна, самостійна діяльність щодо здійснення торговельних операцій з метою отримання прибутку. Проте в цьому визначенні не показано багатогранності цієї діяльності, бо її не визначено зводять до процесів «купівлі та продажу товарів» [2].

Посередництво в товарному обігу – це здійснення спеціалізованими підприємствами, організаціями чи окремими особами що здійснюють функцій для сприяння та налагодженню процесів збуту комерційних взаємовідносин виробників і споживачів на товарному ринку.

В умовах товарного ринку відносини посередників – це суб'єкти незалежного і специфічного бізнесу, які здійснюють свою торговельну діяльність на основі наступних принципів:

- тотожність сторін (рівноправні взаємовідносини партнерів);
- підприємливість (швидке реагування та винахідливість);
- оперативність (можливість завчасно вирішити питання);
- обслуговування контрагентів (діяльність з надання послуг іншим агентам);
- економічна вигода господарювання;
- комерціалізація (активність що стосується прибутків);
- договірні взаємовідносини [3].

Сутність торгового - посередництва, у нас трактується дуже вузько, і не завжди коректна. Посередницька діяльність – це явище, яке було доволі поширене на міжнародних та внутрішніх ринках. У Великобританія, США, Японія, Німеччина, Швеція на частку посередників припадає значна частка обороту товарів і послуг. В Україні торговельно - посередницька діяльність розвивається дуже погано: з одного боку, – лібералізація усієї торгівлі, розширення міжнародних зав'язків, роздробленість і віддаленість постачальників і покупців, ускладнення

комерційних операцій які дуже потребують більш швидкого формування інституту торгових посередників як цілого елемента інфраструктури товарного ринку; з іншого – проблемність нормативної бази, дуже низький професійний рівень посередників, тотальне недовір'я які стримують процес що впливають на посередницьких структур, заганняє їх діяльність у «тінь».

Сучасний ринок є досить розгалуженою системою господарських зав'язків, які є між виробниками і споживачами, а також досить складним механізмом виявлення та узгодження їх економічних перспектив.

Практичне виконання цих зав'язків зважаючи на інтереси усіх учасників товарного обігу беруть на себе торговельні посередники. Вони впливають на формування єдиного ринку товарів і послуг, дають можливості розвитку на ньому конкуренції [4].

В Україні будинки плитки та сантехніки поки перебувають у стадії освоєння, виконують лише переважно торгівельно - посередницьку функцію:

- продаж товару постійному клієнту;
- пошук нових ринків збуту та товарів;
- налагодження контактів з клієнтами та постачальниками;

Масштаби їх діяльності та організаційно - правових норм сильно відрізняються. Більшість підприємств зареєстровані як ТОВ або акціонерні товариства.

Імпортні фірми, які мають своє ім'я на ринку плитки та сантехніки в Україні працюють переважно у сфері зовнішньої торгівлі. Вони закупають плитку на сантехніку у Європі, це країни: Іспанія, Італія, Португалія, Німеччина, з'являються також нові виробники у Англії, Нідерландах. Відбувається стрімкий розвиток конкуренції на ринку плитки та сантехніки, на рис 1 наведена статистика розвитку нових виробників.

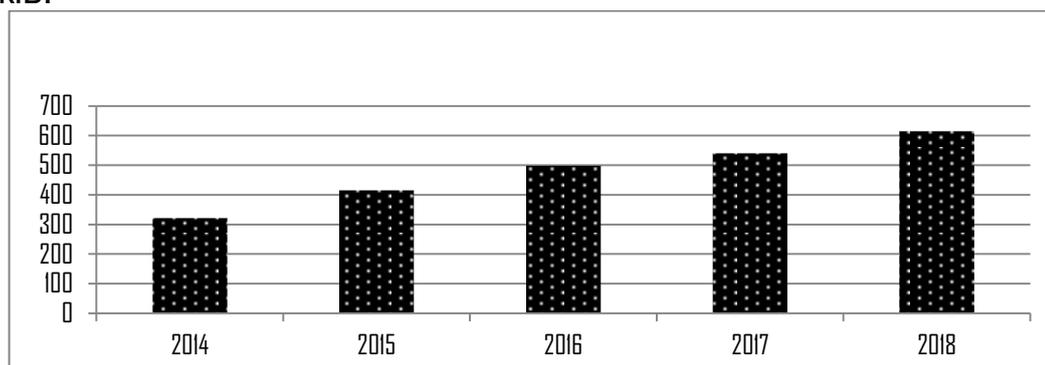


Рисунок 1. Кількість виробників плитки у Європі

Згідно даного малюнку ми можемо прослідкувати тенденцію збільшення виробників на ринку майже 15 – 20%. До цього призводить збільшення попиту на продукцію як на вітчизняних ринках так і на ринках за кордоном. На рис 2 наведена статистика розвитку виробників сантехніки.

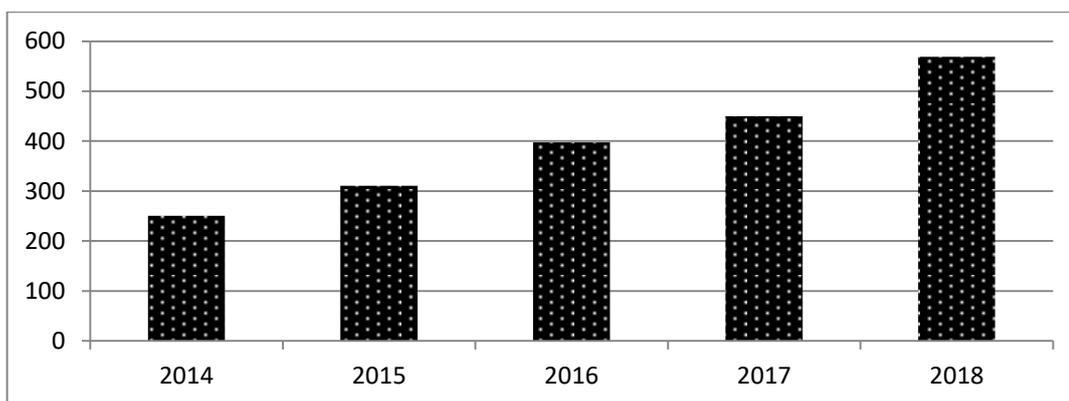


Рисунок 2. Кількість виробників сантехніки у Європі

На ринку виробників сантехніки також спостерігається зростання, що року майже на 15%, які представляють нові рішення та посилюють конкуренцію, яка призводить до зменшення цін.

Основаними постачальниками керамічної плитки до України є Польща, Іспанія, Китай, Туреччина та Італія. У роках 2015 -2016 обсяги імпортової продукції – зменшилися, та зросли обсяги експорту. Імпорт керамічної плитки в Україну на 2016 р. становив 170326 т., це на 18,6 % більше, ніж у попередніх роках. Експортна діяльність керамічної плитки в Україні розпочалася у 2000 році. З 2001 по 2015 рр. відбулося значне зростання обсягів експорту керамічної плитки у 348 разів – від 54 тис. м² до 18386 тис. м² [6].

У всіх країнах розробляються свої норми стандарту і характеристики для керамічної плитки. Для встановлення критеріїв, та методів контролю та критеріїв прийнятності для кожної з характеристик існують свої стандарти, з яких є найвідоміші це - BS (Великобританія), DIN (Німеччина), UNI EN (Італія), UPEG (Франція), ASTM-ANSI (США). Але все ж таки є найбільш популярні та поширені норми UNI EN, які розроблені Європейською комісією стандартизації (CEN) в Італії. Ці стандарти дійсні не тільки в країнах Європи, але їх прийняли і неєвропейські країни. При цьому на сьогоднішній день допустима реалізація керамічної плитки, не відповідають їх вимогам. Але бажано вибирати вам продукцію з відзнакою якості UNI, інакше ви маєте ризикуєте придбання неякісного товару [7].

Іспанія на даний момент є на другому місці в світі після Італії за обсягом виробництва керамічної плитки в світі. При цьому ціна на плитку в Іспанії значно менша порівняно з Італією, а дизайном вона не поступається. Іспанія також знаходиться у рейтингу світових виробників за кількістю заводів, які виготовляють керамічну плитку. В Іспанії виробництвом займається 350 заводів, але до країн СНГ йде імпорт лише від 20 – 30 фабрика. Найбільш відомі фірми це саме: Aparici, Natuser, Metropol, Mainz та інші. Іспанія представляє керамічну плитку у різних колекціях, як класичних так і сучасних (дизайнерських). Класичні колекції важко відрізнити від класичних колекцій інших країн виробників,

лише за: кольоровою гамою, орнаментом на фризах. Особливістю Іспанської плитки є саме велика кількість блиску, до кольорової гами додають ноти золота, металу, яскравих фарб. Про історію Іспанії можна зрозуміти по колекціях плитки, та її орнаменту представленому в асортименті [8].

Сьогодні виробництвом облицювальний матеріал успішно займаються понад 160 іспанських компаній, переважно розташованих в провінції Кастильон (ісп. Castellón). Обсяг кахельної продукції Іспанії обчислюється понад 450 млн. м² плиток на рік, що становить приблизно 40% від загальноєвропейського виробництва кераміки. Такі показники дозволяють Королівству впевнено займати на міжнародній арені друге почесне місце [9].

Імпортні фірми встановлюють стабільні відносини із клієнтами на вітчизняному ринку та виробниками за кордоном, беруть активну участь у виставках за кордоном (CERCAI – міжнародна щорічна виставка), вивчають попит за кордоном, та здійснюють всі можливі заходи щодо до просування імпортованих товарів на території України.

З метою задоволення потреб клієнтів імпортовані фірми тісно співпрацюють із зарубіжними товаровиробниками, надають детальну інформацію щодо конструкторська - технологічних характеристик товару, якісних показників, цін та обсягів за купівель. Імпортовані фірми залежно від виду товару та виконання функції поділяються на два типи: спеціалізовані, та універсальні.

Фірми які є спеціалізованими перепродають товар, як правило однієї товарної групи, і питома вага цих товарів перевищують 70% обсягу.

Універсальні імпортовані фірми продають зазвичай широкий асортимент товару: плитку, сантехніку, змішувачі, меблі, декори, тощо.

Вони займаються ретельним вивченням зарубіжних ринків та визначають найперспективніші, й спрямовують свої зусилля на освоєння їх. У таблиці 1.1 наведена модель організації закупівлі товарів.

Таблиця 1.1.

Модель організації оптових закупівель товарів

Етапи здійснення закупівлі товару	Характеристики етапів
Перший етап	Виявлення попиту покупців
Другий етап	Оперативне планування закупівель
Третій етап	Вибір постачальників товару
Четвертий етап	Організація укладання договорів
П'ятий етап	Організація виконання договорів
Шостий етап	Економічна ефективність

[Розроблено автором на основі власних досліджень]

Підхід до оцінки постачальників в цьому процесі еволюції змінюється від методу оцінки за мінімальними витратами (незалежний етап) до стратегічного вкладу на інтегративному етапі. Та якщо відношення до постачальників на підтримуючому етапі виглядає контексті

«постачальник – ресурс підприємства», то вже на інтегративному етапі простежується чітка взаємозалежність постачальників та підприємства – споживача між собою [5].

Імпортні фірми які займаються посередницькою діяльністю значно відрізняються від експортерів, вони закупають товари за свій рахунок за кордону і потім реалізують їх на вітчизняному ринку, роздрібним торговцям, прямим клієнтам. Вони всі мають складські приміщення, де зберігаються запаси, займаються формуванням асортименту, розфасовкою, пакуванням, підготовки товару для кінцевого споживача. Усі ці фірми здатні, за першим побажанням клієнта поставити товар на внутрішній ринок, або безпосередньо на об'єкт. Імпортні фірми купують товари у товаровиробників. У розвинених країнах імпортерські фірми займаються посередництвом на рівні закупівель або реалізації сировини.

Дистриб'юторські фірми які займаються торгово посередницькою діяльністю на ринку плитки та сантехніки, здійснюють операції від свого імені й за свій рахунок. Вони укладають угоди з виробником товарів, про надання їм прав на купівлю та продаж обумовленого асортименту на конкретних ринках. Згідно укладеної угоди з виробником вони додатково надають широкий спектр послуг своїм клієнтам а також виконують доручення виробників.

До основних проблем торгового посередництва на Україні можна віднести:

1) Слабка правова база. Регулювання торговельно-посередницької діяльності, складеться з непрямих законів, в основі яких знаходяться: нормативні акти, інструкції, положення, та стратегічні розробки посередників. Для ефективного функціонування торгового посередництва необхідні прямі закони, системні норми права, які сприяли на регулювання всіх відносин які виникають у сфері торгівлі.

2) Вагомою причиною, яке не дає належного розвитку торговельно-посередницькій діяльності, є низький півень організації. Основна проблема полягає в тому що в Україні організаційні форми виглядають як оптимізовані моделі зарубіжних структур, які не вписуються у вітчизняну практику. Структура є спрощеною настільки, що не може працювати на вітчизняному ринку. Це стоється здебільшого бірж, аукціонерів, брокерів, дистриб'юторів, консалтингових фірм. В той же час вона є універсальною. Пояснити це можна двома причинами: перша - це прагнення до максимальної економії коштів; друга - загальна тенденція до універсалізації діяльності посередників.

3) Дуже великою проблемою є некваліфіковані кадри. Торгові посередники здійснюють великомасштабні операції на зовнішньому та внутрішньому ринку які є складні як у фінансовому так і правовому рівні. В Україні на жаль немає спеціалізованих закладів для навчання торгового посередницької діяльності.

4) Проблеми, пов'язані з фінансово-економічним механізмом функціонування торгівельних посередників. Механізм торгового посередництва в Україні тільки починає своє формування. Зараз тільки визначаються фінансово – економічні фактори: ціни, стимули, проценті ставки, податки. Але все це є не адаптованим до специфіки діяльності торгового посередника. Це відноситься більше до цін, знижок на угоди для великих об'єктів, ставок. Гарантії зі сторони посередника також не є відрегульовані.

Для належного розвитку торгового-посередництва в Україні необхідно здійснити ланку заходів:

- розвивати різні ланки торговельно – посередницької діяльності за різними функціональними призначеннями, спеціалізацією, розмірами і організаційно – правовими рамками господарювання;

- створювати оптові корпорації шляхом об'єднання діючих підприємств, до складу яких необхідно включити фінансові, інформаційні, наукові інститути;

- займатися удосконаленням торгової інфраструктури, яка передбачає налагодження тісних взаємодій виробників, роздрібною торгівлі та оптовою торгівлі;

- удосконалити механізм управління торгово – посередницьких підприємств;

- впровадити сучасні інформаційні системи у торгово – посередницьку діяльність;

- розвивати системи продажу через інтернет;

- підняти рівень обслуговування та понизити ціни на товари та послуги.

Висновки. Отже підприємства та організації, які є учасниками товарного обороту, спеціальне місце відводять торгівельно - посередницькій галузі, яка є важливим провідником товарної, фінансової та інвестиційної політики. Торгово посередницька діяльність плитки та сантехніки в Україні набирає обертів, з'являються нові ниші на ринку, відбувається зменшення цін, через досить велику конкуренцію на ринку Європи. Торгові посередники поступово стають дистриб'юторами своєї провідної продукції, та представниками іноземних виробників на вітчизняному ринку. До особливостей торгового – посередництва на Україні можна віднести: нестабільна кон'юнктура ринку, більш індивідуальна робота з замовниками, нестабільність попиту, мала конкуренція через не високу кваліфікацію.

Література:

1. Торгівельне посередництво як особливий вид підприємницької діяльності на ринку товарів та послуг URL: http://www.rusnauka.com/20_PNR_2010/Economics/70139.doc.htm

2. Савощенко А.С. Навч. посібник – К.: КНЕУ, 2004 – с. URL: <http://buklib.net/books/24859/>

3. Липчук В. В. Маркетинг: навч. посібник. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. - Львів: „Магнолія 2006”, 2012. - 456с. URL:
http://pidruchniki.com/1060101950026/marketing/poserednitska_diyalnist_rol_klasifikatsiya
4. Маркетингові посередники як основа інфраструктури товарного ринку. Роль торгівлі в розвитку ринкової економіки URL:
http://pidruchniki.com/marketing/printsiipi_osoblivosti_diyalnosti_marketingovi_h_poserednikiv_tovarnomu_rinku
5. Бай О. А. Управління закупівельною діяльністю підприємства на основі моделювання його функціонування у відкриті системі URL:
http://ev.nmu.org.ua/docs/2011/1/EV20111_125-131.pdf
6. Системний перегляд якості державного регулювання ринків: «Керамічні плитки і плити» Маркетинг URL:
https://cdn.regulation.gov.ua/40/37/fe/0f/regulation.gov.ua_Green%20Book%20Tiles.pdf
7. Ковальчук І. В. Економіка підприємства: Навч. Посібник — К.: Знання, 2008. — 679 с. — (Вища освіта XXI століття). URL:
https://pidruchniki.com/1029022847539/ekonomika/otsinyuvannya_finansovo-ekonomichnogo_stanu_pidpriyemstva
8. Іспанська плитка на світовому і ринку країн СНД URL:
<https://www.vidaes.ru/ua/ispanskaya-plitka.html>
9. Плитка Іспанії URL: <http://keramhall.com.ua/catalog>

УДК 338.984

Сторчак В.М., Victoria.Storchak@gmail.com

Науковий керівник: Охріменко О.О.

доктор економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

ЕКОНОМІЧНО-ПОЛІТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ

Анотація

У статті висвітлено економічно-політичні передумови реформування економічного розвитку Китаю. Розглянуто основні кроки реформування, проаналізовано макроекономічні показники та наведено практичні результати економічної політики Китайської Народної Республіки щодо реалізації стратегій економічного розвитку та їх наслідків. Проаналізовано стратегічні документи економічного та соціального розвитку КНР. Виявлено тренди економічного зростання держави на основі оцінювання результативності проведених реформ у сфері промисловості, науки та національної оборони.

Annotation

The article covers the economic and political preconditions of reformation China's economic development. The main steps of the reform were considered, macroeconomic indicators were analyzed and the practical results of the economic policies of the People's Republic of China concerning the implementation of economic development strategies and their consequences were presented. The strategic documents of economic and social development of the People's Republic of China were analyzed. The trends of economic growth of the state were determined based on the evaluation of the effectiveness of the reforms carried out in the field of industry, science and national defense.

Ключові слова: *реформування, Китайська Народна Республіка, економічний розвиток, стратегія*

Вступ. Стабільний розвиток, інтеграція геополітичних та економічних інтересів Китаю, сформульовані стратегічні цілі й ініціативи дозволяють вийти країні на якісно новий рівень розвитку та сприяють у побудові конкурентної економіки.

Проблемам соціально-економічного розвитку КНР присвячено чимало наукових праць вітчизняних та закордонних дослідників. Так, специфіка розробки та реалізації стратегій країни розкрита у роботах В.О. Кіктенко [8]. Процеси реформування та розвитку висвітлені у публікаціях Д.П. Богині [2], Р. Гарнаута [1], С. Фенга [1], Л. Сонга [1]. Разом з тим не у повній мірі проведено оцінювання наслідків проведених реформ.

Постановка задачі. Метою статті є дослідження передумов реформування економічного розвитку Китайської Народної Республіки на підставі аналізу основних економічних показників, виявлення трендів та оцінювання результативності проведених заходів з метою виявлення подальшого потенціалу для зростання.

Методологія. В ході дослідження було застосовано статистичний, табличний та графічний методи, метод аналізу та дедукції, а також діалектичний та історико-логічний підхід.

Результати дослідження. Переорієнтація закритої центрально-планової системи КНР до ринкової економіки, орієнтованої на зовнішній ринок, посилення конкурентних позицій, надали значного поштовху до посилення лідируючих позицій країни.

Особливістю економічного реформування країни є застосування принципів планування, залучення зарубіжного досвіду та пошук засобів для реалізації поставлених цілей та завдань. Прогрес у цій країні відіграв значну роль у підвищенні рівнів продуктивності, інноваційності та добробуту.

На думку дослідників, адекватне накопичення капіталу та ефективно розміщення фізичного та людського капіталу є передумовами успішного економічного розвитку. Реформа планової економічної системи для забезпечення цих передумов вимагає виконання принаймні трьох умов. По-перше, реформа повинна принести користь принаймні одній великій групі учасників, щоб забезпечити політичну підтримку. По-друге, ці переваги не можуть відбуватися за рахунок будь-яких інших істотних груп суспільства, тобто реформа повинна забезпечити «покращення розподілу Парето». По-третє, реформа повинна починатися у ключовій сфері, щоб передати свій імпульс іншим сферам системи [1, с.11].

Характер реалізованих у Китаї економічних реформ носить поступальний та системний характер. Масштаби змін охоплюють усі ключові галузі і зміщують акценти від забезпечення базових потреб місцевого населення до виходу на зовнішні ринки із значним переліком конкурентних товарних позицій (табл.1).

Таблиця 1

Основні кроки реформування КНР

Роки	Кроки реформування
1976-1980	«Чотири модернізації» (реформування сільського господарства, промисловості, науки та сфери національної оборони); початок зовнішньоторговельних та інвестиційних реформ; введення політики «відкритих дверей»; прийняття закону про спільні підприємства
1981-1985	Створення спеціальних економічних зон; реформування міжбюджетних відносин, механізму оподаткування державних підприємств та господарської системи на основі розвитку індивідуального підприємництва
1986-1990	Виконання плану реалізації реформ економічної системи; запровадження політики скорочення державних витрат; розвиток фондового ринку

Продовження табл. 1

1991-1995	Реформування фіскальних, фінансових та державних підприємств на основі соціалістичної ринкової економіки; удосконалення валютно-обмінних операцій; удосконалення механізму виконання видаткової частини бюджету; створення державно-комерційних банків та комерціалізація банківської системи
1996-2000	Реформування державного сектору економіки; консолідація галузевих міністерств та інститутів; реформування міського житла на основі його приватизації; заснування перших акціонерних комерційних банків
2001-2005	Приєднання до Світової організації торгівлі; внесення змін до Конституції Китаю стосовно підтримки різних форм власності; розвиток самоврядування на селі
2006-2010	Створення «гармонійного суспільства»; виконання середньострокового плану розвитку науки і техніки; проведення програми «Стимул» у відповідь на банкрутство Lehman Brothers та глобальну фінансову кризу
2011-2015	Впровадження ринкових механізмів у процес розподілу ресурсів; реалізація стратегії «Один пояс – один шлях» з метою розвитку інфраструктури та поглиблення міжнародної співпраці задля активізація товарообміну; розвиток «зеленої економіки»
2016-2020	Визнання інновацій та продуктивності рушійними силами зростання; визначення довгострокових цілей Китаю для соціалістичної модернізації

*Джерело: складено та доповнено авторами за [1; 2; 3]

Разом з цим у процесі реформування економіки виникла низка нових проблем: не відповідність якості робочої сили та її структури потребам економіки; значні витрати ресурсів на виробництво у різних галузях економіки; необхідність забезпечення переходу від екстенсивного до інтенсивного економічного розвитку [2].

Програми економічного розвитку КНР періодично коригувалися та доповнювалися. План інтенсифікації реформ 1996 р. [4] згодом трансформувалася відповідними програмами, що передбачали план розвитку до 2020 [5], 2030 [6] і 2050 [7] рр.

Після приходу до влади Сі Цзіньпіна наприкінці 2012 р. відбулася відмова від зовнішньої політики Ден Сяопіна, висловленої ним фразою «приховувати можливості та чекати свого часу; триматися в тіні й не показувати себе». Замість цього в листопаді 2014 р. голова КНР Сі Цзіньпін дав нове визначення зовнішньої політики Китаю — «прагнути до досягнень» [цитовано за 8].

7 липня 2015 року держрада Китаю оприлюднила національний план "Made in China in 2025" [3]. Це перший десятирічний план дій, спрямований на перетворення Китаю з гіганта виробництва у світовий виробничий потенціал, що містить стратегічний план на три десятиріччя:

До 2025 р.: підвищити інноваційну спроможність виробничих галузей; посилити інтеграцію індустріалізації та інформатизації на новому рівні; підвищити позиції Китаю у глобальному виробничому розподілі праці та ланцюжка вартості.

До 2035 р.: досягнути середнього рівня світових виробничих потужностей, підвищити інноваційну та конкурентну спроможності, реалізація індустріалізації.

До 2049 р.: досягнути передових позицій серед світових виробників у системі технологічної та індустріальної системи просування [3, с.8].

Поштовхом для розробки національного плану "Made in China in 2025" стало впровадження інноваційної стратегії і формування інноваційної економіки.

За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності, Китай збільшив кількість зареєстрованих патентів, перевищивши показник США ще у 2012 році (табл.2). Цифровий зв'язок, комп'ютерні технології, електронна техніка, апарати, енергетика є головними технологіями, на яких спеціалізується КНР [9].

Таблиця 2

Динаміка інноваційної діяльності КНР 2008-2017 рр.

Рік	Зареєстровано патентів	Витрати на НДДКР (100 млн. юанів)	Обсяг експорту високотехнологічної продукції (100 млн. юанів)	Обсяг імпорту високотехнологічної продукції (100 млн. юанів)
2008	204268	4616,02	4156,06	3418,2
2009	241434	5802,11	3769,3	3098,53
2010	308326	7063	4923,79	4126,55
2011	43617	8687	5488	4632
2012	561408	10298,41	6011,7	5068,6
2013	734096	11846,60	6603	5582
2014	837817	13015,63	6605	5514
2015	1010615	14169,88	6552,97	5492,91
2016	1257409	15676,75	6041,74	5237,24
2017	1306019	17606,13	-	-

*Джерело: складено авторами за [10, 11]

Витрати на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи в середньому зростали на 16,2% кожного року, при цьому показник досяг близько 1,76 трлн. юанів у 2017 р., що у приблизно у 3,8 рази більше у порівнянні з 2008 р. Разом зі зростанням частки високотехнологічної продукції, обсяг експорту збільшився на 45,4%, обсяг імпорту на 53,2 % у порівнянні з 2008 роком, проте не зважаючи на збільшення імпорту, від'ємного сальдо не спостерігалось. Також, з новою політикою Сі Цзіньпіна, висловленої у 2014 р. спостерігається поступове зменшення імпорту високотехнологічної продукції.

З огляду на останні стратегічні плани, КНР прагне модернізувати промисловість, забезпечити розумне виробництво та зменшити свою залежність від міжнародних технологій, що передбачає впровадження високого рівня досліджень і розробок на підприємствах. Впровадження

планів потребує великих витрат на ресурси, що може забезпечуватись державними інвестиціями у бізнес а також злиттям та поглинанням невеликих компаній, проте, на нашу думку, це може призвести як до позитивних так і негативних наслідків. Разом із підвищенням інноваційної спроможності, велика увага приділяється цілям зеленого розвитку, що дозволить зменшити вплив індустріалізації на здоров'я та навколишнє середовище.

Проведення зовнішньоторговельних та інвестиційних реформ Китаю наприкінці 1970-х років призвело до покращення зовнішньоторговельних відносин зі світом та нарощування економічної міці держави. Зокрема, частка Китаю у світовому ВВП по ПКС зросла з 2,3% у 1980р. до 18,3% у 2017р. за оцінками МВФ, випередивши США (рис.1) [12].

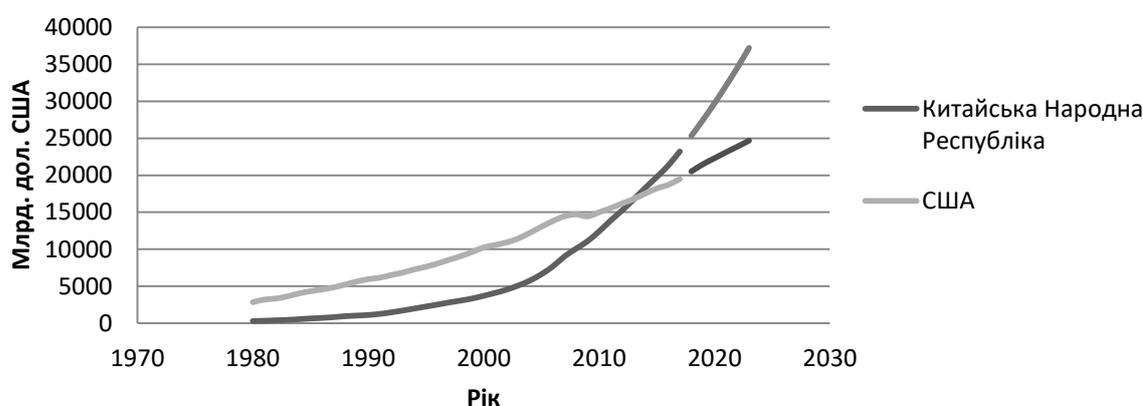


Рисунок 1 ВВП за ПКС, поточні ціни, 1979-2023рр.

Примітка: прогностні значення за 2018-2023рр.

*Джерело: складено авторами за [12]

Середні темпи росту ВВП у 2015–2017 роках становили 6,8%, що значно нижче, ніж 9,6% за останні 40 років. За оцінками МВФ середній темп зростання ВВП у 2019-2023 рр. буде складати майже 6%, що є значно нижчим за попередні періоди.

Китайський уряд та більшість економістів визнали, що період високих темпів зростання закінчився, а майбутнє зростання проходитиме в середньому діапазоні від 5% до 7%. Проте, уповільнення темпів росту є наслідком інституційних проблем, що стануть більш серйозними або будуть вирішені шляхом реформ та коригування політики [1, с.184].

Реалізація політики «відкритих дверей» та проектів міжнародної співпраці призвели до вагомих результатів у зовнішньо-економічній діяльності. Так показники товарообміну товарами та послугами між Китаєм та країнами світу свідчать про стрімку тенденцію до його зростання, яка по при позитивні зрушення тяжіє до уповільнення у період 2015-2016 рр., що пов'язано з веденням торговельних війн з США та країнами ЄС (рис. 2).

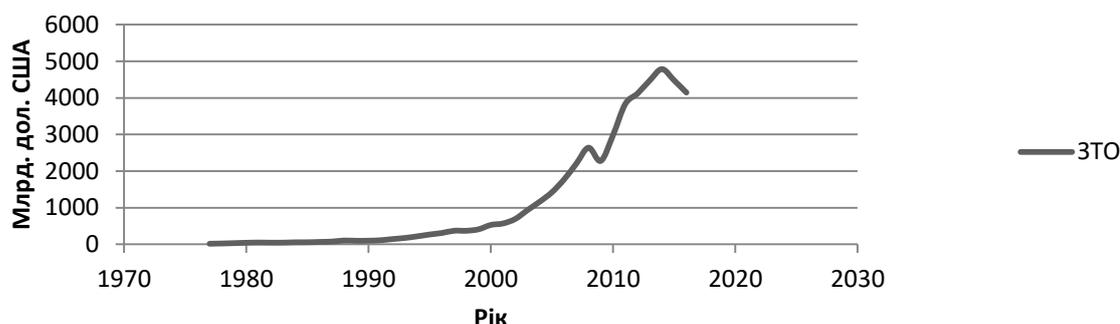


Рисунок 2 Динаміка зовнішньоторговельного обороту 1979-2017 рр.

*Джерело: складено авторами за [13; 14]

Незважаючи на протилежні економічні цілі, США продовжує залишатися основним торговельним партнером Китаю (17,9% експорту у 2010 р. та 19,01% у 2017 р.). До цього переліку також варто віднести Гонконг (13,83% експорту у 2010р. та 12,33% у 2017р.) та Японію (7,6% експорту у 2010р. та 12,33% у 2017р.) [13].

Швидке економічне зростання Китаю стимулює попит на сировинні ресурси, що не може забезпечуватись їх видобутком лише всередині країни (табл.3). У доповіді «China 2030», підготованою Світовим банком, рекомендовано кроки, спрямовані на подолання екологічних ризиків, що постають перед Китаєм. Забезпечення сильних ринкових стимулів для переходу до «зеленого» розвитку, збільшення використання альтернативних джерел енергії, покращення якості навколишнього середовища, мінімізація негативного впливу зеленого розвитку, управління ризиками, пов'язаних з наслідками змін клімату та зміцнення інституціонального впливу є ключовими рекомендаціями для досягнення розвитку «зеленої економіки» [6].

Таблиця 3

Структура виробництва та споживання енергоресурсів в Китаї

Рік	Загальне виробництво енергії (млрд. тонн стандартного вугільного еквіваленту)	Загальне споживання енергії (млрд. тонн стандартного вугільного еквіваленту)	Відсоток від загального споживання енергоресурсів			
			Вугілля, %	Сира нафта, %	Природний газ, %	Інші джерела, %
2008	2,774	3,206	71,5	16,7	3,4	8,4
2009	2,861	3,361	71,6	16,4	3,5	8,5
2010	3,121	3,606	69,2	17,4	4	9,4
2011	3,402	3,870	70,2	16,8	4,6	8,4
2012	3,510	4,021	68,5	17	4,8	9,7
2013	3,588	4,169	67,4	17,1	5,3	10,2
2014	3,619	4,258	65,6	17,4	5,7	11,3
2015	3,615	4,299	63,7	18,3	5,9	12,1
2016	3,460	4,358	62	18,5	6,2	13,3
2017	3,599	4,490	60,4	18,8	7	13,8

*Джерело: складено авторами за [16]

Найбільший дефіцит власного виробництва енергоресурсів мав місце у 2016 р. коли різниця між споживанням та виробництвом сягнула 20,6%. Вугілля посідає найвагомішу позицію у структурі енергоресурсів. Разом з тим має місце тенденція до зростання споживання сирової нафти, природнього газу та альтернативних джерел енергії.

Зовнішня торгівля КНР зазнала бурхливого розвитку з початку проведення реформ у зовнішньоторговельних відносинах. За останні кілька років Китай став найбільшим експортером у світі та посідає друге місце серед найбільших світових імпортерів. Приєднання Китаю до Світової організації торгівлі (СОТ) у 2001 році сприяло збільшенню обсягів торгівлі щорічно в середньому на 25,8%, проте, глобальна фінансова криза 2008 року призвела до уповільнення темпів росту світової торгівлі, та обсяги китайського експорту скоротилися на 16,4% (рис.3).

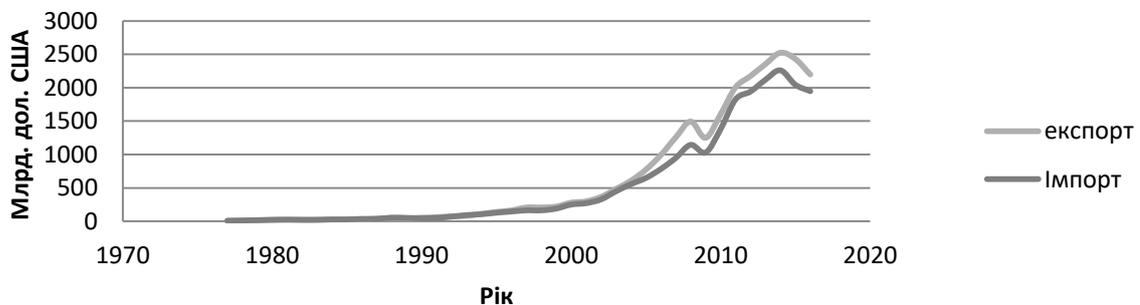


Рисунок 3 Динаміка обсягів експорту та імпорту товарів, 1978-2017 рр.

*Джерело: складено авторами за [13; 14]

Відкритість економіки країни до зовнішньоекономічних відносин надало поштовху до її зростання та виходу на глобальний рівень. На сьогоднішній день Китай стає рушійною силою світового ринку капіталу, та є країною з позитивним притоком інвестицій. Водночас країна збільшує обсяги інвестування до країн Європи, США та ін. Більш ніж 26% обсягу китайських інвестицій було спрямовано до Європи, 17% -у США, 12% - до Східної Азії (рис. 4).

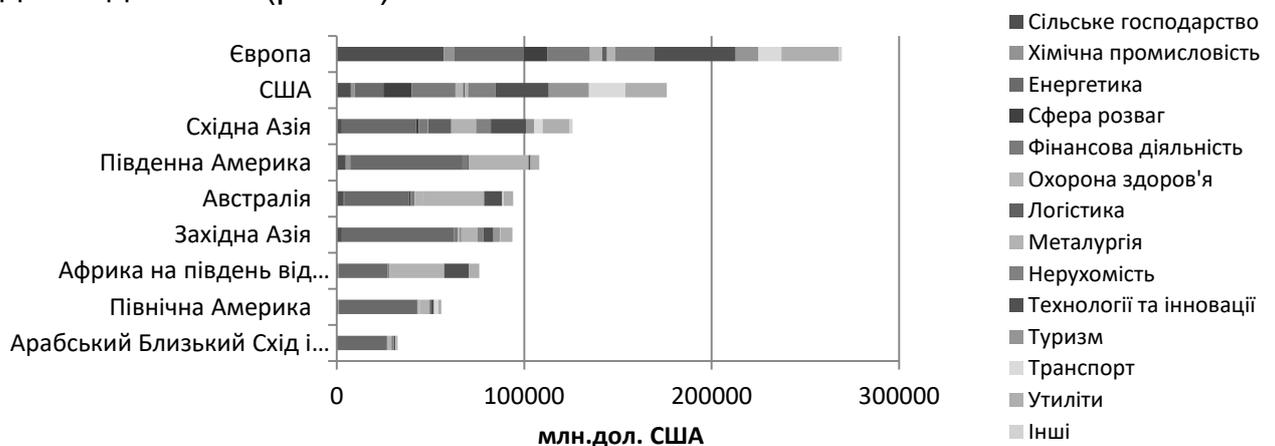


Рисунок 4 Обсяг інвестицій Китаю за регіонами та галузями за 2005-2018 рр. (млн. дол. США)

*Джерело: складено і розраховано авторами за [17]

Згідно з даними за останні 10 років близько 33% інвестицій залучається у енергетичну галузь, 12% у металургію, 11% у технології. Лише на останні три роки, 75% всіх інвестиційних відрахувань здійснювались у дочірні підприємства, що свідчить про високу присутність китайських компаній на територіях інших країн.

Згідно політики «чотирьох модернізацій» відбувається реформування сфери національної оборони. Використання дипломатичного, економічного та військового впливу надає можливість побудови міцного, процвітаючого Китаю зі встановленням регіональної переваги та розширенням міжнародного впливу. Так, держава використовує різні методи для посилення воєнного потенціалу та збільшує обсяг військових витрат (рис.5) [18].

У зв'язку з розширенням міжнародного впливу, впровадженням ініціативи «Один пояс – один шлях» дія оборонних сил має все більший орієнтир на залучення інвестицій та покращення інфраструктури в інших країнах. Так, у 2017 році Китай офіційно відкрив свою першу військову базу у Республіці Джібуті [18].

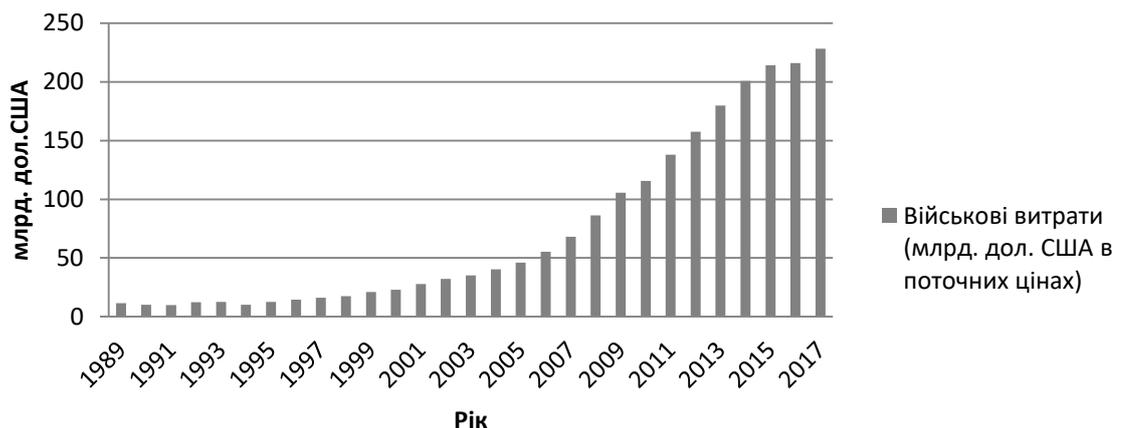


Рисунок 5 Обсяг військових витрат КНР за 1989-2017рр.

*Джерело: складено авторами за [19]

Аналіз даних за період з 1989 по 2017 рік свідчить, що офіційний військовий бюджет Китаю зріс у 20 разів, а за останні 10 років (2007-2017 рр.) у середньому у 3,4 рази. Китай, ймовірно, зможе підтримати подальше зростання витрат на оборону в найближчому майбутньому, та за даними Jane's Defense Budgets вони досягнуть 240 млрд.дол.США до 2021 року. Проте, дивлячись на помірне зниження темпів розвитку КНР, витрати можуть зменшитись від 5,6% у 2017 р. до 3% у 2028 р. [18].

Отже, початковим етапом становлення КНР як самостійної, успішної держави було визначення цілей сталого розвитку, координація окремих напрямів політичної та економічної діяльності з визначенням пріоритетів та чіткої позиції влади. Так, основою реформування стало сільське господарство, промисловість, наука та сфера національної оборони. Разом з цим були здійснені зовнішньоторговельні та інвестиційні

реформи в наслідок чого розпочалась модернізація грошово-кредитної системи. Також відбулось зростання приватного сектору, розвиток фондового ринку та банківської системи.

Слід відзначити роль правлячої ланки у становленні держави. Не зважаючи на те, що ще з 1949 року правлячою є Комуністична партія Китаю, зберігся імідж партії, підкріплений позитивними зрушеннями за період правління та проведенням саме економічної політики, що стало ідейним фундаментом соціальної стабільності.

За роки реформування відбулось налагодження механізму функціонування та розвитку економіки. Держава приєдналась до міжнародних інституцій, таких як: ООН, АТЕС, G20, СОТ, ЩОС та БРІКС.

Для подальшого зростання економіки країни рушійною силою є виконання цільових установок КПК. На даний момент вирішальним для країни є інформатизація та індустріалізація народного господарства, зміна структури економіки з переважанням третинного сектору народного господарства та зменшенням первинного.

Висновки. Проведене дослідження дозволило конкретизувати основні етапи реформування економіки КНР: від стратегії «триматися в тіні й не показувати себе» до «прагнення до досягнень» та здійснити оцінювання їх результативності на підставі поглибленого аналізу тенденцій розвитку. Заходи з впровадження ринкової економіки, політики «відкритих дверей», успішний вступ до СОТ та інші події сприяли економічному зростанню Китаю.

На підставі аналізу економічних показників було виявлено тенденцію до уповільнення темпів економічного зростання КНР. Проте, переважання обсягів експорту високотехнологічної продукції над обсягами імпорту, прогрес у виробництві та захисті прав інтелектуальної власності (надання патентів) повторює поставлені стратегічні завдання держави. На сьогоднішній момент Китай є найбільшим експортером товарів у світі, вагомим інвестором у відновлювальні енергетичні джерела не тільки всередині держави а й за її межами. Також велика увага приділяється безпеці держави. У зв'язку з виконанням поставлених стратегічних цілей економічного розвитку очікується, що Китай наздожене розвинуті країни, збільшить вплив на інші держави та досягне цілей, поставлених до 2049 року.

Перспективи подальших досліджень полягають в оцінці впливу зовнішньоекономічної політики КНР на економічний стан інших країн світу.

Література:

1. Garnaut R. CHINA'S 40 YEARS OF REFORM AND DEVELOPMENT 1978–2018 / R. Garnaut, L. Song, C. Fang. – Australian National University, 2018. – 679 с. – (SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)).

2. Реформи і китайське «економічне чудо»: ґенеза та прогноз / Д.П. Богиня // Історія народного господарства та економічної думки України. — 2007. — Вип. 39-40. — С. 96-110. — Бібліогр.: 14 назв. — укр.
3. Made in China 2025 《中国制造 2025》. URL: <http://www.cittadellascienza.it/cina/wp-content/uploads/2017/02/loT-ONE-Made-in-China-2025.pdf> (Last accessed: 02.11.2018).
4. The 11th five-year plan for economic and social development of the People's Republic of China (2006–2010). URL: <https://policy.asiapacificenergy.org/sites/default/files/11th%20Five-Year%20Plan%20282006-2010%20for%20National%20Economic%20and%20Social%20Development.doc> (Last accessed: 24.11.2018).
5. The 13th five-year plan for economic and social development of the People's Republic Of China (2016–2020). URL: <http://en.ndrc.gov.cn/newsrelease/201612/P020161207645765233498.pdf> (Last accessed: 24.11.2018).
6. China 2030. URL: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/China-2030-complete.pdf> (Last accessed: 24.11.2018).
7. Science and Technology in China: A Roadmap to 2050. URL: http://library.aceondo.net/ebooks/HISTORY/Science_&_Technology_in_China_A_Roadmap_to_2050__Strategic_General_Report_of_the_20121130215622420.pdf (Last accessed: 24.11.2018).
8. Кіктенко В. О. Геоeкономічне зростання Китаю у сучасному світі. Стенограма наукової доповіді на засіданні Президії НАН України 22 лютого 2017 року // Вісник Національної академії наук України. – 2017. – №4. – С. 42-60.
9. PCT top tech fields. URL: <https://www.wipo.int/edocs/infogdocs/en/ipfactsandfigures2018/> (Last accessed: 02.11.2018).
10. WIPO: IP Filings. URL: https://www.wipo.int/ipstats/en/statistics/country_profile/profile.jsp?code=CN: (Last accessed: 02.11.2018).
11. Basic Statistics on S&T Activities. URL: <http://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01> (Last accessed: 02.11.2018)
12. GDP, current prices: Purchasing power parity URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/PPPGDP@WEO/USA/CHN> (Last accessed: 05.11.2018).
13. Китай - Экспорт товаров и услуг [Электронный ресурс]. URL: <https://кноема.ru/atlas/Китай/topics/Экономика/Национальны-е-счета-Использование-ВВП-в-текущих-ценах-в-долларах-США/Экспорт> (дата обращения 07.11.2018 г.)
14. Китай - Импорт товаров и услуг [Электронный ресурс]. URL: https://кноема.ru/atlas/Китай/topics/Экономика/Национальны-е-счета-Использование-ВВП-в-текущих-ценах-в-долларах-США/Импорт?_ga=2.115798470.1752980338.1551298016-640178667.1550866354https://yandex.ru/?clid=2233626 (дата обращения 07.11.2018 г.)

15. List of importing markets for a product exported by China. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1 (Last accessed:08.11.2018)
16. Total Consumption of Energy and Its Composition. URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2018/indexeh.htm> (Last accessed:17.11.2018)
17. Worldwide Chinese Investments & Construction (2005 - 2018). URL: <http://www.aei.org/china-global-investment-tracker/> (Last accessed: 09.11.2018)
18. 2018 China Military Power Report. URL: <https://media.defense.gov/2018/Aug/16/2001955282/-1/-1/1/2018-CHINA-MILITARY-POWER-REPORT.PDF> (Last accessed: 20.11.2018)
19. Military expenditure (current USD). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/MS.MIL.XPND.CD?locations=CN> (Last accessed: 20.11.2018)

УДК 123.456:789

Удовиченко С.С. sy.ortonmax@gmail.com

Науковий керівник: Серебренніков Б.С.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОБОТОТЕХНІКИ В УКРАЇНІ

Анотація

В статті досліджено сучасний стан інноваційного розвитку України, проаналізовано динаміку його змін в економічній та науковій сферах протягом 2011-2017 рр. і визначено слабкі та сильні сторони української економіки, які можуть значно вплинути на розвиток високотехнологічних галузей в Україні. З огляду на сучасні світові тенденції, наукоємні галузі промисловості набувають все більших темпів розвитку, а активізація інноваційної діяльності є найголовнішим індикатором для розвитку високотехнологічних галузей машинобудування, до яких належить і робототехніка. Метою статті є визначення низки проблем, що гальмують розвиток робототехніки в Україні, та виявлення можливостей для активізації робототехнічної галузі на основі дослідження динаміки низки економічних показників.

Annotation

The article analyzes the current state of innovation development in Ukraine, analyzes the dynamics of its changes in the economic and scientific spheres during 2011-2017, and identifies the weak and strong sides of the Ukrainian economy, which can significantly affect the development of high-tech industries in Ukraine. Given the current global trends, science-intensive industries are gaining the fast pace of development, and activating innovation is the most important indicator for the expansion of high-tech industries, including robotics. The purpose of the article is to identify a number of problems restricting the development of robotics in Ukraine and to identify opportunities for activating the robotics industry based on the study of the dynamics of a number of economic indicators.

Ключові слова: *глобальний індекс інновацій, перспективи розвитку, показники динаміки, робототехніка.*

Вступ. Сьогодні у світі стрімко розвиваються високотехнологічні галузі, такі як робототехніка, кібербезпека та космічна промисловість. Серед них, робототехніка набула широкого розвитку не тільки на промисловому, а і на споживчому ринку. Ця галузь має значний потенціал, та вважається однією з «галузей майбутнього», отже питання її розвитку є актуальним для України.

Процеси формування робототехніки в Україні вже досліджували декілька наукових діячів. Так Д.П. Кучеров, З.М. Копилова, Ю.В. Мякухін

вивчали питання розвитку військової робототехніки, а Р. С. Белзецький і О. М. Полторак розглядали перспективи використання робототехнічних платформ у навчанні студентів. Але загалом в наукових роботах тема не набула широкого висвітлення та більшість статей з приводу розвитку робототехніки в Україні мають скоріше інформаційний або розважальний характер, що робить досліджуване питання досі актуальним.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні низки проблем, що гальмують розвиток робототехніки в Україні, та виявленні можливостей для активізації робототехнічної галузі на основі дослідження динаміки низки економічних показників.

Результати дослідження. Сьогодні у світі стрімкого розвитку набувають високотехнологічні галузі, такі як робототехніка, кібербезпека та космічна промисловість. Ця тенденція зумовлена високим ступенем інтеграції технологій в повсякденне життя людини та усвідомленням необхідності їх подальшого удосконалення. За таких умов набуває актуальності питання щодо визначення можливостей розвитку робототехнічної галузі в Україні.

Робототехніка – це прикладна наука, що займається проектуванням, розробкою, конструюванням та використанням роботів, а також комп'ютерних систем для їх контролю. Не зважаючи на те, що робототехніка і сама є одним з сегментів машинобудування, найбільша питома вага застосування роботів належить машинобудівній галузі, саме з промислових роботів почався стрімкий розвиток робототехніки [1].

Для аналізу загальної динаміки інноваційного розвитку України було обрано показник глобального індексу інновацій (Global Innovation Index – GII). Індекс глобальних інновацій (GI) був створений для фіксації багатовимірних аспектів інновацій та надання інструментів, що сприятимуть розробці політики, спрямованої на довготривалу підтримку зростання виробництва, підвищення продуктивності та збільшення робочих місць. GII допомагає створити середовище, в якому інноваційні чинники постійно оцінюються. Це ключовий інструмент та багата база детальних показників для економік, яка в 2018 році охоплює 126 економік, що становить 90,8% населення світу та 96,3% світового ВВП.

Визнаючи ключову роль інновацій як рушійного фактора економічного зростання та процвітання та необхідність широкого бачення інновацій, що застосовується до розвинутих економік та економік, що розвиваються, GII включає показники, які виходять за рамки традиційних вимірів інновацій, такі як рівень науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт [2].

Глобальний індекс інновацій складається з 82 різних змінних, які надають розгорнуту характеристику інноваційного розвитку країн світу з різним рівнем економічного розвитку. Автори індексу вважають, що успішність економіки пов'язана, як з наявністю інноваційного потенціалу, так і з умовами для його виконання. Саме тому Індекс розраховується як

сума реалістичних оцінок двох груп показників: існуючі ресурси і умови для проведення інновацій (Innovation Input) та досягнуті практичні результати втілення інновацій (Innovation Output) [3]. Результати дослідження наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка значень глобального індексу інновацій України

Глобальний індекс інновацій	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Значення індексу	35,0	36,1	35,8	36,3	36,5	35,7	37,6
Приріст		1,1	-0,3	0,5	0,2	-0,8	1,9
Місце України в топі країн	60	63	71	63	64	56	50
Процент країн, які Україна обійшла у рейтингу, %	53,8	55,3	50,0	55,9	54,6	56,3	60,6

Джерело: складено авторами на основі даних [4]

Отже, за даними табл.1 можна побачити, що через несталу кількість досліджуваних країн, зростання значення індексу не означає, що країна просунулась у топі країн. Так у 2015 році значення індексу збільшилось на 0.2, але у топі країн Україна перейшла з 63 місця на 64 та втратила 1,3% у рейтингу. Але у 2016 році, не зважаючи на те, що показник зменшився на 0.8, в топі Україна просунулась вперед на 8 місць та набула ще 1.7%.

До 2014 року інноваційний розвиток України був хаотичним, отже прослідити динаміку неможливо, у 2014-2015 роках розвиток знаходиться на низькому рівні, що може бути обумовлено зіткненням країни з воєнними діями та пристосування економіки до воєнної ситуації. Але в останні три роки спостерігається стале зростання глобального індексу інновацій, Україна підвищила свою позицію у досліджуваному рейтингу на 1,7% у 2016 році, на 4,3% у 2017 році та на 7,4% у 2018 році, при тому, що в дослідженні приймало участь лише на дві країни менше ніж у 2017 році [5, с. 135].

Загалом, перспективність України у сфері інноваційної діяльності на сьогодні знаходиться на досить високому рівні та, спираючись на значення глобального індексу інновацій, має тенденцію до зростання, отже країна має сприятливі умови для розвитку високотехнологічних та інноваційних галузей промисловості, однією з яких є робототехніка.

Зараз розвиток робототехніки як окремої галузі промисловості в Україні дуже малий, але її вплив спостерігається в різних галузях машинобудування, особливо у сферах верстатобудування, приладобудування та виробництва електронної продукції. Зважаючи на те, що світові тенденції прямують до роботизації як виробництва, так і побутового життя, український промисловий сектор змушений впроваджувати використання та розробку роботизованих приладів, щоб

витримати світову конкуренцію. Отже, у табл. 2 наведено обсяги реалізованої продукції машинобудівної промисловості України та їх зміну у процентах до попереднього року, аналіз динаміки обсягів дозволить зрозуміти наскільки ефективними є машинобудівні підприємства України.

Таблиця 2

**Динаміка обсягу реалізованої продукції
(товарів, послуг) машинобудівної промисловості**

Роки	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг, млн грн.	130847,9	140539,3	113926,6	101924,7	115261,7	131351,8	168281,9
Приріст, %		7,4	-18,9	-10,5	13,1	14,0	28,1
Обсяг, млн дол	16376,7	17582,8	14253,3	6463,4	4895,1	4976,2	6035,0
Приріст, %		7,4	-18,9	-54,7	-24,3	1,7	21,3

Джерело: складено авторами на основі даних [6,7]

Для більш точної оцінки динаміки обсягу реалізованої продукції, дані було переведено з млн грн у млн дол. США за курсом валют НБУ для кожного року станом на 20 грудня. Отже, проаналізувавши дані табл.2, можна побачити, що до 2013 року курс гривні тримався на сталому рівні, а у 2014 почалось різке падіння, про що свідчить різниця між процентними відношеннями до попереднього року.

В цілому динаміка схожа з динамікою глобального індексу інновацій: падіння показника у 2014, незначний приріст у 2015 та подальше зростання показнику. Але з табл. 2 зрозуміло, що, не зважаючи на зростання показнику у гривневому еквіваленті, у доларах обсяг реалізованої продукції зменшився на 24,3% у 2015 році. У 2016 році між гривневим та доларовим показником залишається значна різниця, але вже у 2017 спостерігається відносно вирівнювання процентних показників та значний позитивний приріст обсягів.

Отже, розглядаючи динаміку обсягів реалізованої продукції машинобудівної промисловості, слід відзначити, що позитивний приріст останніх двох років та стабілізація курсу не перекривають тенденцію до зменшення обсягів відносно показників до 2014 року. І якщо в гривнях у 2017 було реалізовано більше продукції ніж у 2011, то в доларовому еквіваленті Україна не досягла навіть 40% від обсягів реалізації 2011 року.

Треба враховувати, що глобальний індекс інновацій характеризує не тільки поточний стан інноваційної діяльності країни, а й її перспективи в цій сфері, отже доцільним буде проаналізувати динаміку розвитку науки та інновацій в Україні та його поточний стан. Дані стосовно обраних показників наведено у табл.3.

Таблиця 3

Динаміка показників розвитку науки та інновацій в Україні

Показник	Роки						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок, млн.грн	8513,4	9419,9	10248,5	9487,5	11003,6	11530,7	13379,3
Приріст відносно попереднього року, %	–	10,6	8,8	-7,4	16,0	4,8	16,0
Частка внутрішніх витрат на виконання наукових досліджень і розробок у ВВП, %	0,65	0,67	0,70	0,61	0,56	0,48	0,45
Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, осіб	175330	164340	155386	136123	122504	97912	94274
Приріст відносно попереднього року, %	–	-6,3	-5,4	-12,4	-10,0	-20,1	-3,7
Впровадження інноваційних видів продукції, найменувань	2408	3238	3403	3138	3661	3136	2387
Приріст відносно попереднього року, %		34,5	5,1	-7,8	16,7	-14,3	-23,9

Джерело: складено авторами на основі даних [8, с. 204-209, 9]

Аналізуючи викладені дані, можна зробити висновок, що наукова та інноваційна діяльність України має негативну динаміку змін. Насамперед, це постійне зменшення внутрішніх витрат на виконання наукових досліджень і розробок. Якщо розглядати показник у млн грн, динаміка виглядає дуже оптимістично, спад показнику спостерігається лише у 2014 році, весь останній час приріст складає від 4% до 16%. Але якщо порахувати частку витрат на наукові дослідження у ВВП країни, виявляється, що Україна не тільки не нарощує витрати на наукову діяльність, а навіть не підтримує їх на сталому рівні.

Що стосується кількості наукових працівників, дані також є невтішними. Щороку спостерігається скорочення кількості осіб, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, особливе скорочення

наукових діячів спостерігається у 2014 та 2016 роках. Це пов'язано з початком воєнних дій на сході України у 2014 році, після якого значна частина населення була вимушена змінити місце постійного проживання. Нестача робочих місць та еміграція за кордон стали головними чинниками, які обумовлюють таке значне скорочення науковців.

Впровадження інноваційних видів продукції також має тенденцію до скорочення, при чому найбільш від'ємний показник у 2017 році. Серед усіх досліджених підприємств у 2017 році інноваційну продукцію впровадило лише 14,3% промислових підприємств. З них лише 29% зайняті у виробництві комп'ютерів, електронної та оптичної продукції. За даними Держстату лише 450 підприємств реалізували інноваційну продукцію у 2017 році, у той час як машинобудівний комплекс України нараховує близько 2000 підприємств [8, с. 204-209, 10].

Не зважаючи на низькі показники наукової та інвестиційної діяльності, Глобальний індекс інновацій України все одно збільшується. Це обумовлено високим рівнем освіти ІТ-спеціалістів, поширенням використання програмного забезпечення та високими креативними результатами, до яких входить розробка та реалізація нематеріальних активів. До найбільш слабких сторін України відносять майже відсутність на ринку науково-дослідних та дослідно-конструкторських компаній, політичну стабільність та безпеку [5, с. 135].

Проведений аналіз динаміки показників інноваційної та наукової діяльності України, а також Глобального індексу інновацій та продуктивності машинобудівних підприємств виявив, що на даний момент Україна не має достатніх ресурсів для активного розвитку робототехнічної галузі машинобудування. Робототехніка є однією з високотехнологічних та наукоємних галузей, а в Україні за останні сім років не спостерігається підвищення витрат на наукову діяльність чи інноваційних впроваджень підприємств.

Задля покращення ситуації необхідно насамперед приділити більше уваги збору статистики пов'язаної з діяльністю наукоємних галузей, адже знайти інформацію складно, і вона часто є застарілою або недостатньо науково обґрунтованою. На світовому рівні не завжди саме країни займаються підсумковою статистикою, дуже розвинена практика, коли статистичними збірниками у різних сферах займаються статистичні компанії, або транснаціональні корпорації. Так Adobe формує статистику з використання штучного інтелекту (Digital Intelligence Briefing), збором статистики з використання роботів займається The International Federation of Robotics (збірник «World Robotics Industrial Robots and Service Robots»).

Отже, Україні потрібно переформувати структуру статистики з машинобудування згідно сучасним тенденціям та піклуватися про актуальність інформації, яка надходить до офіційних статистичних джерел. Цей пункт є дуже важливим, адже коректне формування

статистичних даних дозволить полегшити аналіз загальної ситуації та виявлення актуальних проблем наукоємних галузей, в тому числі і робототехніки.

Ще однією значною проблемою України є «відтік мізків», тобто виїзд за кордон кваліфікованих спеціалістів. Найчастіше, українці, яким вдалося розробити інноваційний проект, знаходять фінансування за кордоном, де інвестори більше зацікавлені в нових технологіях. Цей процес можна пригальмувати державною підтримкою інноваційних проектів, як фінансовою так і інформаційною. Надання фахівцям фінансування на території України дозволить зберегти інтелектуальну власність, а також розвинути використання інноваційних технологій.

За даними GII основною перевагою України є високий рівень підготовки спеціалістів ІТ-сфери. Інформаційні технології тісно пов'язані з робототехнікою, отже розвиток однієї галузі полегшить розвиток іншої, але досягти суттєвого результату неможливо без значних інвестиційних вкладів. Отже, на даний момент найдоцільнішим для України шляхом розвитку робототехніки є кооперація з іноземними робототехнічними компаніями. При цьому саме виробнича кооперація не є необхідною умовою, сьогодні на робототехнічному ринку України працює компанія «KNN Systems», яка є офіційним сервісним партнером німецького виробника роботів KUKA.

Отже, необхідно підтримувати внутрішні витрати на інноваційну діяльність на сталому рівні та залучати іноземні інвестиції, при цьому важливим є стимулювання кваліфікованих спеціалістів працювати саме в Україні та стабілізація політичної ситуації, що зробить країну привабливою для потенційних інвесторів.

Висновки. Таким чином на даному етапі розвитку України, формування робототехнічної галузі не є можливим без залучення значних іноземних інвестицій та державної підтримки інноваційних проектів. Іншим шляхом активізації робототехнічної галузі є наукова або виробнича кооперація з робототехнічними підприємствами розвинутих країн, чому сприяє і потенціал України в інноваційній сфері, і висока кваліфікація українських спеціалістів.

Перспективою подальшого дослідження є аналіз засобів залучення іноземних інвестицій до машинобудівної галузі України.

Література:

1. Робототехніка [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Робототехніка>.

2. History of the global innovation index [Електронний ресурс] // Global Innovation Index. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#history>.

3. Глобальный индекс инноваций: информация об исследовании и его результаты [Електронний ресурс] // Центр гуманитарных технологий.

– 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info>.

4. Global innovation index: reports [Електронний ресурс] // Global Innovation Index. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#reports>

5. Global innovation index 2018. // Global Innovation Index. – 2018. – №11. – С. 335.

6. Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності у 2010-2017 роках [Електронний ресурс] // Держстат України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp_rik/orp_rik_u.htm.

7. Архів валютних курсів: курси Національного банку України [Електронний ресурс] // Мінфін. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/exchange/archive/nbu>.

8. Україна у цифрах 2017 – Київ: Державна служба статистики України, 2018. – 241 с. – (Державна служба статистики України).

9. Валовий внутрішній продукт [Електронний ресурс] // Мінфін. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp>.

10. Машинобудування в Україні [Електронний ресурс] // STORINKA.CLICK. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://storinka.click/170-mashinobuduvannya-v-ukrayin.html>.

УДК 331.556.4

Фролова А.А., internationaleconomistfaa@gmail.com

Науковий керівник: Грінько І.М.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

НАПРЯМИ РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЇ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Анотація

У статті виявлено проблеми щодо міграції трудових ресурсів та охарактеризовано характер впливу на міграцію. Проведено кореляційно-регресійний аналіз показників соціально-економічного розвитку та міграції трудових ресурсів з метою виявлення зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на міграцію трудових ресурсів. На підставі проведеного аналізу виявлено проблеми в процесах міграції трудових ресурсів України та запропоновано напрями з її регулювання, які спрямовані на соціально-економічний розвиток країни в умовах глобалізаційних викликів.

Annotation

The article identified the problems of labour migration and described the impact on migration. A correlation and regression analysis of indicators of economic and social development and labour migration in order to identify external and internal factors influencing labour migration. Based on the analysis, the problems were identified in labour migration processes from Ukraine and directions for its regulation were proposed, which aim at the economic and social development of the country in terms of global challenges.

Ключові слова: *регулювання міграції, міграція трудових ресурсів, середня заробітна плата, безробіття.*

Вступ. Перетинання державних кордонів мігрантами з метою працевлаштування є одним з ключових мотивів міжнародної міграції трудових ресурсів. Переміщення робочої сили між країнами посилилось в умовах розвитку глобалізаційних процесів та істотно впливає на сталий розвиток економіки окремих країн і на міжнародні економічні відносини між ними. Оскільки трудова міграція залежить від впливу економічних, соціальних та демографічних факторів, відповідно збільшення міграції трудових ресурсів сприяє демографічним зрушенням, пов'язаним із старінням населення у деяких частинах світу та "виснаженням молоді" в інших.

Міграція трудових ресурсів призводить до негативних наслідків, а саме: брак трудових ресурсів на місцевих ринках праці, "відтік мізків", посилення депопуляції, прискорення демографічного старіння, відповідно і збільшення навантаження на працююче населення. Для

того, щоб запропонувати напрями з регулювання міграції трудових ресурсів проведемо кореляційно-регресійний аналіз для виявлення факторів впливу на міграцію трудових ресурсів. Дане питання є досить актуальними, оскільки необхідно дослідити фактори впливу на міграцію трудових ресурсів та запропонувати комплекс заходів, які повинні здійснюватися державою для ефективного регулювання міграції трудових ресурсів.

Аналіз останніх досліджень, у яких розглянуто вирішення проблеми щодо виявлення факторів впливу на міграцію трудових ресурсів, а також досліджені тенденції міграції трудових ресурсів. Серед українських та зарубіжних вчених приділена увага: Х. Аранго, Т. Бауер, К. Босвелл, І. Майданік, О. Малиновська, Ф. Мартін, Р. Мюнц, М. Фонсека, Д. Хейскен, Дж. Хікс, К. Шиманська, К. Шмідт та інші. Вчений Дж. Хікс в праці "Теорія заробітної плати" вважав, що найвагомішою причиною міграції трудових ресурсів є відмінність в оплаті праці між країнами.

Наукові праці зазначених вчених, спрямовані на вирішення цієї проблеми, мають недостатнє розроблення окремих положень даної проблеми та необхідність подальшого розкриття, що потребує визначення напрямів регулювання міграції трудових ресурсів України.

Постановка задачі. Мета статті - проаналізувати фактори впливу на міграцію трудових ресурсів України та запропонувати напрями ефективного регулювання міграції трудових ресурсів для удосконалення міграційної політики України.

Методологія. Для проведення дослідження застосуємо методи синтезу, індукції, дедукції, економіко-математичний, економіко-статистичний, графічний, факторний аналіз, завдяки яким можливо виявити та проаналізувати фактори впливу на міграцію трудових ресурсів України. Використаємо також статистичний підхід, який дозволить порівняти показники міграції трудових ресурсів в часі, розглянути рівень змін, зв'язків і взаємозв'язків між факторами впливу.

Результати дослідження. На початку XXI століття міграція трудових ресурсів набула глобального характеру. Найбільш масовим і соціально значущим міграційним потоком є міграція трудових ресурсів. Формування міграції трудових ресурсів відбувається в умовах дії багатьох випадкових факторів, їх варіації та взаємного впливу.

Міграція трудових ресурсів є важливим чинником соціально-економічного розвитку країни. Протягом останніх років питання регулювання міграції є досить актуальним для України, оскільки чисельність трудових мігрантів зростає, що призводить до економічних, соціальних і демографічних втрат, тому потребує зважених регулятивних заходів в країні.

Основними емігрантами до 2014 р. було населення західної частини України, тоді як зараз значну частину складає населення східної частини України. В Україні посилюються міграційні процеси в 2014-2015

рр. через економічний спад. Посилення міграційних процесів зумовлено військовою агресією, макроекономічною кризою та погіршенням добробуту домогосподарств, високим рівнем безробіття.

Проведемо кореляційно-регресійний аналіз на основі якого дослідимо зв'язок міграції трудових ресурсів та соціально-економічними факторами, які і є міграційними факторами відштовхування. Кореляційно-регресійний аналіз є одним з основних статистичних методів дослідження залежної випадкової величини Y від випадкових змінних x .

Першим етапом кореляційно-регресійного аналізу є збір інформації, його обробка та форматування для отримання можливості проведення найбільш об'єктивних розрахунків. Інформаційною базою для проведення розрахунків є статистичні дані Державної служби статистики України (табл. 1).

Припустимо, що регресорами економетричної моделі будуть середня заробітна плата (x_1), безробітне населення (x_2), тобто фактори, що впливають на зміну результуючого показника. Обсяг міграції трудових ресурсів у даному разі представлений регресантом (Y), тобто результуючою змінною, яку приймає значення залежно від зміни показників x .

Про дійсні масштаби міграції трудових ресурсів надають уявлення вибіркові обстеження. З цього питання було здійснено обстеження [1] в 2008 і в 2012 рр., яке показало, що чисельність трудових мігрантів було оцінено в 1,5 млн (2008 р.) та 1,2 млн (2012 р.) осіб. Проте інформацію про відсутніх мігрантів надавали члени родин, які залишаються в Україні. Часто вони нею не володіли, або не бажали ділитися. Якщо ж за кордон сім'я виїхала у повному складі, надати таку інформацію було просто нікому. Тому результати вибіркових обстежень [1] розкривають тенденції та структуру трудової міграції за кордон, проте не вповні відображають її кількісні характеристики [1].

Основним джерелом інформації щодо трудової міграції є дані суб'єктів господарювання, що мають ліцензію Міністерства соціальної політики України на посередництво у працевлаштуванні за кордоном. У 2017 р. відповідними суб'єктами було працевлаштовано за кордоном 83,8 тис. українських громадян України (у 2016 р. – 79,2 тис.; у 2015 р. – 76,9 тис.) [2].

Розмір заробітної плати є одним з основних факторів впливу на міграцію трудових ресурсів. Оплата праці є показником соціальної захищеності населення в країні та індикатором вартості робочої сили. Також рушійною силою відтоку робочої сили з України є високий рівень безробіття. Основним мотивом працевлаштування за кордоном є вища, ніж в Україні, заробітна плата. Середньо-місячний заробіток одного трудового мігранта у 2017 р. становив 722 дол. США (у 2012 р. — 930

дол. США), тоді як в Україні у 2017 р. склав 247 дол. США (у 2012 р. — 343 дол. США) [3].

Міграційні тенденції стримують зростання потенційного ВВП, що призведе до зниження рівня економічно активного населення. При цьому через структурні диспропорції на ринку праці спостерігатиметься високий рівень природного безробіття. Основним фактором, який забезпечує економічний розвиток країни, є кваліфіковані працівники.

Трудові мігранти прагнуть покращити добробут своєї сім'ї та забезпечити більш широкі можливості для своїх дітей у довгостроковій перспективі. Хоча міграція може допомогти у досягненні фінансової стабільності, дослідження показують, що відсутність батьків може нанести шкоду соціальному та психологічному розвитку дитини.

За даними табл. 1 спостерігаємо стійку тенденцію: після 2010 р. безробітне населення скорочувалося до 2013 р. включно, у 2014 р. значення даного показника виявилось найбільшим за досліджуваний період внаслідок військового конфлікту, а протягом 2015-2017 рр. безробітне населення в Україні уповільнено, але зросло [4].

Для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторів на міграцію трудових ресурсів з України було обрано такі основні економічні показники як: середня заробітна плата та безробітне населення. Показники для здійснення кореляційно-регресійного аналізу зазначені в табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для здійснення кореляційно-регресійного аналізу*

Роки	Обсяг міграції трудових ресурсів тис. осіб (Y)	Середня заробітна плата, дол. США (X_1)	Безробітне населення, тис. осіб (X_2)
2010	80,4	263,24	1784,2
2011	84,5	311,55	1731,7
2012	86,7	342,83	1656,6
2013	83,4	258,26	1576,4
2014	78	180,18	1847,1
2015	76,9	158,52	1654
2016	79,2	184,38	1677,5
2017	83,8	246,7	1697,3
Разом	652,9	1945,66	13624,8
Середнє	81,61	243,21	1703,1

*Джерело: систематизовано на підставі даних [2; 3; 4; 5; 6].

При визначенні зв'язку множинної регресії, встановлено, що зв'язок між даними показниками присутній, і коефіцієнт множинної кореляції становить 0,95 і свідчить про тісний зв'язок залежної змінної (обсяг

міграції трудових ресурсів) та незалежних змінних (середня заробітна плата, безробітне населення). Коефіцієнт множинної детермінації становить 0,91, отже результативний показник y залежить від двох факторних x на 91%. Стандартна похибка становить приблизно 1,24, тобто, за даною моделлю, можливе відхилення обсягу міграції трудових ресурсів з України на 1,24 осіб.

Для аналізу множинного зв'язку міграції трудових ресурсів з економічними показниками, був використаний метод множинної регресії. Застосуємо покроковий алгоритм побудови моделі множинної регресії.

Крок 1. Побудуємо парну модель залежності показника міграції трудових ресурсів від розміру середньої заробітної плати:

$$y = 69,525 + 0,0497x_1 \quad (1.1)$$

Дану модель залежності міграції трудових ресурсів від розміру середньої заробітної плати зобразимо на рис. 1.

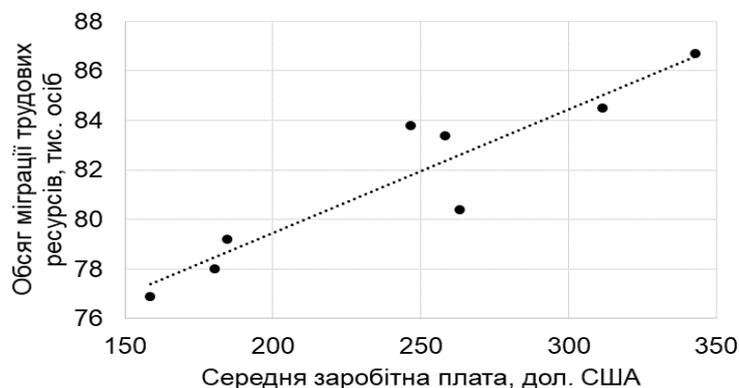


Рис. 1. Модель залежності міграції трудових ресурсів від розміру середньої заробітної плати

Крок 2. Побудуємо парну модель залежності показника міграції трудових ресурсів від кількості безробітного населення:

$$y = 106,36 - 0,0145x_2 \quad (1.2)$$

На рис. 2 зображена модель, яка характеризує залежність міграції трудових ресурсів від кількості безробітного населення.

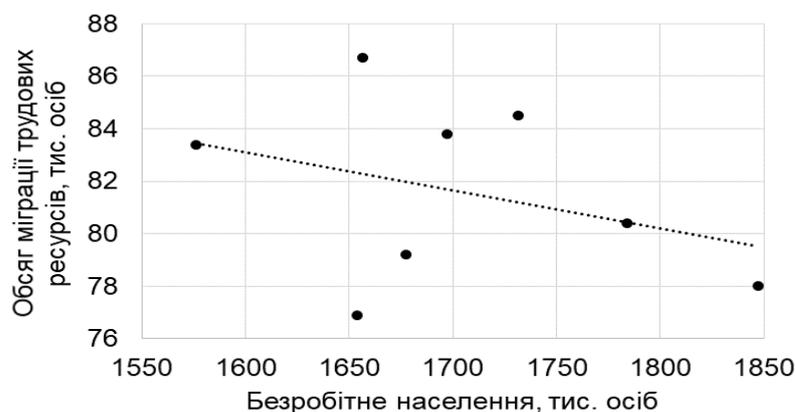


Рис. 2. Модель залежності міграції трудових ресурсів від кількості безробітного населення

Крок 3. Відобразимо рівняння регресії у формулі 1.3, що надає змогу визначити вплив кожного фактору на результат.

$$y = 84,158 + 0,048x_1 - 0,008x_2 \quad (1.3)$$

Модель 1.3 свідчить, що в період з 2010 р. по 2017 р. збільшення розміру середньої заробітної плати на 1 дол. США, призводило до того, що обсяг міграції трудових ресурсів України в середньому збільшувався на 0,048 тис. осіб. Збільшення кількості безробітного населення на 1 тис. осіб призводило до зниження міграції трудових ресурсів в середньому на 0,008 тис. осіб. Стала 84,158 свідчить про те, що існує велика кількість показників, які також впливають на зміну обсягу міграції трудових ресурсів з України.

Проаналізувавши кожен параметр моделі 1.3, виявлено, що найбільшою мірою на зміну обсягу міграції трудових ресурсів з України впливає середня заробітна плата, де параметр становить 0,048, а найменшою мірою – безробітне населення, зі значенням (-0,008). Чим ближче значення до нуля, тим менший вплив.

Змінна y позначає обсяг міграції трудових ресурсів, змінна x_1 — середню заробітну плату, x_2 — безробітне населення. Найбільший парний коефіцієнт кореляції спостерігаємо між змінними y та x_1 , який становить 0,93. Тобто коефіцієнт кореляції між цими змінними має позитивне значення, близьке до 1, тобто зв'язок між міграцією трудових ресурсів та середньою заробітною платою тісний, коефіцієнт кореляції значущий. Тоді як парний коефіцієнт кореляції між змінними y та x_2 становить -0,35.

Також нами був здійснений аналіз за t-критерієм Стьюдента. Табличне значення критерію Стьюдента з рівнем значущості 0,05 становить 12,71. Фактичні показники t-критеріїв по кожному з факторів впливу становлять: 6,579; -1,473 відповідно, і вони є меншими за табличне значення, що свідчить про те, що, з ймовірністю 95%, відмінності порівнюваних величин статистично не значимі.

Показники результату регресійного аналізу зазначені в табл. 2.

Таблиця 2

Результати проведеного регресійного аналізу

Спостереження	Прогнозоване y , тис. осіб	Залишки, тис. осіб
1	81,89622	-1,49622
2	84,64873	-0,14873
3	86,77366	-0,07366
4	83,39007	0,009927
5	77,39194	0,608059
6	77,964	-1,064
7	79,00717	0,192825
8	81,8282	1,971799

На рис. 3 зображено прогнозований обсяг міграції трудових ресурсів України.

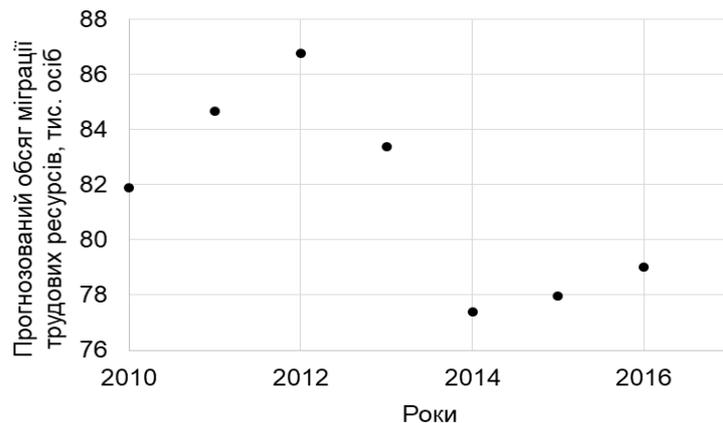


Рис. 3. Прогнозований обсяг міграції трудових ресурсів України

В ході кореляційно-регресійного аналізу було здійснено оцінку факторів впливу на міграцію трудових ресурсів України, за основу проведення цього аналізу було взято обсяг міграції трудових ресурсів, середню заробітну плату та кількість безробітного населення. Варто відзначити значну роль середньої заробітної плати у формуванні міграції трудових ресурсів України. Це цілком зрозуміло, адже оплата праці є основним чинником та важливим стимулом трудової діяльності, а також впливає на добробут населення. Тобто за допомогою кореляційно-регресійного аналізу впливу факторів на міграцію трудових ресурсів з України, було визначено, що економічна ситуація в Україні впливає на міграційний приріст населення.

Висновки. На підставі проведеного кореляційно-регресійного аналізу виявлених факторів впливу на міграцію трудових ресурсів запропонуємо напрями ефективного регулювання міграції трудових ресурсів, які мають полягати в:

- 1) здійсненні постійного моніторингу міграції трудових ресурсів;
- 2) створенні спрощеної та досконалої системи рееміграції трудових ресурсів;
- 3) забезпеченні сприятливих умов для повернення трудових мігрантів (підвищення рівня безпеки населення, полегшення умов ведення бізнесу, сприяння подоланню корупції в країні, забезпечення сталого розвитку економіки за допомогою впровадження міграційних реформ);
- 4) створенні нових робочих місць, які задовольнятимуть потреби економіки, будуть конкурентними за оплатою праці за рахунок залучення іноземних інвесторів;
- 5) зростанні середньої заробітної плати у всіх сферах діяльності;
- 6) зменшенні еміграційних настроїв населення за рахунок підвищення результативності міграційної політики та сталого розвитку економіки України.

Науковою новизною отриманих результатів є набуті подальшого розвитку методичні підходи щодо аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на міграцію трудових ресурсів України, які на відміну від існуючих, полягають у виявленні негативних наслідків в соціально-економічному розвитку держави. Практичним значенням дослідження є те, що науково обґрунтовані рекомендації з питань ефективного регулювання міграцією трудових ресурсів на державному рівні нададуть змогу удосконалити міграційну політику України у відповідності до глобалізаційних викликів та сучасних вимог соціально-економічного розвитку держави.

Перспективи наукових досліджень будуть полягати в подальших дослідженнях процесів міграції трудових ресурсів та вивченні світового досвіду країн ЄС щодо ефективної міграційної політики з метою адаптації основних її елементів в практичній діяльності України.

Література:

1. Малиновська О. А. Міграційна статистика в Україні та шляхи її удосконалення // Національний інститут стратегічних досліджень. 2014. №12. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1694/> (дата звернення: 02.01.2019).
2. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://www.msp.gov.ua/news/15731.html> (дата звернення: 02.01.2019).
3. Средняя заработная плата в Украине, динамика // Finstat. URL: <https://finstat.info/srednyaya-zarabotnaya-plata-v-ukraine> (дата звернення: 02.01.2019).
4. Рівень безробіття в Україні // Міністерство фінансів. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2017> (дата звернення: 02.01.2019).
5. Чисельність громадян України, які тимчасово працювали за кордоном, працевлаштованих суб'єктами господарської діяльності, що мають відповідну ліцензію, у 2010-2014 роках // Міграційний профіль України за 2010 - 2014 роки. 2015. URL: https://dmsu.gov.ua/assets/files/mig_profil/pr2014.pdf (дата звернення: 02.01.2019).
6. Чисельність громадян України, які тимчасово працювали за кордоном, працевлаштованих суб'єктами господарської діяльності, що мають відповідну ліцензію, у 2011-2015 роках // Міграційний профіль України за 2011 - 2015 роки. 2016. URL: https://dmsu.gov.ua/assets/files/mig_profil/MP2015.pdf (дата звернення: 02.01.2019).

УДК 322.122

Хоронжук Д.В., diana2001393@gmail.com

Науковий керівник: Манаєнко І.М.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ СТОЛИЧНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РАЙОНУ

Анотація

У статті розглянуто особливості демографічного стану району, проаналізовано розвиток промислового комплексу і сільськогосподарський потенціал регіону. Визначені провідні підприємства району, приділено увагу транспортній інфраструктурі і зовнішньоекономічним зв'язкам. Висвітлено основні проблеми регіону в умовах сьогодення. Окреслено окремі напрямки розвитку Столичного економічного району.

Annotation

An article considers peculiarities of the demographic situation of the region, examines the development of industrial complex and agricultural potential of the region. Leading enterprises of the region are determined, attention is paid to the transport infrastructure and foreign economic relations. The main problems of the region of present days are highlighted. The distinct directions of the development of the Capital economic region are outlined.

Ключові слова: *продуктивні сили, промисловий комплекс, сільськогосподарське виробництво, зовнішньоекономічні зв'язки.*

Вступ. Особливості розміщення продуктивних сил, трудові ресурси, населення, а також природно-ресурсні багатства окремих регіонів досліджено досить фундаментально. Актуальні проблеми регіонального розвитку досліджувалися завжди, проте на даний момент виникають нові, раніше не досліджувані проблеми, вони полягають у такому. По-перше, розвиток галузей споживчого сектора економіки та соціальної інфраструктури не відповідає реальним потребам населення. По-друге, неефективне використання економічного потенціалу окремих галузей в сучасних умовах господарювання. По-третє, нераціональне розміщення промислового виробництва, галузей соціальної сфери, а також відсутність дієвого механізму підтримки нових форм господарювання. По-четверте, поступова втрата людського капіталу та вплив висококваліфікованих спеціалістів з реального сектора економіки не можуть не позначитися в подальшому на рівні розвитку продуктивних сил країни. По-п'яте, високий рівень залежності від імпорту. Тому, важливо усвідомити, як же правильно вирішити низку проблем, що склалася і все-таки покращити ситуацію, яка з року в рік проявляється у регіональному аспекті нашої країни. Отже, саме на прикладі Столичного

економічного району будемо характеризувати продуктивні сили та їх розвиток.

Постановка задачі. Метою статті є дослідження особливостей розвитку й розміщення продуктивних сил Столичного економічного району на прикладі трудових ресурсів і засобах виробництва в умовах глобальних змін для розробки напрямків розвитку району. А також висвітлення проблем даного регіону в умовах сьогодення, які потребують поглибленого вивчення, зокрема, через те, що даний район є визначальним для розвитку економіки держави, що на його території знаходиться столиця України м. Київ.

Методологія. Вагомий внесок у формування теоретичних засад і прикладних рекомендацій щодо питання розвитку й розміщення продуктивних сил загалом здійснили такі науковці, як Іщук С.І., Дорогунцов С.І., Клиновий Д.В., Пепа Т.В., Данилишин Б.М., Хвесик М.А., Лишиленко В.І., Стеченко Д.М., Горбач Л.М., Пастушенко П.П. Розміщення продуктивних сил і економіку регіонів України досліджували в своїх наукових працях Жук М.В., Круль В.П., Заболоцький Б.Ф., Курочкін Г.Ф., Михайлюк О.Л., Ковалевський В.В., Семенов В.Ф., Сазонець І.Л. та інші вчені. Для проведення дослідження було використано низку методів наукового пізнання: індукції та дедукції, систематизації та узагальнення, логічного структурування та передбачення.

Результати дослідження. Розвиток теорії економічного районування налічує декілька століть. Особливо питання економічного районування набуло актуальності з моменту здобуття Україною незалежності. Серед дев'яти економічних районів країни особливе місце посідає Столичний економічний район (табл. 1).

Столичний економічний район розташований у північній центральній частині України у басейні Дніпра. Загальна площа складає 90,7 тис.км², що дорівнює 15% загальної площі України. У Столичному економічному районі станом на 1 вересня 2018 року проживає 16% населення України [1; 2]. Населення розміщене на території району нерівномірно. Середня його густина – 35 осіб/км². Найвища густина населення в Київській області пов'язана з наявністю на її території столиці держави найбільшого промислового, транспортного, культурного центру. Невисока густина населення Чернігівської області зумовлена переважно її аграрно-промисловим типом освоєння, наявністю на території значних площ лісових масивів, боліт тощо. Рівень урбанізації у Київській та Житомирській областях ледве перевищує 55%, а у Чернігівській – 48%. Однак середній, разом з містом Києвом, становить понад 60%. Проте у великих містах за останні роки спостерігається процес деурбанізації, що виявляється в посиленні міграційних потоків з міст у сільську місцевість.

Таблиця 1

**Основна характеристика Столичного економічного району,
2017 р.**

№ п/п	Показник	Одиниці виміру	Значення показника
1	Назва району	-	Столичний
2	Головний центр	-	м. Київ
3	Площа району	тис. км ²	90,7
4	Частка в площі України	%	15
5	Кількість населення	тис. осіб	6892,385
6	Частка в населенні України	%	16
7	Склад (області, що входять)	-	Київська, Чернігівська, Житомирська
8	Валовий регіональний продукт (ВРП)	млн. грн	219919
9	ВРП району з розрахунку на одну особу	грн.	154462
10	ВВП України	млн. грн	2982920
11	Частка ВРП району у ВВП України	%	7,4
12	Основні види корисних копалин, що знаходяться в межах району	-	нафта, газ, буре вугілля, мармур, уран, граніт, торф, ільменіти, кварцити, цементна сировина, будівельний камінь
13	Галузі промисловості на яких спеціалізується район	-	машинобудівна, паливна, електро-енергетична, легка, харчова, хімічна, лісова
14	Основні промислові центри району	-	Київ, Житомир, Чернігів, Біла Церква, Переяслав- Хмельницький, Ніжин
15	Обсяг експорту товарів з району	тис. дол.	2963201,8
16	Обсяг експорту України	тис. дол.	43264736,0
17	Частка експорту району в експорті України	%	6,8
18	Обсяг імпорту товарів з району	тис. дол.	4299034,4
19	Обсяг імпорту України	тис. дол.	49607173,92
20	Частка імпорту району в імпорті України	%	8,7

Складено авторами на основі даних Державної служби статистики України

Частка населення працездатного віку, порівняно із середніми даними для України, тут дещо занижена. Вікова структура населення має такий вигляд: частка людей працездатного віку 57%, молодших за працездатний вік 19,9%, у пенсійному віці 23,1%. Висока частка працездатних людей у районі досягається за рахунок високої їх частки у м. Києві, де найменше осіб пенсійного віку (17,8%). Процес "старіння населення" найбільш характерний для Чернігівської області (людей пенсійного віку тут 29,6%). Така вікова структура негативно позначається на формуванні потенціалу трудових ресурсів.

У галузях народного господарства зайнято майже 3,4 млн.осіб, що становить 14,9 % загальної кількості зайнятих у народногосподарському комплексі України, в тому числі у виробничій сфері майже 2,6 млн.осіб. Інакше кажучи, майже 76 % працездатного населення зайнято у сфері матеріального виробництва. Найбільша частка працівників у промисловості, особливо у різних галузях машинобудування. Значний також процент зайнятих у сільському та лісовому господарстві [4, с. 270].

В господарському комплексі Столичного району сільськогосподарське виробництво поступається промисловості. Основними галузями промисловості є машинобудування, промисловість будівельних матеріалів, хімічна, деревообробна галузь, легка, харчова, гірничодобувна. Важливою є лісова й деревообробна промисловість, яка працює на місцевій та привізній сировині. У структурі промисловості району частка галузі незначна, але її продукція станом на 2017 рік становить майже 29% виробленої в Україні. Протягом січня-вересня 2018 року було реалізовано продукції на суму 13520,331 тис.грн. Легка промисловість тільки частково працює на власній сировині (лляна, вовняна, шкіряно-взуттєва) і складає лише 7% виготовленої продукції району [3, с. 273]. Детальні дані обсягу реалізованої промислової продукції наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

Обсяг реалізованої промислової продукції у січні–вересні 2018 року, тис.грн.

Галузь	Київська область	Чернігівська область	Житомирська область	Всього
Машинобудування	6998459,9	1808842,7	2419587,7	1226890,3
Виробництво гумових і пластмасових виробів	19354583,9	935,8	3684369,6	23039889,3
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	3912271,4	443,3	832074,8	4744789,5
Виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу	9525913,0	4050,6	3990367,4	13520331,0
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	39026569,0	25918,6	8167978,7	47220466,3
Текстильне виробництво, виробництво одягу, виробів зі шкіри	735304,6	1169,6	1537148,9	2273623,1
Інша продукція	1929775,2	22929024,9	11821162,5	73359625,2
Всього	81482877,0	24770385,5	32452689,6	138705952

Складено авторами на основі даних Державної служби статистики України

Не менш важливою ланкою господарства району є АПК. АПК виробляє 14,2% валової продукції галузі країни в цілому [2].

У таблиці 3 наведено обсяг реалізації продукції сільського господарства.

Таблиця 3

**Реалізація продукції сільського господарства у січні-жовтні
2018 року**

Культури с/г	Київська область		Чернігівська область		Житомирська область	
	т	грн. / т	т	грн. / т	т	грн. / т
Зерно, пшениця	2064621,3	4208,2	2793316,2	4216,6	881965,5	4331,7
Кукурудза, ячмінь	1281521,1	3964,6	2001298,3	4073,1	516385,3	4036,4
Жито	14691,0	3052,8	55874,0	3066,2	25927,9	2990,2
Олійні, боби, соя	683875,8	9376,0	465744,8	9011,5	321461,1	9450,9
Ріпак	145781,3	10596,5	73724,3	10445,9	76163,8	10174,0
Цукровий буряк	113376,0	801,7	13464,9	677,5	22396,5	776,7
Картопля, овочі	28926,4	3748,0	51628,1	3561,7	23971,1	4051,5

Складено авторами на основі даних Державної служби статистики України

Розвиток Столичного економічного району, міжрайонні і зовнішні зв'язки забезпечує його транспортна система. Головну роль у перевезеннях вантажів у цьому районі відіграє залізничний транспорт. Близько 60% усіх перевезень залізницею становлять транзитні вантажі. Найбільшими залізничними вузлами є Київ, Фастів, Миронівка, Коростень, Житомир, Бердичів, Новоград-Волинський, Попільня, Овруч, Чернігів, Бахмач, Ніжин, Прилуки, Щорс. Автомобільний транспорт перевозить в основному пасажирів, а також продукцію АПК. Задіяний він в обласних зв'язках (80% усіх перевезень). Значну роль у господарському комплексі відіграє річковий транспорт (судноплавство здійснюється на Дніпрі, Десні і Прип'яті). Велике значення мають річкові порти: Київ, Чернігів. Особливе місце в Столичному районі належить повітряному транспорту. Київ — найбільший вузол повітряних сполучень у країні. Окрім того, великими аеропортами є Житомирський і Чернігівський. Через територію прокладені траси нафтогонів "Дружба", а також Гнідинці – Кременчук, газогонів Дашава – Київ – Брянськ – Москва, Уренгой – Помари – Ужгород, Шебелинка – Полтава – Київ [7, с.171].

Потреби господарства району у великій кількості сировини, палива, різних товарів, які на території району не виробляються, а також необхідність збуту своїх товарів зумовлюють значну географію його економічних зв'язків. За межі району відправляється понад 50% продукції виробничо-технічного призначення, здебільшого – в інші регіони України.

В районі ввіз переважає над вивозом. Завозять різну продукцію з інших районів: з Придніпровського – чорні та кольорові метали, легкові автомобілі, мінеральні добрива, бурякозбиральні комбайни; з Донецького – вугілля, чорні метали; з Центрального – обладнання для легкої та харчової промисловості, добрива, сільськогосподарські машини; з Причорноморського – комбайни, верстати, ґрунтообробну техніку, продукцію АПК; з Карпатського – автобуси, автомобільні крани, ліс; з Північно-Східного – трактори, нафтопродукти, вантажні автомобілі; з Північно-Західного – підшипники, ліс; з Подільського – продукцію АПК. Водночас Столичний економічний район у міжрайонному поділі праці виділяється виробництвом хімічних волокон, пластмас, шин, верстатів, сільськогосподарського і хімічного устаткування, екскаваторів, тканин, будівельних матеріалів, побутових електро- та радіоприладів [8, с.118].

У цілому район підтримує торгові зв'язки з більш як 100 країнами світу. На район припадає 7% українського експорту (дані за січень-серпень 2018 року) та 9% імпорту (дані за січень-серпень 2018 року) [2]. Крім торговельних починають розвиватись інші форми міжнародного співробітництва. Притягальна економічна сила м. Києва як столиці України сприяє значному припливу інвестицій з-за кордону та створенню різних спільних підприємств, проектів. На Київську область припадає майже 50 % зарубіжних інвестицій у господарство нашої країни. Завдяки прикордонному положенню район розширює також культурні, туристичні, трудові, побутові зв'язки з територіями сусідніх держав.

Район має низку проблем, які гальмують його розвиток. Зокрема, район характеризується дуже складною демографічною ситуацією. Густота населення в Київській області в тричі вища, ніж в інших, а частка пенсіонерів від загальної чисельності населення Чернігівської області майже в двічі вища, ніж у Києві. Щодо природного приросту населення, то цей показник у Чернігівській області найнижчий в Україні. Аналізуючи офіційні статистичні дані, можна зробити висновок, що найгірша демографічна ситуація у Чернігівській області. Саме тут найвища в Україні смертність, значні диспропорції у статеві-віковій структурі населення. Дефіцит трудових ресурсів у великих містах.

Гострими в районі є й екологічні проблеми. Передусім це пов'язано з чорнобильською трагедією. Радіаційно забруднені всі області, особливо Київська та Житомирська. Із господарського обігу вилучено багато тисяч гектарів сільськогосподарських угідь, значні площі лісових масивів. Великої шкоди довкіллю завдають викиди шкідливих речовин в атмосферу (стаціонарними джерелами забруднення становили 354,5 тис. т, пересувними засобами - 395,2 тис. т), скидання забруднених стічних вод у водні об'єкти (цей показник найвищий на заході району і складає 167,7 млн.м³), забруднення ґрунтів. Найгірша екологічна

ситуація у Києві, Чернігові, Білій Церкві та Житомирі, тобто у найбільших містах [3, с.182].

Хибна практика екстенсивного лісокористування в районі спричинила значне виснаження лісів, погіршення структури лісового фонду, зниження його продуктивності. Понад 90% площі займають молоді насадження і середньостиглі ліси. Інтенсифікація проміжного користування в останні роки призвела до того, що фактичні запаси достигаючих і стиглих деревостанів становлять більше половини потенційно можливих. Значної шкоди лісам завдають лісові пожежі. Більшість лісів північно-західної і західної частин району зазнали радіаційного забруднення.

Для подолання проблем слід скоротити до оптимальних розмірів виробництво і споживання природних ресурсів, таких як газ, вугілля, лісових ресурсів. Сформувати ефективну інвестиційну політику, спрямовану на розробку ресурсозберігаючих технологій та на освоєння альтернативних джерел енергії. Також потрібно забезпечити жорсткий контроль за діяльністю промислових і сільськогосподарських підприємств з метою обмеження ними викидів шкідливих речовин у поверхневі води та атмосферу. Для збереження та відновлення природних комплексів у районі варто розширити заповідні території, національні парки, заказники. Проведення цих заходів вимагає значних коштів. Тому його треба поєднувати зі стабілізацією та поліпшенням економічного стану району. Потрібні структурні зрушення в економіці району, спрямовані на забезпечення ефективного розвитку сільського та лісового господарства, харчової і легкої промисловості, видобутку і переробки мінералів. Надзвичайно необхідна докорінна реконструкція, технічне переозброєння та створення нової техніки для переробки сільськогосподарської сировини. Цього можна досягти завдяки пріоритетному розвитку наукоємних виробництв для випуску електронної техніки, електропобутових та інших товарів народного споживання, створення на базі науково-технічного потенціалу м. Києва технопарків (технополісів), спрямованих на ефективне використання конкурентних технологій.

Висновки. Столичний економічний район складається із трьох областей Київської, Чернігівської та Житомирської. За кількістю населення та площею район займає друге місце у країні. Центральне в довготному відношенні розміщення району зумовлює його рівновіддаленість від основних паливно-сировинних баз країни, якими можна вважати Донбас, Передкарпаття та Придніпров'я. Перетинають його важливі транспортні магістралі як загальнодержавного, так і міжнародного значення. Перш за все це залізничні, автомобільні шляхи,

а також річка Дніпро. В експортно-імпортних поставках провідне місце займають країни СНД. У цілому район підтримує торгові зв'язки з більш як 100 країнами. Обсяг експорту товарів з району сягає 2963201,8 тис.дол. США, що дорівнює 7% експорту України. А обсяг імпорту складає 4299034,4 тис.дол. США, що дорівнює 9% імпорту країни. Основною проблемою району є великий розрив у рівнях соціально-економічного розвитку між містом Києвом і віддаленими територіями. Найкращим виходом із ситуації будуть глибокі структурні зрушення в економіці району, спрямовані на посилення соціальної орієнтації, забезпечення ефективного розвитку сільського та лісового господарства, харчової та легкої промисловості. Надзвичайно необхідна докорінна реконструкція, технічне переозброєння та створення нової техніки для переробки сільськогосподарської сировини. Перспективним напрямом дослідження в даній сфері є аналіз та оцінка інвестиційної привабливості регіону в умовах європейської інтеграції.

Література:

1. Курочкін Г.Ф. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: Навч. Посібник/ Г.Ф. Курочкін,; НАУ. – К.: Національна академія управління, 2004.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Жук М.В., Круль В.П. Розміщення продуктивних сил і економіка регіонів України: Підручник. К.І. Кондор, 2004. - 296 с.
4. Заблоцький Б. Розміщення продуктивних сил України: Національна макроекономіка: Посібник/ Богдан Федорович Заблоцький,; Б.Ф. Заблоцький, . – К.: Академвидав, 2002. – 367 с.
5. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: навч. посіб. / О. В. Гордієнко, О.І. Кулініч, Ю.В. Петренко. – К.: Аграрна освіта, 2011. – 291 с.
6. Хвесик М.А., Горбач Л.М., Пастушенко Н.І Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка: Навч.посібн. - К.: Кондор, 2009.- 344 с.
7. Регіональна економіка : тексти лекцій / [О.В. Ольшанська, М.І. Фащевський, І.В. Білоконь та ін.]; за заг. ред. М.І. Фащевського, О.В. Ольшанської. — К.: КНЕУ, 2009. — 328 с.
8. Голіков А. П., Дейнека О. Г, Позднякова Л. О., Черномаз П. О.Регіональна економіка та природокористування/за ред. Голікопа А. П.: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 352 с.

УДК 336.1

Цимбал А.В., tsymbal.anna1vic@gmail.com

Науковий керівник: Глущенко Я.І.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Анотація

Стаття присвячена дослідженню соціально-економічних аспектів державного бюджету України. В статті проаналізовано динаміку доходів, витрат, дефіциту державного бюджету України за 2010-2018рр. Визначено суми ВВП та дефіциту державного бюджету на душу населення. Оцінено співвідношення основних статей видатків державного бюджету. Обґрунтовано напрями збільшення дохідної та зменшення витратної частини державного бюджету.

Annotation

The article is devoted to the study of socio-economic aspects of the state budget of Ukraine. The article analyzes the dynamics of incomes, expenditures, deficit of the state budget of Ukraine for 2010-2018 yr. The amounts of GDP and state budget deficit per capita are determined. The correlation of the main articles of the state budget expenditures is estimated. The directions of increase of the income and reduction of the expenditure part of the state budget are substantiated.

Ключові слова: бюджет, доходи, видатки, бюджетний дефіцит, людський капітал.

Вступ. Проблема збільшення дохідної частини державного бюджету та подолання бюджетного дефіциту стає для України з кожним роком все більш актуальною. Для країни бюджетний дефіцит став вже хронічним явищем, яке досить негативно впливає на кожного громадянина. Звісно, бюджетний дефіцит притаманний багатьом країнам світу, проте ситуація, яка склалася в Україні останнім часом, а саме: надмірна сума державного боргу, залучення позик під високі відсотки, проблеми з фінансуванням Пенсійного фонду, негативно позначається на виконанні державою соціальної й економічної функцій, і, як наслідок, призводить до погіршення добробуту українців.

Питанням формування державного бюджету та його впливу на соціально-економічний розвиток країни присвячені роботи багатьох українських учених В. Базилевича, В. Дем'янишина, О. Зінченко, В. Зубенка, М. Карліна, І. Луніної, В. Федосова, І. Шевчук, С. Юрія та ін. Віддаючи належне внеску науковців у дослідження цих питань, слід зазначити, що потребує додаткового вивчення проблема взаємозв'язку державного бюджету та добробуту громадян країни.

Постановка задачі. Метою даної статті є дослідження соціально-економічних аспектів державного бюджету України.

Методологія. Для розв'язання поставлених задач при написанні статті були використані: метод економічного аналізу, статистичні методи для аналізу динаміки доходів, витрат, дефіциту державного бюджету, розміру ВВП та дефіциту бюджету на душу населення; методи логічного аналізу та синтезу для формулювання та обґрунтування висновків.

Результати дослідження. Протягом майже всього періоду незалежності в Україні спостерігається проблема бюджетного дефіциту (окрім 2002 року, з 1992 по 2018 роки в країні постійно мав місце дефіцит), яку найчастіше пов'язують з нестачею надходжень для покриття запланованих урядом видатків, високим рівнем тінізації економіки, недосконалістю податкової політики, бюджетного планування, нестабільністю політичної і економічної ситуації в країні.

Проаналізуємо динаміку доходів, витрат і дефіциту бюджету України за 2010-2018 рр. (табл.1).

Таблиця 1

Показники виконання державного бюджету України за 2010-2018 рр.

Роки	Доходи		Видатки		Кредитування		Сальдо (дефіцит бюджету)
	млн. грн.	% до ВВП	млн. грн.	% до ВВП	млн. грн.	% до ВВП	млн. грн.
2010	240615,2	22,23	303588,7	28,04	1292,0	0,12	-64265,5
2011	314616,9	23,90	333459,5	25,33	4715,0	0,36	-23557,6
2012	346054,0	24,56	395681,5	28,08	3817,7	0,27	-53445,2
2013	339180,3	23,31	403403,2	27,73	484,7	0,03	-64707,6
2014	357084,2	22,79	430217,8	27,46	4919,3	0,31	-78052,8
2015	534694,8	27,01	576911,4	29,14	2950,9	0,15	-45167,5
2016	616274,8	25,86	684743,4	28,73	1661,6	0,07	-70130,2
2017	793265,0	26,59	839243,7	28,13	1870,9	0,06	-47849,6
2018	928108,3	-	985842,0	-	1514,3	-	-59247,9

Складено на підставі даних [2]

Як свідчать наведені у табл. 1 дані, доходи і видатки державного бюджету України мають стійку тенденцію до зростання. Так, порівняння сум доходів і видатків бюджету 2017 р. з даними 2010р. показало їх зростання у 3,29 та 2,76 рази відповідно, що обумовлено, як поживавленням економіки, так й інфляційними процесами і девальвацією національної валюти. Порівняння відносних показників - доходів та видатків до ВВП у 2017 р. з даними 2010р. свідчить, що про значно менший рівень зростання – на 4,36% та 0,07% відповідно.

За досліджуваний період спостерігалось, як зростання, так і зменшення суми дефіциту бюджету. Найбільші суми дефіциту бюджету в Україні були в 2013-2014 та 2016 роках. В 2013-2014 роках це було

пов'язано з нестабільною політико-економічною ситуацією в країні, в 2016р. основними причинами виступили значне зростання видатків державного бюджету на оборону та на підтримку Пенсійного фонду.

Аналіз сум кредитування показує, що найбільший рівень позик спостерігався у 2014 році, і це було обумовлено складнощами фінансово-економічного стані країни. Починаючи з 2015р. суми кредитування мають стійку тенденцію до зменшення.

На рис. 2 наведено динаміку бюджетного дефіциту у відсотках до ВВП з 2010 по 2017 рік. Із рис. 1 видно, що бюджетний дефіцит у відсотках до ВВП має тенденцію до скорочення.

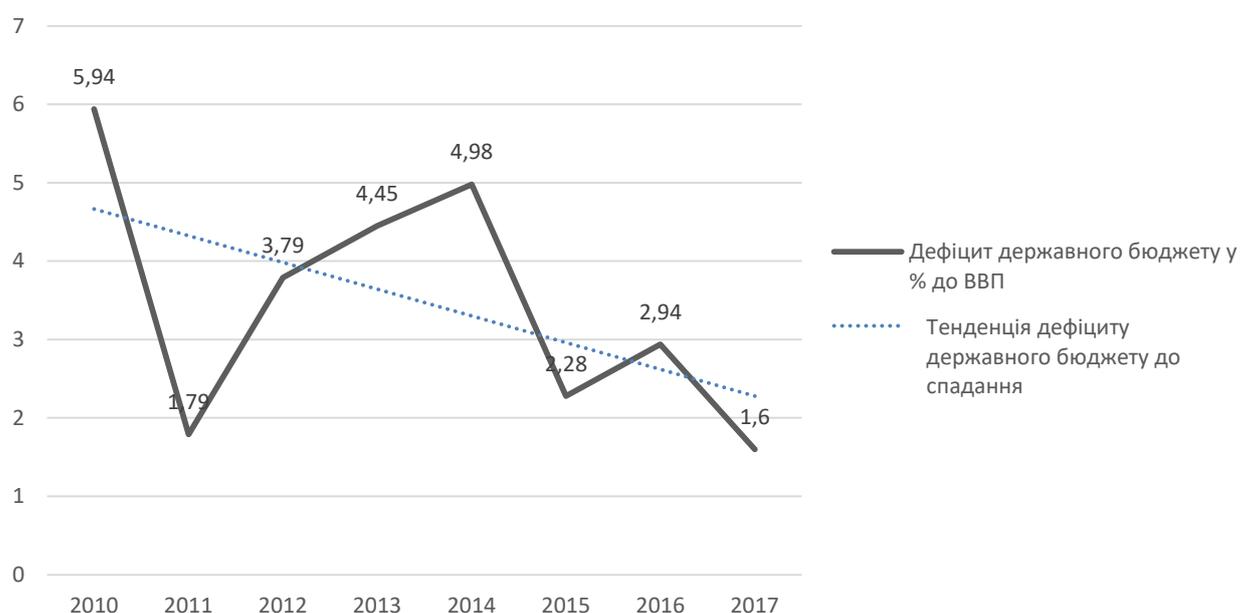


Рис.1. Динаміка дефіциту державного бюджету у відсотках до ВВП за 2010-2017рр. (побудовано на підставі даних [2])

За досліджуваний період найвищими значення були у 2010 р., а саме 5,94%, і у 2014 р. – 4,98%. У 2010р. це було пов'язано з наслідками економічної кризи 2008 року, у 2014 р. з анексією Криму, військовою агресією на Сході, внутрішньополітичною кризою, ускладненням стосунків з Російською Федерацією. З 2015 р. ситуація покращується, дефіцит державного бюджету України не виходить за межі 3%, що є однією із вимог МВФ. Дотримання цієї межі також пов'язано із прагненням України вступити до Євросоюзу [3].

Розглянемо обсяг дефіциту державного бюджету, що приходиться на душу населення України (табл. 2). Протягом 2012-2017 років були періоди як зростання, так і зниження зазначеного показника. Найбільший рівень дефіциту державного бюджету на душу населення спостерігався у 2014 р. – 1718,2 грн., у 2016р. – 1640,1 грн., найнижчий у 2015 р. – 1052,1грн.

Показники ВВП і дефіциту державного бюджету на душу населення України за 2012-2017рр.

Роки	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Номінальний ВВП на душу населення, грн.	30912,5	31988,7	35834,0	46210,2	55853,5	70224,3
Сума дефіциту на душу населення, грн.	1171,2	1420,5	1718,2	1052,1	1640,1	1123,6

Складено на підставі даних [2;10]

Щодо сум ВВП на душу населення, то, як свідчать наведені дані, в Україні за період з 2012 по 2017рр. значення цього показника постійно зростає, і у 2017 році досягло 70224,3 грн. на душу населення.

Оцінюючи основні показники державного бюджету України потрібно відзначити той факт, що він останні роки приймається з уже закладеним дефіцитом. Тобто, ще на етапі планування в бюджет включається певна сума видатків, яка не має відповідного забезпечення. Бюджет на 2019 рік не є виключенням, його затверджено із дефіцитом – 89,989 млрд. грн., або 2,3% від запланованого ВВП. Видатки становитимуть 1,112 трлн грн., а доходи - 1,026 трлн грн. [4]. При прийнятті бюджету було заявлено, що дефіцит держбюджету на 2019 рік має бути стабільним, не повинен зростати протягом року, а сам бюджет країни є збалансованим та реалістичним [5].

При цьому, експерти відзначають значні ризики наповнення бюджету у 2019 році. Так, у бюджет закладено доходи від приватизації майна на рівні 17,1 млрд грн [4]. Але беручи до уваги нестійку політичну ситуацію та турбулентність у передвиборчий рік, зазначені статті доходів може бути не виконано. Уряд і надалі продовжує практику нереалістичних надходжень від держмайна, незважаючи на те, що останній раз значні надходження від приватизації були лише у 2011 році (більше 11 млрд грн.) [1].

За таких умов незбалансованості бюджету необхідно шукати нові джерела надходження, якими, на жаль, дуже часто стають зовнішні кредити та емісія грошей. Обидва джерела мають, як позитивні, так і негативні сторони. Так, емісія грошей, по суті, «фіктивне» джерело покриття дефіциту, адже призводить до інфляції і знецінення грошових надходжень до бюджету. Щодо співпраці з міжнародними фінансовими інституціями, що надають позики, то досить часто вони висувають жорсткі вимоги до уряду держави і, як показує практика, їх виконання негативно позначається на добробуті громадян. Прикладом може бути вимога МВФ щодо підвищення цін на газ для населення, що безсумнівно у теперішніх умовах призведе до погіршення рівня життя.

Негативною рисою ситуації, що склалася в Україні, є не стільки те, що наша країна запозичує кошти, скільки їх не продуктивне

використання. Україні необхідно переходити з категорії “сировинних” країн до “інноваційних”. І головним рушієм цих змін може стати тільки людський капітал. Але незадоволення громадян соціально-економічної ситуацію в країні призводить до відтоку висококваліфікованих та інноваційно мислячих фахівців.

Одним із показників, що характеризує рівень вкладень у людський капітал є фінансування витрат на освіту. Розвиток такої категорії, як людський капітал, потребує значних вкладень. Ці інвестиції можуть принести набагато більшу віддачу, ніж початкові вкладення. Але, існують певні особливості інвестування у людський капітал:

- «чим раніше зроблено інвестиції в людину, тим довше вони приносять віддачу;
- у процесі використання він не тільки спрацьовується, а й збагачується, тому має більшу цінність;
- вкладення в людський капітал дають значні за обсягом, тривалі за часом та інтегральні за характером економічний і соціальний ефекти;
- порівняно з інвестиціями в інші форми капіталу інвестиції в людський капітал, за оцінками багатьох економістів, є найвигіднішими як для окремої людини, так і для суспільства в цілому» [6].

Порівняння частки окремих видатків державного бюджету за 2012-2018 роки, наведених на рис. 2, дозволяють зробити висновок про стійку тенденцію щодо зменшення видатків на освіту в Україні з 2014р.

Щодо частки інших видатків державного бюджету за 2012-2018 роки, то слід відзначити, найбільшу частку займають видатки на соціальний захист (в основному це фінансування дефіциту Пенсійного фонду, у 2018 р. було накопичено 4,8 млрд. грн. позичок), загальнодержавне управління, оборону країни (починаючи з 2014р.). У той же час, на такі статті, як охорона здоров'я, житлово-комунальне господарство припадає значно менша частина видатків.

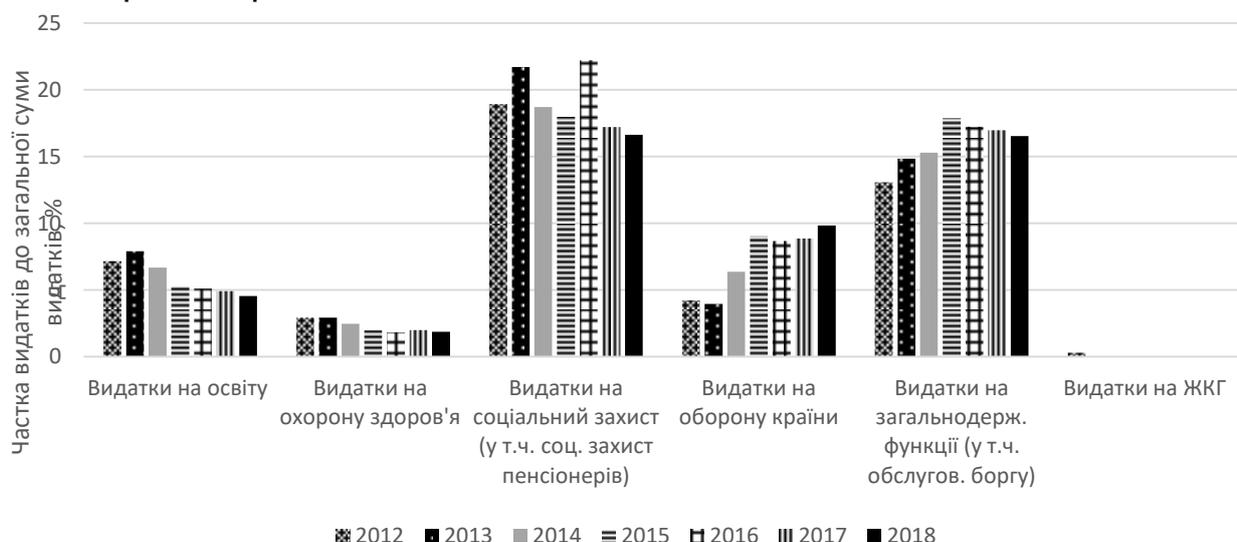


Рис. 2. Динаміка частки видатків державного бюджету за 2014-2018 рр. (побудовано на підставі даних [2; 7])

Близько 90% у видатках на соціальний захист займають видатки на соціальний захист пенсіонерів. Для України на даний момент часу це важка проблема, адже кількість пенсіонерів, зареєстрованих у Пенсійному фонді, перевищила кількість осіб, які легально сплачують внески. У 2016 році легально працюючих осіб було 10,2 млн. осіб, а кількість пенсіонерів становить 12,3 млн. осіб. Порівнюючи з початком 90-х років дані показники становили відповідно 14 млн. осіб та 26-27 млн. осіб [10]. Однією із рекомендацій МВФ Україні було обмеження витрат на Пенсійний фонд, а саме не більше 15,2% від ВВП [9].

Як бачимо, Україна з одного боку, стоїть перед проблемою виконання соціальних гарантій, забезпечення захисту територіальної цілісності держави, а, з іншого, потребою інвестування коштів у людський капітал. Розв'язання зазначених проблем знаходиться у тісному взаємозв'язку з вирішенням питань збільшення дохідної частини та зменшення видатків і дефіциту державного бюджету.

Серед шляхів збільшення дохідної частини бюджету можна визначити наступні.

Збільшення доходів бюджету за рахунок удосконалення фіскальної політики держави, а саме створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу, збільшення обсягів інвестицій. Це дозволить створити додаткові робочі місця й зменшити соціальне навантаження на бюджет країни.

Переорієнтація взятих іноземних кредитів на інвестування у виробничу сферу. У першу чергу мова повинна йти про фінансування інноваційних проектів, які є занадто ризиковими для приватного капіталу, але у майбутньому дозволять країні зробити значний економічний прорив.

Перегляд бюджетної політики, реальне оцінювання статей доходів та обґрунтування сум надходжень у бюджет у прогнозуемий рік.

Щодо видаткової частини бюджету, то, як показав проведений аналіз, в Україні найближчий час залишаться значущими статті витрат на соціальний захист та оборону країни. Тому основним напрямом повинні стати протидія фінансовій злочинності й підвищення ефективності контролю за видатками державного бюджету.

Висновки. Проведене дослідження дозволило визначити позитивні і негативні тенденції щодо показників державного бюджету України. Серед позитивних було відзначено стійку тенденцію до зростання доходів і видатків бюджету, показника ВВП на душу населення, спадання дефіциту державного бюджету. Серед негативних акцентовано увагу на нерівномірності розподілу видатків державного бюджету: зростанні видатки на загальнодержавне управління, оборону, зменшенні частки видатків на освіту, охорону здоров'я, ЖКГ. Не зважаю на зростання частки видатків на соціальний захист, визначено, що дана тенденція обумовлена проблемами пенсійного забезпечення.

Наукова новизна дослідження полягає у систематизації результатів аналізу соціально-економічних показників державного бюджету України, визначенні рекомендацій щодо розв'язання діагностованих проблем. Отримані результати аналізу можуть бути використані органами державної влади при оцінюванні результатів виконання бюджету. Подальші дослідження будуть присвячені аналізу державних програм спрямованих на розвиток людського капіталу.

Література:

1. Дороніна О. Інвестування у людський капітал як провідний чинник зростання конкурентоспроможності економіки/О. Дороніна, О. Білецький// Вісник донецького національного університету, сер. В: економіка і право. 2014. № 2. С. 152-157.
2. Виконання державного бюджету України URL: <https://index.minfin.com.ua/finance/budget/gov/2019>
3. Макеєнко Н. Ю. Дефіцит державного бюджету України та джерела його покриття / Н.Ю.Макеєнко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2012 №108. С. 154-161.
4. Що не так в бюджеті-2019 URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/vyshlinskyj/5bc75e29b5138/>.
5. Верховна Рада затвердила держбюджет на 2019 рік: скільки та на що витратять/ URL: https://www.google.com/amp/s/24tv.ua/byudzheth_2019_ukrayina_skilki_i_na_shho_vitratyat_derzhbyudzheth_ukrayini_n1067950/amp.
6. Інвестиції в людський капітал URL: https://m.pidruchniki.com/12060516/ekonomika/investitsiyi_lyudskiy_kapital.
7. Рахункова палата України. URL: <http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/index>.
8. Наскільки дефіцитним є Пенсійний фонд України // Офіційний веб-портал Федерація професійних спілок України. URL: <http://www.fpsu.org.ua/nasha-borotba/10395-naskilki-defitsitnim-e-pensijnij-fond-ukrajini>.
9. Полоус О. Тенденції розвитку людського капіталу України в контексті відповідності критеріям конвергенції ЄС/О. В. Полоус// "Економіка та суспільство". 2017. Випуск № 9. С. 915-922.
10. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 339.138

Шаляпін О.І., al.shalpin96@gmail.com

Науковий керівник: Сахарова Т.В.

канд. економ. наук, доцент

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

CRM- ТА SCRM-ТЕХНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ

Анотація

Стаття присвячена питанням практичного застосування програмних продуктів для встановлення та підтримки взаємовідносин підприємств зі споживачами, зокрема, використання технологій CRM і SCRM в практиці сучасного маркетингу.

Annotation

The article is devoted to questions of practical application of software products for establishing and maintaining relations between enterprises and consumers, in particular, the use of CRM and SCRM technologies in the practice of modern marketing.

Ключові слова: управління відносинами з клієнтами (CRM), управління соціальними відносинами з клієнтами (SCRM), ціннісний капітал (клієнтський капітал).

Вступ. Протягом останнього десятиріччя програмні продукти перетворились на один з провідних інструментів маркетингового менеджменту. Наразі їхня роль у досягненні маркетингових цілей компаній продовжує невпинно зростати. Інформаційні та комунікаційні технології, поява та розвиток електронного бізнесу докорінно змінили попередні бізнес-моделі, стратегічно орієнтовані на захоплення певної частки ринку та/або збільшенні попиту на продукцію. Сьогодні виробники орієнтуються, в першу чергу, на встановлення та підтримку відносин з клієнтами, що має забезпечити стабільні конкурентні переваги в тривалій перспективі. Користувач програмного продукту, мобільного додатку, читач блогу або шукач певної інформації в Інтернеті доволі легко персоналізується через пошукові системи та соціальні мережі, що обумовлює якісно нові можливості взаємодії з клієнтами. З іншого боку, така персоналізація є певним викликом сьогодення щодо переходу на новітній рівень формування та управління соціальними відносинами з клієнтами (SCRM).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В основу досліджень теоретичних аспектів управління взаємовідносинами зі споживачами покладено роботи таких зарубіжних науковців: Е. Пейна, П. Грінберга, В. Дутота, М. Надеема. А також доробки вітчизняних вчених – В. Гевка, М. Сагайдака, Я. Макарової та інших.

Мета. Метою цієї статті є визначення ролі CRM- та SCRM-технологій в забезпеченні сталих взаємин з клієнтами та їхнього впливу на формування ціннісного капіталу компаній.

В статті використані загальнонаукові **методи досліджень** – аналіз і синтез, формалізація, узагальнення тощо. Використано маловідомий в вітчизняній літературі метод досліджень ціннісного капіталу Бергера-Насра.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний світ доводить мальтузіанську теорію, згідно якій ріст населення в арифметичній прогресії провокує зростання потреб та запитів людей в геометричній. У свою чергу, потреби та запити, що невинно підвищуються, стають предметом конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання. Запеклі конкурентні перегони між виробниками точаться сьогодні, зокрема, і в комунікаційному просторі. Через нього компанії просувають свої товари на ринок, намагаються вплинути на поведінку реальних та потенційних споживачів. Бурхливий розвиток комунікаційних технологій сьогодення, поширення Інтернету та вихід повсякденного спілкування людей в віртуальне середовище докорінно змінюють пріоритети щодо формування маркетингової комунікаційної політики виробників. Спілкування зі споживачем стрімко переходить у новітню площину, в якій традиційні канали зв'язку поступаються місцем цифровим технологіям. Це відкриває нові можливості взаємодії з цільовими ринками, але разом з цим, потребує формування нових прийомів та інструментів такої взаємодії.

Customer Relationship Management або управління відносинами з клієнтами (CRM) – це встановлення сталих взаємин із клієнтами, що має дати змогу виробнику підвищувати прибутковість бізнесу без збільшення витрат на маркетинг, продаж, виробництво, продукт та додаткове обслуговування клієнтів. У вузькому сенсі CRM можна представити як базу даних, що містить, окрім адресної інформації про клієнта, хронологію будь-яких контактів із ним (від телефонного дзвінка до покупки товарів чи послуг, гарантійного обслуговування тощо). В широкому розумінні CRM – інформаційні системи, що містять не тільки функції управління взаєминами з клієнтами, а й мають стратегічну орієнтацію на цінності клієнта.

Сутність CRM полягає в об'єднанні даних про клієнтів, відгуків споживачів, динаміки і обсягів продажу тощо для формування якомога тісніших відносин із клієнтами [1, с. 339]. На противагу такому визначенню, деякі науковці, зокрема, А. Парватіяр та Я. Шет, наголошують, що наразі не існує єдиного визначення цього поняття, зважаючи на його багатовимірність та складність [2, с. 3]. На думку іншого дослідника, Дж. Невіна, управління відносинами з клієнтами - це маркетинг баз даних із наголосом на рекламні цілі їх використання [3, с. 327].

Наведені визначення дають можливість сформулювати тезу про те, що CRM-технології – це, з одного боку, певна всеосяжна, зосереджена на співпраці з клієнтом, філософія бізнесу, а з іншого – інтегрована система реалізації функції маркетингового просування. Вона включає збір, обробку, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників та партнерів [3, с.330].

Необхідною умовою розуміння сутності цього поняття є опрацювання його класифікаційних ознак: визначення різновидів, методів та концепцій, а також виділення етапів розробки системи управління взаємовідносинами.

За класифікацією П. Грінберга, доопрацьованої М. Сагайдаком, виділяють такі різновиди CRM: [1, с.339]

I. За функціональними можливостями:

- 1) управління продажем – спрямування системи на виконання функцій планування та реалізації розподілу;
- 2) управління маркетингом – дослідження та пропонування споживачам певної цінності;
- 3) управління обслуговуванням клієнтів через кол-центри – сервісне забезпечення наявної клієнтської бази.

II. За завданнями (за П. Грынбергом): [4, с. 65]

- 1) операційне – автоматизація процесів прямого продажу та обслуговування клієнтів;
- 2) аналітичне – пошук, накопичення та організація баз даних про клієнтів та дослідження останніх;
- 3) колаборативне – залучення клієнтів до створення чи удосконалення товарів та послуг.

Пропонуємо дослідити взаємозалежність видів CRM із завданнями, які вони виконують (таблиця 1).

Таблиця 1

Класифікація CRM за їх завдання

Види CRM	Завдання
Операційне	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формування історії взаємовідносин з кожним клієнтом 2. Оперативний доступ до інформації про кожного клієнта 3. Удосконалення бізнес-процесів, орієнтованих на клієнтів
Аналітичне	<ol style="list-style-type: none"> 1. Синхронізація внутрішньої корпоративної інформації 2. Аналіз та інтерпретація статистичних закономірностей для удосконалення стратегії продажів та обслуговування клієнтів 3. Розробка механізмів збільшення обсягів продажу шляхом стимулювання зацікавленості та лояльності споживачів
Колаборативне	<ol style="list-style-type: none"> 1. Організація самообслуговування клієнтів через Інтернет 2. Інтерактивний доступ споживача до інформації, адресних даних різних функціональних підрозділів підприємства 3. Налагодження контактів клієнтів через різні канали комунікацій 4. Інтеграція сервісів та створення комунікаційної інфраструктури

За Д. Дорошкевич наведені завдання мають виконуватися в певній послідовності, що можна побачити на рисунку 1.

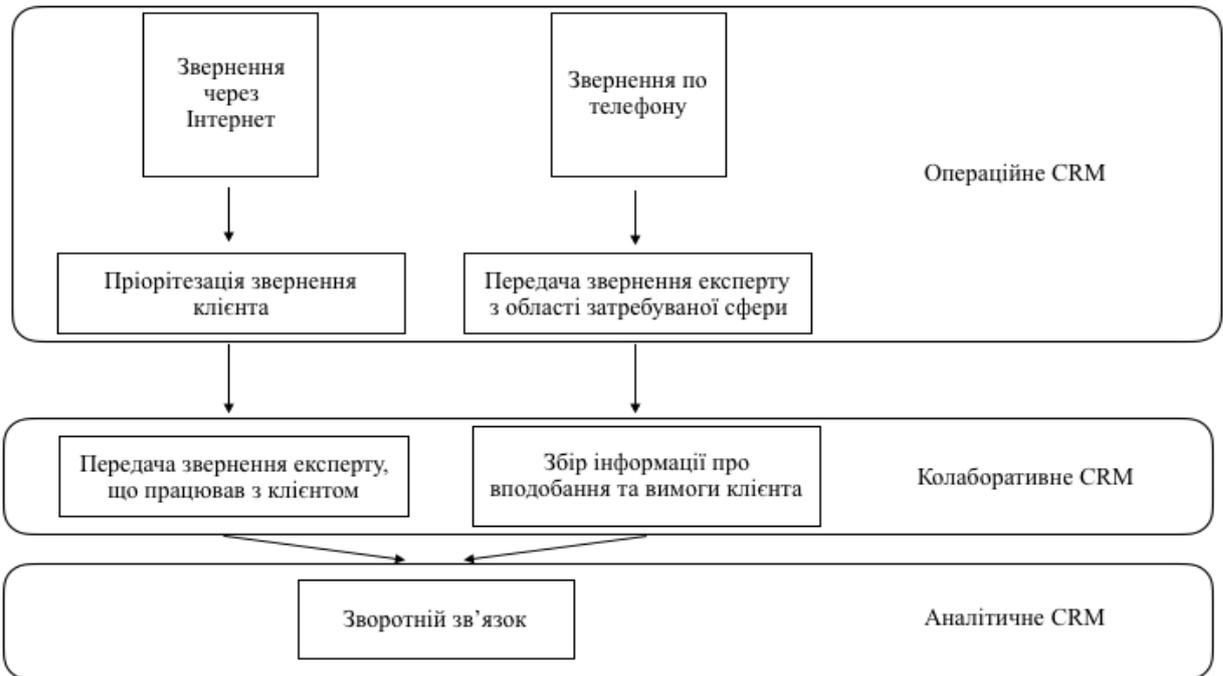


Рис 1. Етапи реалізації CRM*.

*Складено автором на основі [5, с. 159]

Схематичне зображення механізму роботи CRM ілюструє важливість економії часу щодо сервісного обслуговування клієнта. Така економія досягається через збір максимального обсягу даних про споживача та автоматизацією обробки цієї інформації. У свою чергу, це дає змогу зіставити обрану модель CRM з факторами впливу на "ціннісний капітал" (або інакше – «клієнтський капітал»).

Під клієнтським капіталом розуміють довічну виручку, яку можуть принести фірмі лояльні споживачі. Накопичений компанією клієнтський капітал є джерелом формування конкурентних переваг, які забезпечують довгострокову прибутковість і стабільність бізнесу.

Зазвичай виділяють низку основних факторів впливу на формування ціннісного капіталу, серед яких ціна, доступність та якість продукту.

Розглянемо згадані фактори докладніше.

1. Ціна – грошове вираження витрат споживача на базову потребу та її обслуговування.

2. Доступність – скорочення витрат часу та зусиль споживача на співпрацю з компанією.

3. Якість – матеріальні та нематеріальні властивості продукту, які забезпечують змогу товару задовольняти певні потреби.

З одного боку, ціннісний капітал сьогодні слугує джерелом залучення нових покупців, з іншого - споживання продуктів містить емоційну складову, яка пов'язує клієнта із виробником. Ставлення споживачів до товару і сприйняття ними самої компанії тісно взаємопов'язані.

Позитивне ставлення до компанії споживач підсвідомо переносить на всі її товари, що призводить до збільшення цінності цих товарів в очах споживача.

Для розуміння компанією власного ціннісного капіталу необхідні клієнтські бази даних, за якими можна структурувати споживачів, визначати групи клієнтів з різними ознаками (демографічними, географічними та ін.) та зі схожою поведінкою, настроями, очікуваннями тощо. Тільки через всебічне дослідження структури споживачів можна робити висновки щодо поточної та перспективної значущості клієнтського капіталу компанії. Тобто, використання CRM-технологій постає відправною точкою в управлінні ціннісним капіталом, тож їхня роль у сучасному маркетингу постійно зростає.

Дослідження ціннісного капіталу може бути формалізовано. Один з підходів щодо цього, відомий як BN-підхід або метод Бергера-Насра, розглядає клієнтський капітал через низку показників, які можливо виміряти [6, с.21].

$$CLV = GC \sum_{i=0}^n \frac{r^i}{(1+d)^i} - M \sum_{i=0}^n \frac{r^{1-i}}{(1+d)^{i-0.5}},$$

де:

CLV – клієнтський капітал

i – продукт компанії

GC – щорічний прибуток, який отримується від покупця;

d – ставка дисконтування;

M – щорічні витрати на утримування клієнтів;

r – коефіцієнт утримування клієнтів.

Залежність “ціннісного капіталу” від “цінності клієнта” визначається за формулою:

$$CE = \overline{CLV} \times Pop,$$

де :

CLV – середнє значення довічних цінностей за товарною номенклатурою ($i=0, n$);

Pop – загальна чисельність споживачів на ринку.

Здійснюємо підставлення і отримуємо таке рівняння:

$$CE = \frac{GC \sum_{i=0}^n \frac{r^i}{(1+d)^i} - M \sum_{i=0}^n \frac{r^{1-i}}{(1+d)^{i-0.5}}}{n} \times Pop = f \left(\begin{matrix} CLV & Pop \\ + & + \end{matrix} \right)$$

Отже, це доводить, що між ціннісним капіталом та цінністю клієнта існує пряма залежність.

Виконання таких розрахунків стає можливим лише за наявності клієнтських баз даних, тобто за умов використання систем CRM.

Дедалі більше компаній надає перевагу модифікованим варіантам CRM. Одним з таких варіантів є система управління соціальними

взаємовідносинами з клієнтом (SCRM - Social Customer Relationship Management), роль якої підвищується разом зі зростанням обсягів маркетингової інформації у соціальних мережах.

Компаній використовують мережеве спілкування для поширення інформації про себе та свою продукцію, залучення нових споживачів та заохочення наявних і, навіть, для безпосереднього продажу товарів. Тому дослідження впливу соціальних мереж на споживчу поведінку викликає велику цікавість.

Один із методів досліджень використання систем SCRM був запропонований В. Датотом в його роботі “Нова стратегія для залучення споживачів: як французькі фірми використовують SCRM?” В ній науковець виділяє таку послідовність дослідницьких заходів [7, с.5].

Етап 1

1. Створення переліку найуспішніші підприємства на ринку та вибір з них виключно тих, які відповідають вимогам B2C.

2. Для обраних підприємств визначення обсягів їхньої присутності в соціальних мережах та надання цій присутності бальної експертної оцінки.

Етап 2

1. Проведення маркетингового дослідження в формі опитування в соціальних мережах.

2. Структура опитувального листа має бути поділена на три блоки, а саме:

- 1) активність використання соціальних мереж респондентами;
- 2) взаємовідносини між споживачами та підприємствами;
- 3) зміни в співпраці компаній з клієнтами внаслідок контакту через соціальні мережі.

Відповідно до цієї методики, у Франції було проведено дослідження щодо використання SCRM успішними компаніями. За його результатами більшість респондентів (152 особи) належала до вікової категорії - 18-25 років, що склало 67% від загальної чисельності опитаних. Було визначено високу концентрацію користувачів в одній соціальній мережі – 93%, 79% опитуваних повідомили, що здійснюють більше одного входу в соціальну мережу впродовж доби, 65% респондентів зазначили необхідність присутності компаній в соціальних мережах (важливість такої присутності в середньому склала 3,24 бали з 5 можливих). Цей показник істотно корелюється з оцінкою наявних відносин споживачів з компаніями (в середньому оцінено в 3,23 бали).

Загалом, 73% осіб переконані, що взаємодія між компаніями та клієнтами повинна здійснюватися в соціальних мережах. Однак слід зауважити, що лише 36% респондентів зазначили, що використовують соціальні мережі для ознайомлення з новими продуктами компанії, що певним чином обмежують потенційні можливості сьогоденного використання SCRM систем.

Результати цього дослідження є доволі цікавими, але навряд чи їх можна вважати репрезентативними через замалу вибірку. Крім цього, дослідження стосується виключно французького ринку. Наразі стає зрозуміло, що вивчення впливу SCRM на споживчу поведінку є нагальною необхідністю сучасного маркетингу, що має оптимізувати витрати компаній на просування в Інтернеті і, зокрема, в соціальних мережах.

Висновки. В статті розкрито сутність та зміст CRM- та SCRM-технологій як нового напрямку встановлення та підтримки відносин з клієнтами на основі використання програмного забезпечення та цифрових каналів зв'язку. Систематизовано їх основні характеристики, види, способи застосування. Окреслена роль систем CRM у визначення поточного та майбутнього ціннісного капіталу компаній. Доведено необхідність застосування в сучасних умовах SCRM для тих компаній, які працюють із кінцевими споживачами.

Наразі дослідження щодо істотності впливу SCRM на поведінку споживача на вітчизняному ринку відсутні взагалі, а результати таких досліджень є нагальною потребою виробників, що вже співпрацюють з клієнтами через соцмережі. Тож саме цей напрям досліджень, на наш погляд, є найбільш перспективним в найближчий час.

Література

1. Застосування CRM-технологій у концепції внутрішнього маркетингу / М. П. Сагайдак // Вчені записки університету "КРОК". Серія : Економіка. - 2013. - Вип. 34. - С. 337-342. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2013_34_46
2. Parvatiyar A. Customer relationship management: Emerging practice, process, and discipline / A. Parvatiyar, J. Sheth. // Journal of Economic and Social Research. – 2001. – №3. – С. 1–34.
3. Nevin J. Relationship Marketing and Distribution Channels: Exploring Fundamental Issues / John Nevin. // Journal of the Academy of Marketing Science. – 1995. – №23. – С. 327–334.
4. Грінберг П. CRM зі швидкістю світла / П. Грінберг. – Санкт-Петербург: Символ Плюс, 2007. – 528 с. – (Бізнес XXI століття).
5. Дорошкевич Д. CRM-система як інструмент персоніфікованого маркетингу / Дарина Дорошкевич // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії / Дарина Дорошкевич. – Полтава: Полтавська державна аграрна академія, 2013. – (Національний транспортний університет). – (Економічні науки; т. 6). – С. 157–161.
6. Berger P. Customer Lifetime Value: Marketing models and applications / P. Berger, N. Nasr. // Journal of interactive marketing. – 1998. – №1. – С. 17–30.
7. Dutot V. A New Strategy for Customer Engagement: How Do French Firms Use Social CRM? / V. Dutot. // International Business Research. – 2013. – №9. – С. 1–15.

УДК 331.556.4.332.364

Шевченко Ю.О., sonchkolove86@gmail.com

Науковий керівник Грінько І.М.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України

“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

МІЖНАРОДНА МІГРАЦІЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

Анотація

У статті досліджуються соціально-економічні проблеми України в умовах міжнародної міграції трудових ресурсів та проаналізовано такі основні показники, як міграційний приріст, рівень заробітної плати та рівень безробіття в Україні та в країнах Європи, які посідають перші місця щодо в'їзду та виїзду українців. Охарактеризовано причини міжнародної міграції трудових ресурсів та виявлено соціально-економічні наслідки, які виникають при міграції трудових ресурсів. Запропоновано рішення щодо зменшення негативного впливу міжнародної міграції трудових ресурсів на соціально-економічні наслідки в Україні та країнах ЄС, визначено перспективні шляхи співпраці між країнами у сфері трудової міграції.

Annotation

The article analyzes the socio-economic problems of Ukraine in the context of international labor migration and analyzes the following key indicators, such as migration growth, wages and unemployment rates in Ukraine and in Europe, which rank first in terms of entry and exit of Ukrainians. The reasons for the international migration of the workforce and the socio-economic consequences that arise in the migration of labor resources are described. The decision to reduce the negative impact of international migration of labor resources on the socio-economic consequences in the countries is proposed and prospective ways of cooperation between countries in the field of labor migration..

Ключові слова: міграція трудових ресурсів, мігранти, міграційні процеси, соціально-економічні наслідки.

Вступ. У сучасному світі міжнародна міграція трудових ресурсів має значну частку впливу на соціально-економічний розвиток країни. Популярним напрямом міжнародної міграції серед українців є працевлаштування в такі сектори, як сільське господарство, будівництво, харчова промисловість та сфера послуг, через те, що велика пропозиція на трудовому ринку та не потрібно мати високу кваліфікацію, що дає змогу працевлаштуватися більшій частині мігрантів. Міграція в пошуках

роботи є важливою глобальною проблемою, яка в даний час зачіпає більшість країн світу, в тому числі і Україну. Сьогодні діють дві основні сили ринку праці, які призводять до збільшення міграції в пошуках роботи - багато людей працездатного віку не можуть забезпечити достойне життя собі та своїм сім'ям на Батьківщині, в той час як в інших країнах не вистачає працівників для заповнення посад в різних секторах економіки цих країн. Інші фактори включають демографічні зміни, соціально-економічні та політичні кризи і збільшення розриву в заробітних платах як всередині розвинених країн, так і між країнами, що розвиваються. Отже, існує багато переміщень через кордони в пошуках роботи, причому жінки самостійно мігрують в пошуках роботи в значно більшій кількості, десять років назад, і в даний час складають близько половини всіх трудящих-мігрантів [3].

Міграція трудових ресурсів є невід'ємною частиною існування та розвитку країн світу. Ю. Римаренко зазначає, що вище наведений процес є постійним і незмінним, він трактує це так: "Оскільки рівень життя в різних країнах різний, то трудова міграція була, є і буде постійним соціально-культурним явищем" [9, с.153].

Практичним і теоретичним аспектам дослідження міграції трудових ресурсів присвятили свої праці такі науковці, як: В.Д. Базилевич, М. Дж. Блумфілд, В.М. Геєць, А.П. Гайдуцький, О.А. Малиновська, М. Фікс, Є.О. Черняк та інші.

Постановка задачі. Цілями статті є дослідити міжнародну міграцію трудових ресурсів та її соціально-економічні наслідки, що дозволить виявити проблеми, які виникають при цьому процесі та запропонувати заходи щодо їх вирішення.

Методологія. За методологічну основу взято наукові роботи вітчизняних та іноземних авторів у сфері міграції трудових ресурсів. Для аналізу були використані такі методи, як: порівняльних характеристик, графічний, аналітичний та економіко-статистичний.

Інформаційну базу становлять дані з офіційних сайтів, а саме: Міжнародної організації праці, Євростату, Державної служби статистики України; статті фахових видань; монографії.

Результати дослідження. Міжнародна трудова міграція є одним із основних факторів впливу на соціально-економічне життя країни. Причинами міжнародної трудової міграції є такі фактори як заробітна плата, рівень життя в країні, робоча зобов'язаність (наприклад консули, військові), забезпеченість країни робочими місцями, внутрішня політична й економічна ситуація.

Значну частку мігрантів складають біженці, але в основному їх спонукає до цього першопричина не заробітку, а надзвичайної ситуації у середині країни, в якій вони проживають. Відповідно, громадяни вимушені покидати свої домівки в пошуках роботи та притулку в інших країнах. Згідно з табл. 1 вони не є трудовими мігрантами, але впливають

на соціально-економічний стан країни, першочергово на такий показник як безробіття збільшуючи його. Значна кількість біженців працюють неофіційно, що поширює тіньову економіку країни.

Таблиця 1

Особи, яких відносять до міжнародних трудових мігрантів [4]

Тип мігранта	Чи є він іноземним трудовим мігрантом	Чи є він міжнародним мігрантом
Громадяни країни проживання, у якій працюють та народилися в іншій країні	Ні, тому що не рухався в пошуках роботи	Так, оскільки країна народження відрізняється від країни проживання
Особа, яка народилася і працює у відповідній країні, але не має громадянства	Так	Ні
Громадянин повертається на роботу у відповідну країну після роботи за кордоном	Ні, тому що має громадянство країни походження	Так, із-за зміни країни проживання
Прикордонники (які проживають в одній країні, але працюють в іншій) *	Так	Ні
Консульський працівник*	Так	Ні
Військовослужбовці*	Так	Ні
Біженці	Ні	Так

*Примітка: прикордонники, консульські посадові особи і військовослужбовці виключені з визначення міжнародного мігранта.

Найбільший приплив мігрантів до країн ЄС припав на 2014 р., після початку бойових дій на сході України та зменшилося кількість виїздів до Росії у 2014 р. їх було майже на третину менше, ніж у 2013 р. У той самий час, кількість виїздів українців до країн ЄС продовжувала рости – 10,5 млн. в 2014 р., 12,5 млн. – в 2015 р. [8, с. 12].

У 2017 році держави-члени Європейського союзу (ЄС) повідомили про 157 805 вихідних і 130 811 вхідних запити про передачу відповідальності за розгляд заяви про надання притулку із причин нестабільної політичної ситуації на Батьківщині. Найбільша кількість вихідних запитів було відправлено в такі держави-члени, як Франція (41 253), Німеччина (63 326), Австрія (10 482) та Греція (9 559). Двома країнами, які набрали найбільшу кількість вхідних запитів від інших держав-членів, були Німеччина (26 927) та Італія (26 627) [5].

З початку 2018 р. з України мігрувало 600 тис. осіб, що перевищує кількість осіб, які виїхали у 2017 р. у три рази. На українців припадає основна частка іноземних мігрантів у країнах ЄС (21%). З ціллю працевлаштування мігрують саме українці (з 662 тис. осіб 88 % трудові мігранти), сирійці мігрують в пошуках притулку, а китайці з метою

здобуття освіти. Основні потоки мігрантів у 2018 р. припали на такі країни як Польща, Німеччина та Великобританія [2].

Введення безвізового режиму для вільного пересування українцями до країн ЄС співпало із різкими економічними змінами в Україні, що негативно вплинуло на рівень життя та стимулювало зростання безробіття. Відсутність розвинутої кредитної системи в Україні не дає змоги громадянам відкрити свій бізнес, так як немає стартового капіталу. НТП та розвиток ринкової економіки сприяв попиту на сучасні товари такі як побутову техніку, автомобілі, сучасні технології, комп'ютери тощо, що в свою чергу стало стимулом для людей заробляти більше коштів, в пошуках яких вони виїжджають закордон.

Саме безробіття є першочерговою причиною, яка спонукає до міжнародної трудової міграції. У червні 2018 р. рівень безробіття в ЄС-28 становив 6,9%, це найнижчий показник, зареєстрований у ЄС-28 з травня 2008 року (рис.1). У порівнянні з показниками 2017 р., рівень безробіття знизився в усіх державах-членах ЄС. Найбільше зниження зареєстровано на Кіпрі (з 10,5% – 2017 р., до 7,5% – 2018 р.), в Хорватії (з 10,9% – 2017 р., до 8,5% – 2018 р.) і Португалії (з 8,8% – 2017 р., до 6,8% – 2018 р.). В Україні у цей же період рівень безробіття склав 9,7% серед економічно активного населення, а серед населення працездатного віку 10% [2; 6].

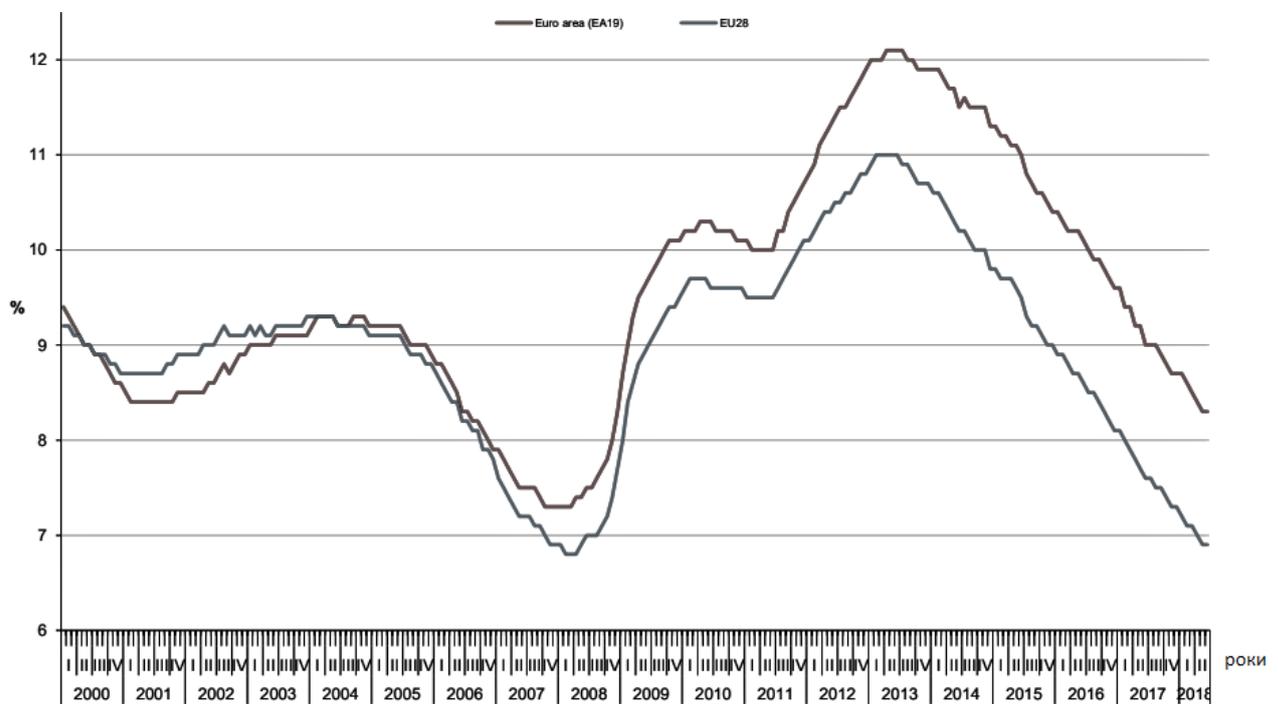


Рис. 1. Рівень безробіття в Єврозоні та ЄС-28 [2]

Міжнародна трудова міграція має як позитивні, так і негативні сторони. Є країни не тільки де великий попит на робочі місця й перевищення робочої сили, а й держави, яким не вистачає трудових сил. Україна — це держава, у якої занадто мала пропозиція робочих місць,

що не задовольняє попит. На сьогодні масштаби трудової міграції в Україні негативно впливають на розвиток української економіки. У майбутньому, якщо темпи кількості українців, які виїжджають закордон не зменшаться, Україні загрожує відтоком основної частки робочої сили, що сповільнить економічне зростання і вплине на зростання цін.

Міграція трудових ресурсів допомагає рівномірно розподілити робочу силу з країн, які перенасичені безробітними в країни де спостерігається надлишок робочих місць. Найбільша потреба у трудових ресурсах спостерігається у промисловості, будівництві, сільському господарстві, транспорті та зв'язку. В Україні саме у цих галузях вже на сьогоднішній день не вистачає трудових ресурсів, так як заробітна плата у середньому становить 5500-7800 грн. (приблизно 172-244 євро) [6], коли, наприклад, у Польщі заробітна плата за ту ж саму працю складає 4 305 злотих (приблизно 1000 євро) [2].

По-друге, у країнах ЄС більший попит на жіночу працю. Такі професії як доглядальниці, няні, домробітниця найбільш користуються попитом серед жінок. Наслідком жіночої міграції є трансформація гендерних ролей, традиційних сімейних відносин. Жінка-мігрантка кардинально змінюється як завдяки набутому досвіду, так і усвідомленню своєї ролі годувальниці [8].

Під впливом глобалізації світової економіки в умовах збільшення масштабів міжнародних переміщень саме фахівці виявилися особливо мобільними. Якщо на рубежі тисячоліть 24 % іммігрантів до розвинених країн мали вищу освіту, то через десять років – уже 29 % [7]. Опитування сімей в Індії виявило, що з числа тих, хто емігрував, 40 % мали освіту, вищу за загальну середню, тоді як серед індійців, старших за 25 років, таких лише 3,3 % [1].

Міжнародна трудова міграція в Україні сягнула свого піку на перехресті ХХ-ХХІ століть. Як показало дослідження проведене МОП у 2012 р. світова фінансова-економічна криза призвела до скорочення трудової міграції. Відповідно до отриманих даних, у період з 1 січня 2010 р. по 17 червня 2012 р. хоча б раз виїжджали на роботу за кордон 1,2 млн громадян 15–70 років, або 3,4 % населення відповідного віку. Частка трудових мігрантів серед працездатного населення становила 4,1 % [8]. Натомість за даними четвертого обстеження, проведеного Держстатом у 2017 р., чисельність трудових мігрантів, тобто осіб віком 15–70 років, які в період з 1 січня 2015 р. до середини 2017 р. працювали або шукали роботу за кордоном, становила 1,3 млн. До цієї сукупності зараховано як тих, хто повернувся в Україну, так і тих, хто на момент опитування перебували за кордоном. В умовах кризи чисельність заробітчанин знову зросла, хоча дані 2017 р. подано без урахування тимчасово окупованої території та зони проведення антитерористичної операції [6].

Бажання українців мати змогу заробити більше коштів сприяло

збільшенню попиту на вищу освіту. Так, у західних областях України, охоплених масовою міграцією, зростання кількості вищих навчальних закладів, їх студентів та випускників відбувалося швидшими, ніж в цілому по Україні, темпами.

Заходами, які допоможуть зменшити негативний вплив міжнародної трудової міграції на соціально-економічний розвиток в Україні можуть виступати:

1) забезпечення конкурентної заробітної плати у таких сферах як будівництво, промисловість, сільське господарство, транспорту та зв'язку за рахунок зменшення податкового тягаря;

2) підписання міжнародних договорів, в яких будуть прописані умови вигідної міграції для обох країн;

3) стимулювання зростання продуктивності праці;

4) застосування на кордоні найсучасніших приладів та програмного забезпечення для перевірки документів тих, хто перетинає кордон з метою полегшення проходження митниці.

5) зменшення ставки відсотка по кредиту для малого та середнього бізнесу, що привабить іноземців до України та надасть можливість українцям відкрити свій бізнес на Батьківщині, за допомогою чого зросте міграційний приріст.

Висновки. Основною проблемою, яка заважає росту міграційного приросту в Україні є низький рівень економічного розвитку. Громадяни України виїжджають закордон з метою більшого заробітку, для того, щоб забезпечити краще життя собі та своїй родині на Батьківщині, заробити стартовий капітал для відкриття власної справи. За даними проведеного дослідження можна зробити висновок, що найбільш привабливими для українців є такі країни ЄС як Польща, Німеччина та Великобританія, а Україна стала популярна для громадян таких країн як Узбекистан, Білорусь, Азербайджан та Вірменія.

Україна має можливість співпрацювати з країнами Європи, оскільки саме трудові мігранти стають стимулом для цього. Одним із перспективних шляхів співпраці є обмін трудовими ресурсами на державному рівні шляхом видання законів щодо умов трудової міграції та підписання міжнародних договорів, в яких буде прописано яке повинно бути співвідношення мігрантів, для того, щоб уникнути міграційної кризи.

Науковою новизною отриманих результатів є набуті подальшого розвитку методичні підходи щодо аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на міжнародні міграційні процеси України та країн ЄС, які на відміну від існуючих надають можливість оцінити соціально-економічні наслідки та дозволяють запобігти їх негативному впливу на міграцію трудових ресурсів. Практична значимість дослідження полягає в обґрунтуванні заходів з питань зменшення негативного впливу міжнародної трудової міграції на соціально-економічний стан України

шляхом врегулювання потоків мігрантів та забезпечення країни трудовими ресурсами у сферах, в яких вже сьогодні не вистачає кадрів (будівництво, промисловість, сільське господарство, транспорт і зв'язок) та залучення потоків грошових коштів із-за кордону за рахунок трудових мігрантів.

Перспективними напрямками подальших наукових досліджень може стати пошук шляхів залучення трудових мігрантів в Україну та удосконалення співробітництва України з країнами ЄС у сфері міжнародної трудової міграції для врегулювання міграційних потоків між країнами.

Література:

1. Drain or gain? Poor countries can end up benefiting when their brightest. URL: <http://www.economist.com/node/18741763> (дата звернення 14.12.2018)
2. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення 14.12.2018)
3. ILO Multilateral Framework on Labour Migration//Non-binding principles and guidelines for a rights-based approach to labour migration,- 2006 р. URL: <http://libguides.ilo.org/labour-migration-en>. (дата звернення 14.12.2018)
4. International Labour Migration Statistics// Migration Statistics. URL: <https://www.unescap.org/sites/default/files/International%20Labour%20Migration%20Statistics%20Guide.pdf>. (дата звернення 14.12.2018)
5. OECD // Labour Force Statistics: Population and vital statistics. URL: <https://data.oecd.org/> (дата звернення 03.01.2019)
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 03.01.2019)
7. Зовнішня трудова міграція населення (за результатами модульного вибіркового обстеження). Стат. бюлетень. – К. : Держстат, 2017. – 36 с.
8. Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії: монографія / О. А. Малиновська. – К: НІСД, 2018. – 472 с.
9. Міграційні процеси в сучасному світі: світовий, регіональний та національний виміри (Понятійний апарат, концептуальні підходи, теорія та практика): Енциклопедія / Упоряд. Ю.І.Римаренко. – К: Довіра, 1998. – 912 с.

УДК 339.982

Шестопалова А.Г., an.shestopalova2018@gmail.com
Науковий керівник: Войтко С.В.
д.е.н., професор
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН ПРИ ВВЕДЕННІ САНКЦІЙНИХ РЕЖИМІВ ДЛЯ КРАЇН

Анотація

У статті розглядаються приклади застосування економічних санкцій Організацією Об'єднаних Націй та США. Визначено основні причини введення санкцій та їх вплив на економічні показники підсанкційних країн. Проаналізовано основні економічні показники підсанкційних країн до введення санкцій та в період їх дії. Також приділена увага ефективності застосування санкцій.

Annotation

The article examines examples of the application of economic sanctions by the United Nations and the United States. The main reasons for the introduction of sanctions and their impact on the economic indicators of the landing countries are determined. The article analyzes the main economic indicators of the sub-sanction countries prior to the introduction of sanctions and during their period of action. Attention is also paid to the effectiveness of sanctions.

Ключові слова: санкції, санкції ООН, санкції США.

Вступ. Ще у 1945 році, при створенні Організації Об'єднаних Націй, Рада Безпеки отримала право на визначення наявності будь-якої загрози миру, порушення миру або акту агресії. Саме це надало змогу забезпечити централізоване реагування держав на різні міжнародні правопорушення. Стаття 41 Статуту ООН передбачає такі заходи примусового характеру як: часткове або повне припинення економічних відносин; поштових, морських, повітряних та інших засобів комунікації, а також розрив дипломатичних відносин. Але, не зважаючи на зовнішню ефективність такого інструменту, вперше Рада Безпеки зобов'язала держави здійснити певні примусові заходи стосовно Південної Родезії 16 грудня 1966 року [1; 2].

Стосовно аналізу останніх досліджень та публікацій, то на даний момент не існує нових і комплексних наукових досліджень з питань санкцій. Проте деякі аспекти цієї проблематики досліджували такі вчені як В.Ф. Антипенко, В.А. Василенко, І.П. Бліщенко, Н.А. Зелінська, І.І Лукашук, О.В. Сенаторова, С. Саяпін, І.В. Фісенко, Дж. Кроуфорд, А. Кассезе, Й. Дінштейн та ін. Тому, спираючись на вищесказане, можна

стверджувати, що обрана тематика має теоретичне та практичне значення, а також є досить актуальною.

Постановка задачі. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в визначенні впливу санкцій на економічні показники підсанкційних країн, що на сьогоднішній день досліджено в недостатній степені. За гіпотезу роботи визначено таке: введення секторальних санкцій для країн діє негативно на окремі макроекономічні показники, проте через декілька років країна адаптується до реалій санкційного режиму.

Результати дослідження. В якості даних для аналізу використані ті, що характеризують її економічний розвиток у певний момент часу, а саме ВВП, кількість населення, грошовий обсяг експорту та імпорту. Враховуючи різні форми представлення даних, приводимо всі показники до відносних одиниць. Основним методом аналізу обираємо диференціальний (використовуємо приріст показників відносно попереднього року). Для візуалізації результатів використано фазові діаграми.

Під час дослідження були проаналізовані показники таких країн: Ангола, Демократична Республіка Конго, КНДР, Кот-д'Івуар, Руанда, Судан, Сьєрра-Леоне, Російська Федерація та Білорусь. На рис. 1 та рис. 2 зображено динаміку приросту ВВП до введення санкцій та після їх введення.

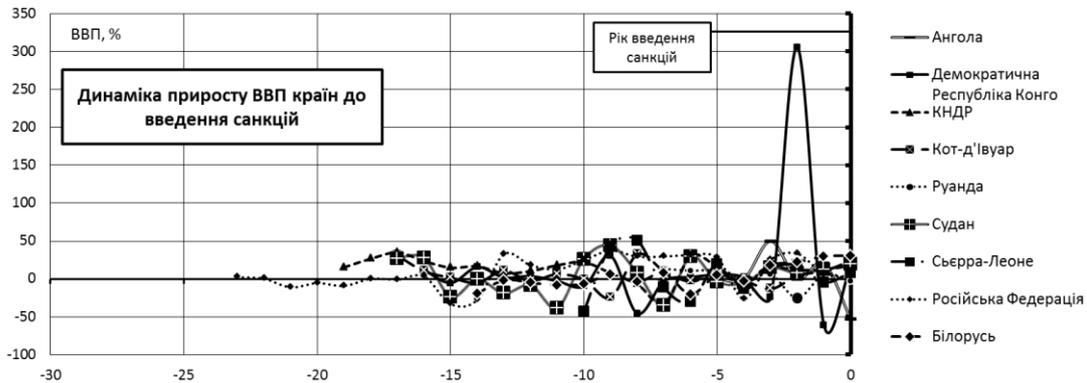


Рис. 1. Динаміка приросту ВВП країн до початку введення санкцій

Сформовано автором за даними джерела [3]

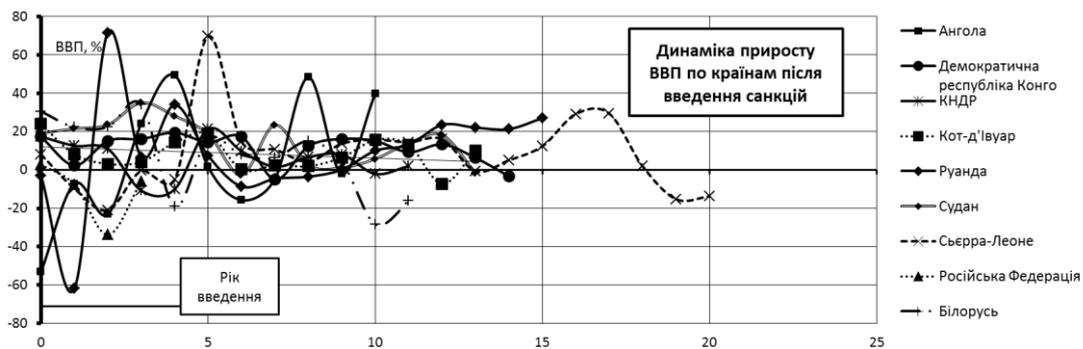


Рис. 2. Динаміка приросту ВВП після введення санкцій

Сформовано автором за даними джерела [3]

На основі аналізу приведених графіків маємо таке: після введення санкцій майже в усіх досліджуваних країнах спостерігається різке падіння показника ВВП, проте через декілька років маємо те, що країни починають адаптуватися до санкційного режиму. Значна кількість макроекономічних показників починають зростати.

Стосовно населення, то на рис. 3 і рис. 4 показано динаміку приросту населення до та після введення санкцій. Бачимо, що санкції не мають суттєвого впливу, тобто не несуть негативний характер, а діють на приріст населення позитивно, що найбільш помітно на прикладі Руанди.

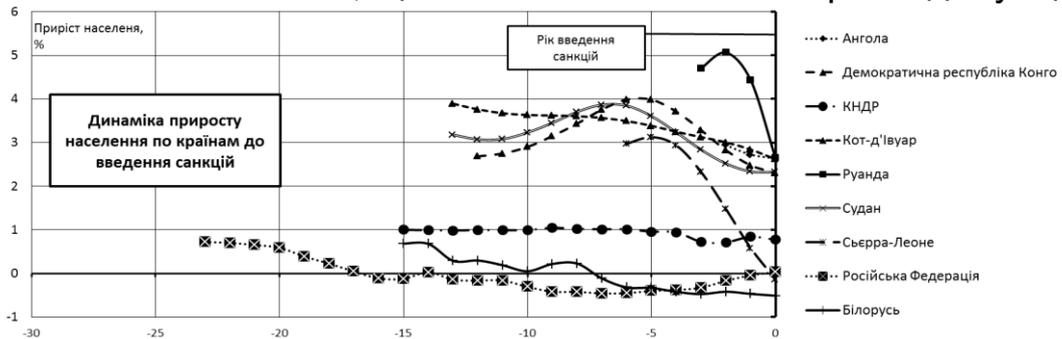


Рис. 3. Динаміка приросту населення до початку введення санкцій

Сформовано автором за даними джерела [3]

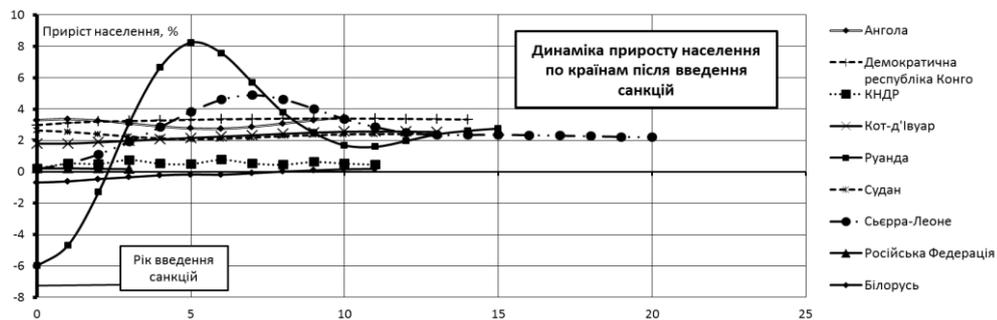


Рис. 4. Динаміка приросту населення після введення санкцій

Сформовано автором за даними джерела [3]

Аналогічно спостерігається падіння приросту експорту в перші роки санкційного режиму, але потім помітна адаптація країн, а, отже, і зростання показників (рис. 5, 6).

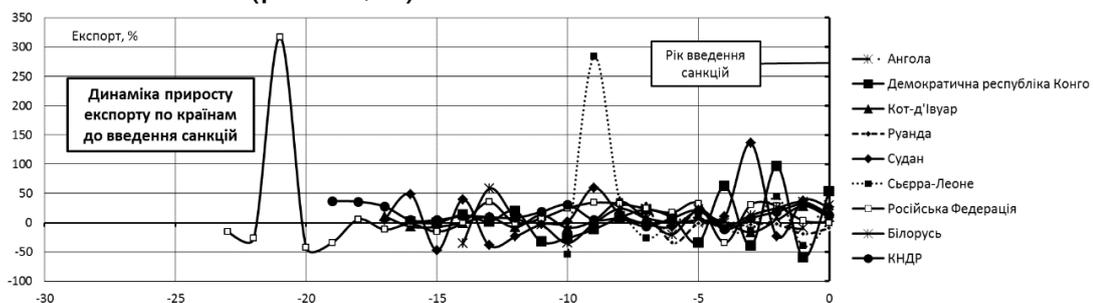


Рис. 5. Динаміка приросту експорту до початку введення санкцій

Сформовано автором за даними джерела [3]

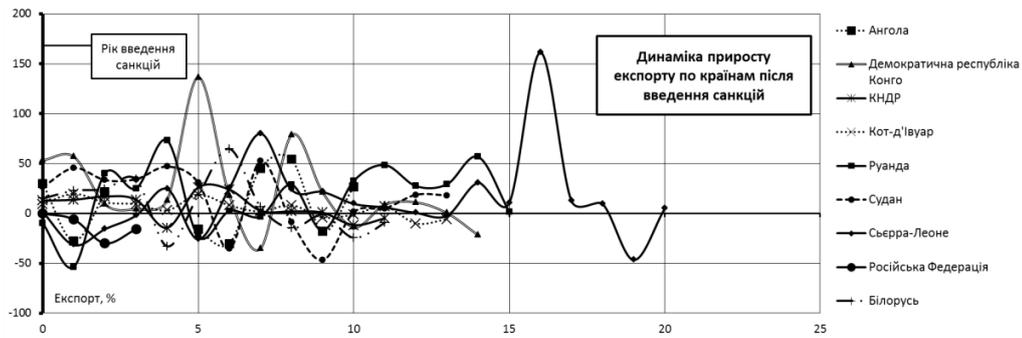


Рис. 6. Динаміка приросту експорту після введення санкцій
Сформовано автором за даними джерела [3]

Також дослідження показало, що в перші роки санкційного режиму приріст імпорту більшості країн різко скоротився (у деяких випадках навіть на 50%), проте через деякий час стабілізується та починає зростати (рис. 8, 9).

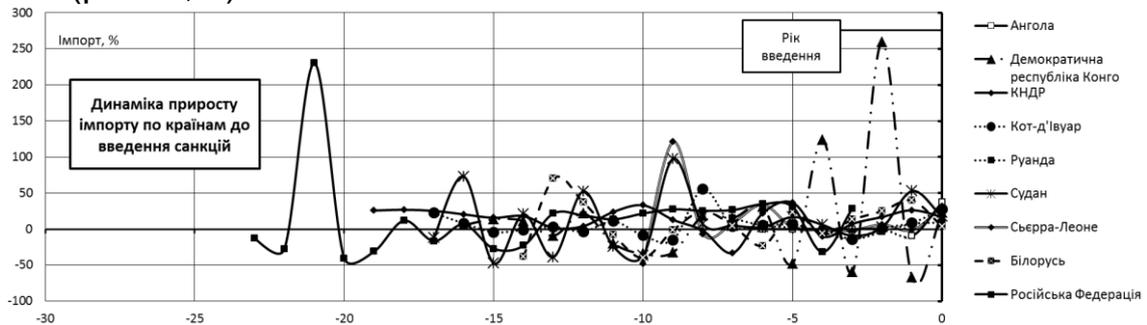


Рис. 7. Динаміка приросту імпорту до початку введення санкцій
Сформовано автором за даними джерела [3]

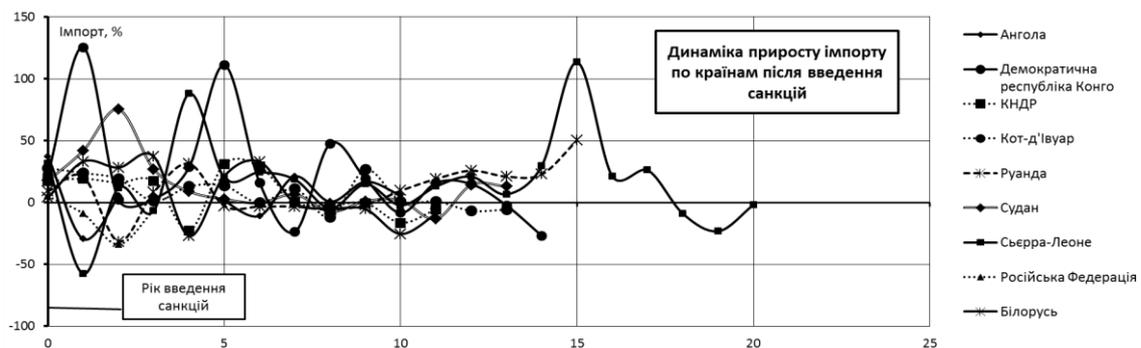


Рис. 8. Динаміка приросту імпорту після введення санкцій
Сформовано автором за даними джерела [3]

Розглянемо кожну з країн більш детально, використовуючи для аналізу фазові діаграми, де за основу візьмемо показники приросту ВВП та експорту.

Вперше санкції щодо Білорусі були введені з 2006 року через порушення білоруською владою прав Людини та проведенням виборів, які світова спільнота визнала, як недемократичні. Санкції включають візові заборони, ембарго на постачання зброї, а також замороження рахунків чотирьох осіб, серед яких і президент Білорусі Олександр Лукашенко [4]. На рис. 9 показано, що в перший рік дії санкцій показник

приросту ВВП зменшився на 26 %, а експорт, навпаки, збільшився на 52 %, проте в наступні роки спостерігається зростання обох показників.

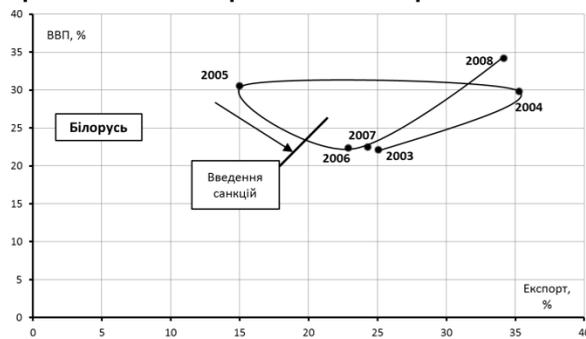


Рис. 9. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Білорусі

Сформовано автором за даними джерела [3]

Санкції проти Сьєрра-Леоне введені Радою Безпеки ООН 08 жовтня 1997 року та включали ембарго стосовно зброї для недержавних суб'єктів і заборону на поїздки [4]. У перший рік після введення санкцій приріст експорту та ВВП відповідно становили $-31,7\%$ та $-9,7\%$, проте через три роки ці показники становили $-2,1\%$ та $-0,4\%$ (рис. 10).

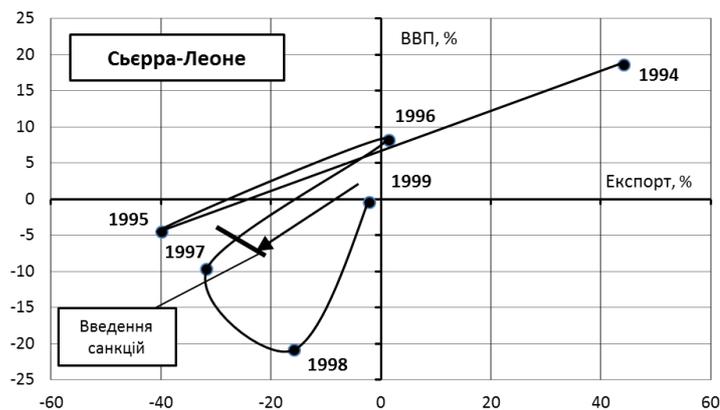


Рис. 10. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Сьєрра-Леоне

Сформовано автором за даними джерела [3]

На фазовій діаграмі Судану (рис. 11) в перші роки санаційного режиму спостерігаємо скорочення експорту та незначне збільшення приросту ВВП, але в з 2005 року країна адаптується до реалій санаційного режиму, стабілізує експорт, а також значно підвищує рівень ВВП. Примусові заходи щодо Судану вперше застосовані 30 липня 2004 року і діють дотепер. Вони включають ембарго на постачання зброї, заборону на поїздки та замороження активів [4].

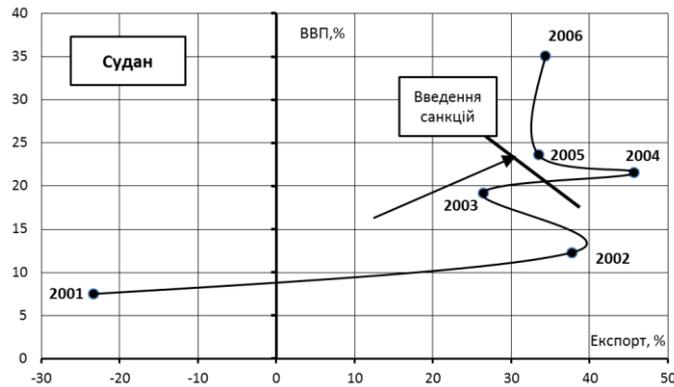


Рис. 11. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Судану.

Сформовано автором за даними джерела [3]

З 17 травня 1994 року до 10 липня 2008 року діяли санкції Ради Безпеки ООН стосовно Руанди. Головним чином вони стосувалися заборон стосовно до зброї [4]. На рис. 12 можна простежити вплив позитивного характеру від дії санкцій, адже показники приростів експорту та ВВП з 1994 до 1995 рр. збільшилися відповідно на 175 % та 215 %. Хоча в 2016 році ці показники зменшилися, проте це пов'язано з наслідками Громадянської війни (1990-1994 рр.), коли Руандійський патріотичний фронт вступив до Першої конголезької війни (1996-1997 рр.).

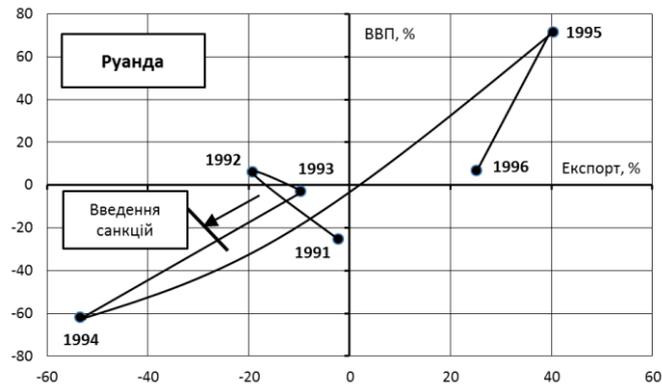


Рис. 12. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Руанди.

Сформовано автором за даними джерела [3]

Санкції щодо Кот-д'Івуару прийняті 15 листопада 2004 року та діють дотепер. Насамперед, це стосується заборон на поїздки, заморожування активів, ембарго на постачання зброї, а також санкції відносно до алмазів [4]. Тож, проаналізувавши динаміку експорту та ВВП, на рис. 13 простежується зменшення приростів цих показників у перші роки санкційного режиму з 19 % і 8 % у 2004 році до 10 % і 3 % у 2005 році відповідно.

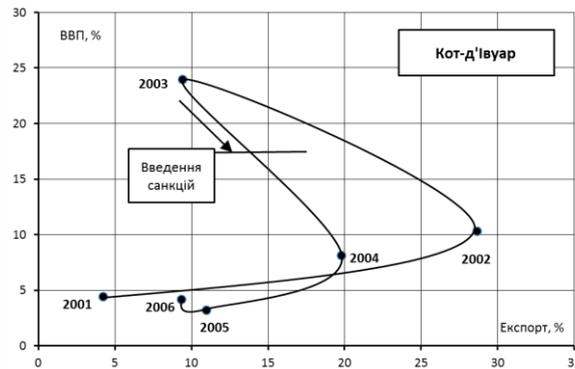


Рис. 13. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Кот-д'Івуару
Сформовано автором за даними джерела [3]

Ембарго, пов'язане з ядерними програмами, ембарго на постачання зброї, заморожування активів, заборона на поїздки, – всі ці санкції прийняті відносно до Кореїської Народно-Демократичної Республіки 14 жовтня 2006 року [4]. Такі примусові заходи ООН негативно вплинули на показники приростів ВВП та експорту. В 2008 році приріст ВВП склав $-10,7\%$, а приріст експорту $13,8\%$ (рис. 14). Так, приріст ВВП зменшився порівняно з 2005 роком на $161,5\%$, а приріст експорту збільшився на $7,4\%$.

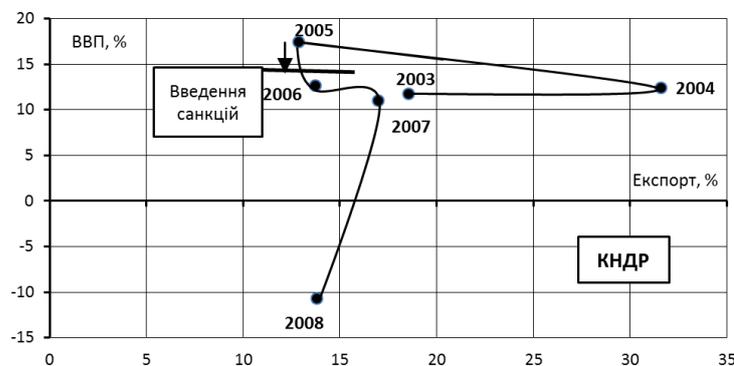


Рис. 14. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для КНДР
Сформовано автором за даними джерела [3]

З 28 липня 2003 року і дотепер діють санкції Ради Безпеки ООН і відносно до Демократичної Республіки Конго. Примусові заходи введені стосовно заморожування активів, заборони на поїздки, а також ембарго на постачання зброї [4]. Як видно з рис. 15, санкції подіяли негативно лише на показник експорту, який у 2005 році становив $4,4\%$, що на $92,3\%$ менший за показник 2003 року. Щодо ВВП, то приріст цього показника складав у 2005 році $16,1\%$, а це на $574,3\%$ більше за показник 2003 року.

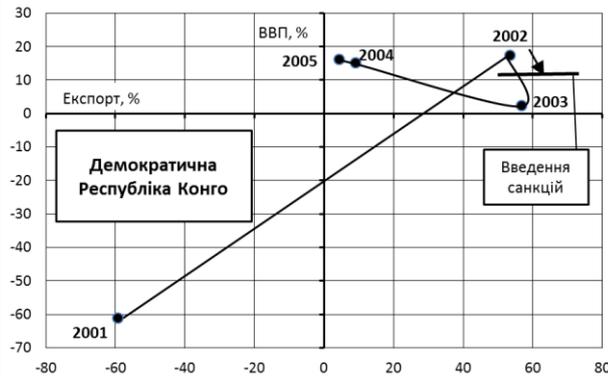


Рис. 15. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Демократичної Республіки Конго

Сформовано автором за даними джерела [3]

Санкції щодо Анголи діяли з 15 вересня 1993 до 09 грудня 2002 року. Насамперед, вони стосувалися заборони на постачання і продаж обладнання, що використовувалось у гірничодобувній промисловості, заборон на імпорту алмазів з Анголи, а також заборон на постачання і продаж автотранспортних засобів, суден і запасних частин до них [4]. Отож, з рис. 16 видно, що в перші роки санаційного режиму показник приросту експорту збільшується з $-27,7\%$ у 1993 році до $21,8\%$, а показник приросту ВВП навпаки зменшується з $-7,1\%$ у 1993 році до $-23,1\%$ у 1994, проте в наступні роки показник приросту ВВП збільшується.

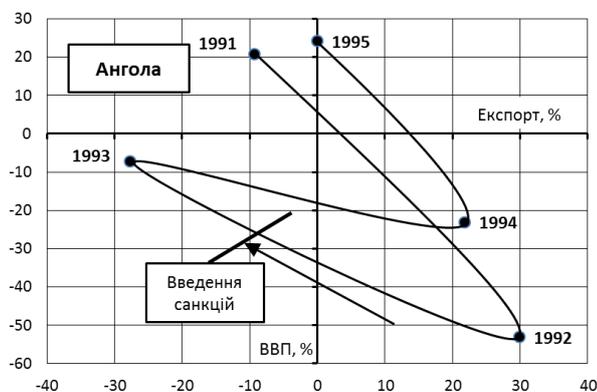


Рис. 16. Фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для Анголи

Сформовано автором за даними джерела [3]

На основі попередніх фазових діаграм побудуємо загальну для всіх досліджуваних підсанкційних країн (рис. 17). Спостерігається зменшення приростів показників ВВП та експорту в перші роки санаційного режиму, проте надалі всі країни в середньому адаптуються до нових реалій, стабілізують економіку, а тому відбувається збільшення показників.

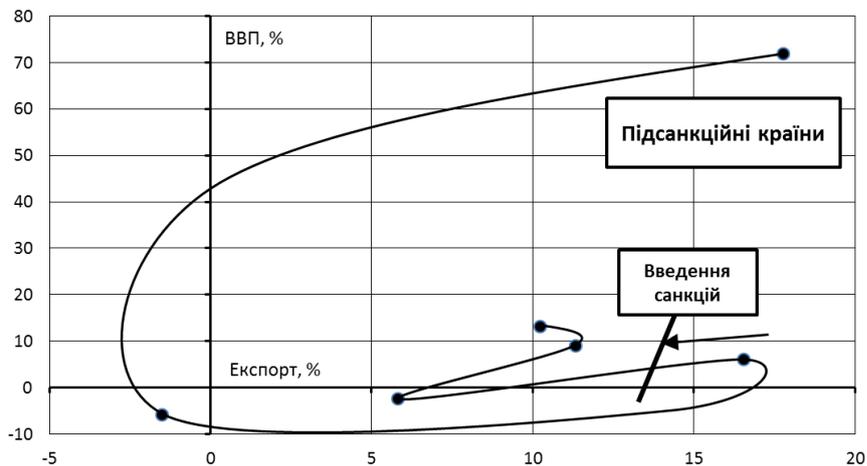


Рис. 17. Загальна фазова діаграма співвідношення приросту ВВП до приросту експорту у досанкційний та післясанкційний періоди для досліджуваних країн

Сформовано автором за даними джерела [3]

Висновки. Наукова новизна дослідження полягає у тому, щоб дати точну оцінку проблемам постраждалих країн, адже наразі перед світовим товариством постає питання: "Чи страждають країни від введення санкцій?". Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що введення секторальних санкцій для країн діє негативно на окремі макроекономічні показники країн одразу після їх запровадження. Проте, згодом, через декілька років, країни поступово адаптуються до реалій санкційного режиму та показники відновлюють попередні значення у темпах зростання. Приведене стосується тільки результатів диференціального аналізу (перша похідна відображає темпи зростання/зменшення того чи іншого показника). Саме цей аналіз надав нам змогу відійти від абсолютних значень, діапазон яких для країн, що досліджуються, є досить широким, що ускладнює аналіз. А відносні значення показали динаміку процесу впливу санкційних режимів на економіку країн.

Література:

1. Малишева Ю. В. Цілеспрямовані санкції та їх застосування Радою Безпеки ООН дис. канд. юр. наук 12.00.11 Малишева Ю. В. Київ, 2016. 253 с.
2. Кононова К. О. Санкционные резолюции Совета Безопасности ООН и их имплементация в национальных правовых системах государств-членов К. О. Кононова. М.: Волтерс Клувер, 2010. С. 178.
3. The World Bank [Electronic resource]. Mode of access URL: <http://www.worldbank.org/>
4. Кешнер М. В. Экономические санкции в современном международном праве М. В. Кешнер. Проспект. 2014.